

Unternehmen in Deutschland mit Nachholbedarf

Erfolgsfaktor Kundenorientierung



Erfolgsfaktor Kundenorientierung

Die Ausgangssituation

Kundenorientierte Unternehmen sind erfolgreiche Unternehmen, das ist vielfältig dokumentiert.¹ Aber wie kundenorientiert sind deutsche Unternehmen?

Spricht man mit Unternehmensverantwortlichen, so erhält man ein differenziertes Bild. Von „wir sind sehr kundenorientiert“ über „wir tun eine Menge“ bis zu „wir wollen unsere Kundenorientierung steigern, wissen aber nicht, wo wir anfangen sollen“ ist alles dabei. Oftmals erfährt man aber von einer gewissen Unsicherheit, da die Unternehmen nicht genau wissen, wo sie stehen.

ServiceRating erhebt mit TOP SERVICE Deutschland jährlich die Daten besonders kundenorientierter Unternehmen. Aus den Daten wird erkennbar, wo die Unternehmen heute stehen und was sie tun, um ihre Kundenorientierung zu entwickeln. Jedes teilnehmende Unternehmen füllt ein Selbstassessment aus und benennt eine Stichprobe der Kunden für eine Befragung.

Als Einstiegsangebot von TOP SERVICE gibt es die Möglichkeit, im Rahmen eines Selbsttests 13 Fragen zu beantworten. Die Unternehmen erhalten als Dankeschön eine kurze Rückmeldung, wo sie stehen. ServiceRating hat die Ergebnisse dieses Selbsttests ausgewertet, und interessante Erkenntnisse gewonnen.

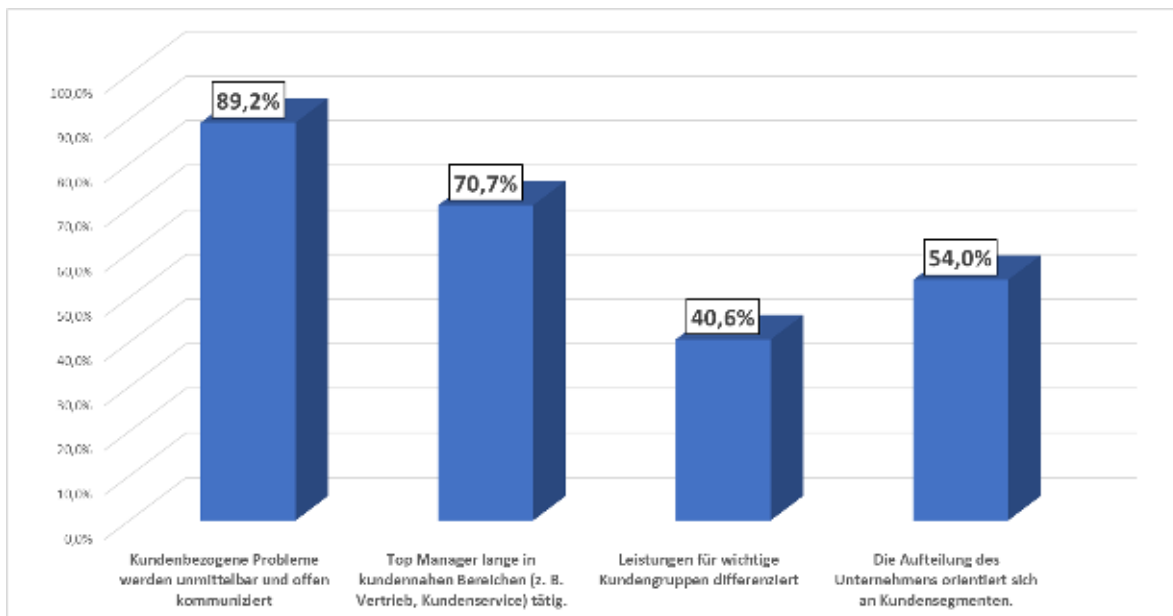
Diese kurze Studie zeigt die wesentlichen Erkenntnisse.



¹ Vgl. ServiceRating GmbH: Mehr Geld durch Mehr Kunde?, 2017.

