

## Kundenbeziehungen erfolgreich gestalten

18.10.2007, 13:06 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *VEND consulting GmbH*

Presseagentur: *VEND consulting*

---

Kundenzufriedenheitsanalysen liefern wichtige Informationen darüber, wie mit einem effizienten Ressourceneinsatz an den richtigen Stellen das ideale Maß an Kundenbindung erreicht werden kann.

In globalen Märkten mit immer kürzeren Produktlebenszyklen und dem daraus resultierenden Preis- und Innovationsdruck wird die erfolgreiche Gestaltung von Kundenbeziehungen zu einem lebensnotwendigen Aspekt des betriebswirtschaftlichen Handelns.

Im Geschäftskundenbereich stellt das Kundenmanagement ein besonders wichtiges Thema dar, da Geschäftsbeziehungen oft auf wenigen und sehr persönlichen Kundenkontakten basieren und maßgeblich den Erfolg des Unternehmens prägen. Ziel ist es Kunden langfristig zu binden, um so Sicherheit und Stabilität für das laufende und zukünftige Geschäft zu garantieren.

Zieht man in Betracht, dass sich in erster Linie zufriedene Kunden an ein Unternehmen binden, ergeben sich hieraus auf den ersten Blick folgende Fragestellungen: Wie zufrieden sind meine Kunden mit meinem Unternehmen und welches sind die Stellschrauben, anhand derer die Zufriedenheit der Kunden gesteigert werden kann? Hinzu kommen Fragen, welche die Themen Kosten- und Zeiteffizienz bei der Ausgestaltung der Kundenbeziehung berücksichtigen, d.h. investiert mein Unternehmen an den richtigen Stellen in die richtigen Kunden? An diesem Punkt kommt die Marktforschung ins Spiel. Ihre Aufgabe ist es, Antworten auf die Frage zu liefern, wie Kunden effektiv und zugleich effizient gemanagt werden können.

Um sicherzustellen, dass von der Marktforschung auch die richtigen Informationen erhoben und die richtigen Fragen beantwortet werden ist es notwendig, in einem ersten Schritt gemeinsam mit dem Unternehmen zusammen den konkreten Informationsbedarf zu ermitteln. Denn auch wenn die Fragestellung zumeist die gleiche ist (z.B. Wie zufrieden sind meine Kunden?), so ist die Ausgangssituation doch so unterschiedlich wie die Unternehmen und die Branchen, in den sie operieren, selbst. Zur gemeinsamen Bestimmung des Informationsbedarfs sind verschiedene Vorgehensweisen möglich, am effektivsten hat sich jedoch in der Praxis die Durchführung eines ausführlichen Workshops mit allen involvierten Mitarbeitern herausgestellt. Ein solcher Workshop bietet den idealen Rahmen, um in intensiven Diskussionen zu erarbeiten, welche Informationen in der speziellen Situation des Unternehmens besonders wichtig sind.

Ist der Informationsbedarf definiert, so gilt es zu entscheiden, auf welchem Weg die notwendigen Daten erhoben werden sollen. Grundsätzlich ist dies auf schriftliche und telefonische Weise, aber auch online möglich. Gerade im Bereich der Befragung von Geschäftskunden bietet Letztere entscheidende Vorteile gegenüber den anderen Formen der Datenerhebung. So sind Onlinebefragungen sowohl kostengünstig als auch zeiteffizient in der Umsetzung, können in kurzer Zeit einen großen Adressatenkreis erreichen und sind komfortabel für die Befragten, um nureinige Vorteile zu nennen. Da im Geschäftskundenbereich die Verfügbarkeit und Nutzung des Internets größtenteils selbstverständlich ist, kann auch von einer großen Akzeptanz dieses Befragungsmediums ausgegangen werden.

