

result misst die Zufriedenheit Ihrer Kunden und ermittelt die entscheidenden Treiber für die Erhöhung der Loyalität

# result cls



**Jedes Unternehmen** strebt danach, seinen Kundentamm kontinuierlich zu festigen und zu erweitern. Die Qualität der Kundenbeziehung im Auge zu behalten und kontinuierlich zu steuern, bildet die Grundlage dafür. Eine stabile Bindung von Kunden an das Unternehmen erweist sich als eine der bedeutsamsten Einflussgrößen auf den zukünftigen Unternehmenserfolg. Zunehmender Konkurrenzdruck und stetig steigende Kundenansprüche erhöhen die Relevanz eines ausgefeilten Kundenbeziehungsmanagements noch weiter.

## result cls verbindet qualitative Analysen, die Einblicke in die psychologischen Denk- und Bewertungsmuster bieten, mit quantifizierten Bewertungen.

Ziel muss es sein, einen möglichst hohen Anteil an Kunden zu erhalten, die sich emotional an das Unternehmen gebunden fühlen und sich damit »loyal« zeigen. Grundvoraussetzung dafür ist eine hohe Zufriedenheit mit den Leistungen des Unternehmens – und diese Zufriedenheit sollte kontinuierlich gemessen werden. Befragung unter den eigenen Kunden sind in der Regel sensibel und erfordern daher ein kompetent konzipiertes Vorgehen. result bietet Ihnen mit »result cls« (cls = customer loyalty scan<sup>1</sup>) ein erprobtes, standardisiertes Instrument zur Evaluierung der Kundenzufriedenheit.

result cls verbindet in einzigartiger Weise qualitative Analysen, die Einblicke in die psychologischen Denk- und Bewertungsmuster bieten, mit quantifizierten Bewertungen, die in strukturierter Weise eine solide Datenbasis und die Vergleichsmöglichkeit über mehrere Messzeitpunkte liefern.

## result cls für detaillierte und aussagekräftige Kundenanalyse

result cls liefert nicht nur ein valides Abbild der aktuellen Zufriedenheit Ihrer Kunden, sondern misst auch den jeweiligen Einfluss vielfältiger Kundenanforderungen auf die Gesamtzufriedenheit. Es werden die wesentlichen Treiber der Kundenzufriedenheit identifiziert und zugleich ein Kundenzufriedenheitsindex ermittelt, der auf übersichtliche und anschauliche Weise die Ist-Situation des Unternehmens abbildet. Basierend auf den jeweils ermittelten Treibern lassen sich für verschiedene definierte Kundensegmente individuelle, maßgeschneiderte Leistungspakete entwickeln.

**result cls basiert** auf drei ineinandergreifenden Modulen (siehe Grafik Seite 3) und bietet bei Bedarf auch die Möglichkeit zu einer qualitativen Vorstudie: Sie bestimmt die gesamte Bandbreite der möglichen Kundenanforderungen (Lead-User-Ansatz oder Gruppendiskussionen).

- » Was assoziiert der Kunde mit der Verwendung des Produkts?
- » Welche Probleme, Ärgernisse oder Beschwerden verbindet der Kunde mit der Verwendung des Produkts?
- » Welche Kriterien berücksichtigt der Kunde beim Kauf des Produkts?
- » Welche neuen Eigenschaften oder Serviceleistungen können die Erwartungen des Kunden noch besser erfüllen?
- » Was würde der Kunde am Produkt ändern?

<sup>1</sup> Basierend auf dem KANO-Modell, einem Verfahren zur Strukturierung von Kundenanforderungen sowie zur Bestimmung ihres Einflusses auf die Kundenzufriedenheit, das in den 70er Jahren entwickelt wurde.

## Einzelne Module

» **Begeisterungseigenschaften (delightful requirements)**  
Außergewöhnliche, vom Kunden oft nicht erwartete Leistungen, zahlen direkt auf Treue und Weiterempfehlung ein.

Das systematische Generieren von Plus-Faktoren verschafft einen echten Konkurrenzvorteil (USP).

» **Leistungsanforderungen (normal requirements)**  
Explizit geäußerte Kundenwünsche, vertraglich vereinbarte Leistungen.

Die Zufriedenheit des Kunden steigt parallel zur Steigerung der Leistungsqualität.

» **Basisanforderungen (expected requirements)**  
Als selbstverständlich vorausgesetzt, verursachen Unzufriedenheit, wenn sie nicht erfüllt werden.

Werden die Basisanforderungen nicht erfüllt, ist der Kunde massiv unzufrieden und erwägt einen Wechsel zur Konkurrenz.