Erfolgsfaktor Kundenorientierung

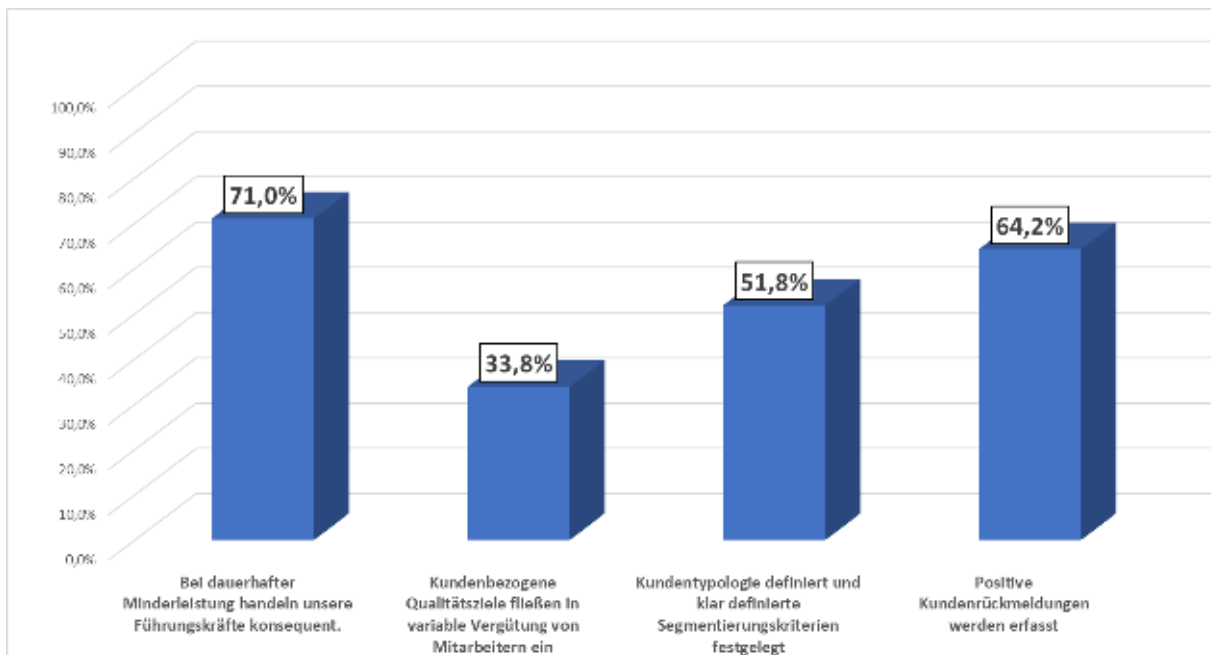
A. Ergebnisse



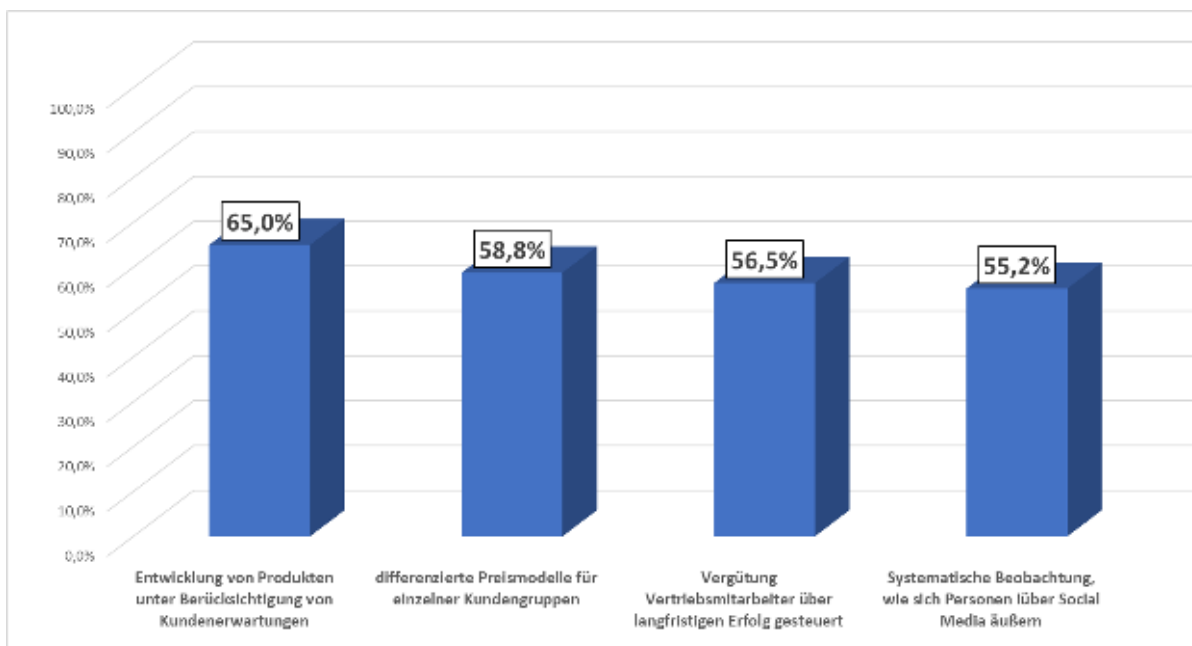
Dass kundenbezogene Probleme offen diskutiert werden, ist in den Unternehmen gegeben. Auch die Vita der TOP Manager weist häufig hinreichend Expertise in kundennahen Bereichen nach. Handlungsbedarf haben die Unternehmen dabei, sich in ihren Leistungen auf den Kunden auszurichten. So differenzieren nur 40,6% der Unternehmen die eigenen Leistungen nach der Bedeutung der Kundengruppen und nur bei 54% orientiert sich die Aufteilung des Unternehmens an Kundensegmenten. Gut die Hälfte der Unternehmen hat eine Kundentypologie mit klar definierten Segmentierungskriterien festgelegt.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist das Thema Führung und auch hier gibt es gesplante Ergebnisse. Zwar handeln 71% der Führungskräfte bei dauerhafter Minderleistung konsequent, aber nur bei 33,8% fließen kundenbezogene Qualitätsziele in die Vergütung von Mitarbeitern ein.