Ist die Erhebung der notwendigen Daten beendet, so kann mit deren Auswertung begonnen werden. Hierzu werden verschiedene statistische Analysemethoden eingesetzt, die sich grundsätzlich in beschreibende (deskriptive) und erklärende (induktive) Methoden unterscheiden lassen. Während erste beispielsweise ein Bild über die Befragungsteilnehmer selbst liefern können (z.B. Firmengröße, Branche, etc.) zielen letztere gezielt auf die Beantwortung der gestellten Fragen ab. So lässt sich im Bereich der Kundenzufriedenheit anhand statistischer Methoden herausfinden, welche Teilbereiche des gesamten Leistungsspektrums eines Unternehmens den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit seiner Kunden haben. Die Teilbereiche produktbezogene Faktoren (z.B. Qualität, Preis, Design),

prozessbezogene Faktoren (z.B. Flexibilität, Termintreue, Reklamationsbearbeitung) und personenbezogene Faktoren (z.B. Freundlichkeit, Kompetenz, Engagement) werden dabei einzeln betrachtet. Um herauszufinden, bei welchen dieser Faktoren eine Verbesserung den größten Nutzen erwarten lässt, wird dann der Einfluss jedes einzelnen Faktors auf die Gesamtzufriedenheit des Kunden eindeutig berechnet. Das Ergebnis einer solchen Analyse könnte beispielsweise sein, dass eine Verbesserung der Termintreue die Zufriedenheit der Kunden mit dem Unternehmen am stärksten beeinflusst.

Ist nun bekannt, welche Teilaspekte der Gesamtleistung den größten Einfluss auf die Zufriedenheit der Kunden ausüben, so kann zielgerichtet an diesen „Stellschrauben“ angesetzt und somit Streuverluste durch fehlgeleitete Maßnahmen minimiert werden. Die Marktforschung liefert somit essenzielle Erkenntnisse darüber, wie Kunden kosten- und zeiteffizient sowie effektiv gemanagt werden können, was im Endeffekt zu einem besseren Unternehmenserfolg beiträgt.

In der Unternehmenspraxis zeigt die Erfahrung aus zahlreichen Studien, dass die Zufriedenheit der Kunden im Konsumgüterbereich eher durch die Aspekte Preis-Leistung und Produktqualität (also produktbezogene Faktoren) getrieben wird, während im Industriegüterbereich die prozess- und personenbezogenen Faktoren die Zufriedenheit am stärksten beeinflussen. Dies verwundert nicht, bedenkt man, dass direkte, persönliche Kontakte im Geschäftskundenbereich eine zentrale Rolle spielen, während das Konsumgütergeschäft meist eher anonym abläuft.

VEND consulting GmbH

Burgschmietstraße 2-4  
90419 Nürnberg

Tel. 0911/37300010  
Fax 0911/37300029

[www.vend-consulting.de](http://www.vend-consulting.de)  
[info@vend-consulting.de](mailto:info@vend-consulting.de)

Pressekontakt:  
Andreas Neumeier  
[neumeier@vend-consulting.de](mailto:neumeier@vend-consulting.de)

## **Portrait**

Die VEND consulting GmbH bietet eine marktorientierte Unternehmensberatung, die aus einer prozessorientierten Perspektive Beratung nicht nur auf den Punkt bringt, sondern sie auch effizient umsetzt. Ziel der Beratung ist primär die Implementierung effektiver und zeitgleich effizienter Prozesse auf Basis derer nachhaltige Wettbewerbsvorteile generiert werden können.

Neben der Entwicklung marktgerichteter Strategien und Konzepte erfasst und restrukturiert die VEND consulting GmbH mit einem anpackenden Projektmanagement auch die dafür notwendigen innengerichteten Leistungsprozesse eines Unternehmens.

Die Marke VEND steht metaphorisch für innovative Techniken und Methoden in den Bereichen der strategischen Geschäftsfeldentwicklungen, der Kundenwirtschaft sowie des Prozess- und Projektmanagements.

News-ID: 165183 • Views: 1279 (Stand: 27.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/165183/Kundenbeziehungen-erfolgreich-gestalten.html>