Erfolgsfaktor Kundenorientierung



Immerhin knapp zwei Drittel der Unternehmen entwickeln Produkte unter Berücksichtigung von Kundenerwartungen. Aber nur knapp 60% trägt diesen Erwartungen auch mit differenzierten Preismodellen für einzelne Kundengruppen Rechnung. Knapp die Hälfte der Unternehmen verzichtet darauf, mit einem Monitoring systematisch zu beobachten, wie sich Menschen über Social Media über das Unternehmen äußern.



Erfolgsfaktor Kundenorientierung

B. Fazit

Schon die knappe Analyse über den Selbsttest zeigt, dass Unternehmen im Bereich Kundenorientierung viele Kriterien beachten müssen und keinesfalls bereits den Nutzen des Erfolgsfaktors Kundenorientierung systematisch erschließen. Bereits die Daten von nur 13 Variablen zeigen für die Unternehmen Handlungsbedarf auf, um ihre Kundenorientierung weiter zu entwickeln.

Das TOP SERVICE Deutschland zugrunde liegende und wissenschaftlich geprüfte Fokus-Modell bietet einen Rahmen, um alle Teilmaßnahmen auf verschiedenen Ebenen systematisch zu verzahnen und am Gesamtziel, der Wirkung auf den Kunden, auszurichten. Eine Analyse im Rahmen des Fokus-Modells, wie sie beispielsweise TOP SERVICE Deutschland bietet, ist daher geeignet, Handlungsfelder für mehr Kundenorientierung zu identifizieren und damit Kundenorientierung als Erfolgsfaktor zu entwickeln.

ServiceRating unterstützt Sie bei der Entwicklung der Kundenorientierung, mit: Erfahrung, fundiertem Wissen, Projektmanagement und Kapazität. Sprechen Sie uns einfach an!

Hier geht es zur Teilnahme an TOP SERVICE Deutschland:

<https://topservicedeutschland.de/teilnehmen/>

Erfolgsfaktor Kundenorientierung

Kai Riedel

Geschäftsführer

T +49 221 16 88 288 0

riedel@servicerating.de



ServiceRating GmbH

Gustav-Heinemann-Ufer 58

50968 Köln

ServiceRating

- analysiert, ob Ihre Kundenorientierung optimal auf die nachhaltige Steigerung Ihres Unternehmenserfolges ausgerichtet ist
- leitet konkret Maßnahmen ab und zeigt Stellschrauben für die Verbesserung Ihrer Servicequalität auf
- bietet Gütesiegel für externe und interne Kommunikationsmaßnahmen
- spiegelt Servicequalität im Rahmen von Ratings berät strategisch zur Weiterentwicklung von Servicequalität und Kundenorientierung
- ist Initiator des jährlich stattfindenden Service-Wettbewerbs „TOP SERVICE Deutschland“

Haftungsausschluss Kein Nachdruck ohne ausdrückliche Genehmigung der ServiceRating GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Die Publikation und ihre Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung durch die ServiceRating GmbH.