**Begeisterungseigenschaften** sowie **Basisanforderungen** beruhen in ihrem Kern auf ausführlichen offenen Fragen und werden qualitativ-interpretierend ausgewertet.

Die Kennzahl erlaubt einen Vergleich der Indizes über mehrere Perioden sowie interne und externe Betriebsvergleiche (Benchmarking).

Die Leistungsanforderungen bilden hingegen die Basis für die Berechnung des **CSI (Customer Satisfaction Index<sup>2</sup>)**: Der CSI stellt einen Durchschnittswert aus allen gewichteten Teilzufriedenheiten dar. Die Gewichte entsprechen der Bedeutung des jeweiligen Merkmals.

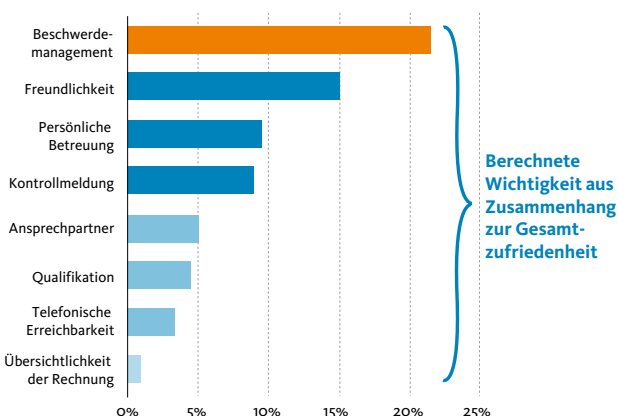
Das Besondere daran: Die Gewichtungskoeffizienten werden mittels einer Regressionsanalyse ermittelt. Dabei werden die standardisierten Regressionskoeffizienten mit den Korrelationen zwischen der Gesamtzufriedenheit und den Teilzufriedenheiten in Verbindung gebracht.

<sup>2</sup> Nach Dr. Johannes Gladitz, Statistik-Service

## Ein erfolgreiches Anwendungsmodell: result cls für ein Dienstleistungsunternehmen

### Anwendungsbeispiel 1

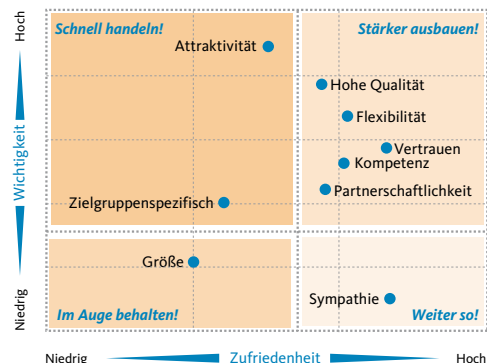
Die Reaktion auf Beschwerden erweist sich als der entscheidende Treiber für die Gesamtzufriedenheit



### Anwendungsbeispiel 2

Gegenüberstellung der relativen Wichtigkeiten mit der Zufriedenheit in den einzelnen Leistungsanforderungen.

Bestimmung von Handlungsfeldern unterschiedlicher Priorität.



## Zum Unternehmen

result steht seit 1995 für Medienkompetenz und qualifizierte Marktforschung. Seit Gründung haben wir unser Leistungs- und Methoden-Portfolio stetig erweitert.

Unser Team setzt sich zusammen aus Experten verschiedenster Disziplinen und verfügt über umfassendes Know-how und leistungsfähige Tools. Von uns werden Sie kompetent und zielgerichtet beraten – denn wir wissen was wirkt.

In unseren Forschungsfeldern erarbeiten wir für Sie Lösungen – mal maßgeschneidert, mal auf der Basis hoher Standardisierung. Heute und in Zukunft können Kunden vor allem eines von uns erwarten: Kunden-nähe, ein großes Angebotsspektrum und eine vielfach erprobte Methodenvielfalt.

---

### Kontakt:

result gmbh  
Subbelrather Straße 15  
50823 Köln  
Tel. 0221/952971-0  
Fax 0221/952971-396  
mail@result.de  
www.result.de

---

## Ansprechpartner



### Matthias Busse

*Stv. Geschäftsführer*

Der Diplom-Kaufmann ist seit 2007 Mitglied der Geschäftsleitung und bringt seine langjährige Erfahrung in der Marken-, Kommunikations- und Produktforschung bei result ein.

»result cls verbindet die Offenheit und die ‚Tiefe‘ einer qualitativen Untersuchung mit der Präzision einer exakten quantitativen Messung.«



### Regine Hammeran

*Leitung »research«*

Als »Gründungsmitglied« von result verantwortet die Diplom-Psychologin das Geschäftsfeld »research«. Ihre besonderen Themenschwerpunkte sind Medien- und Migrationsforschung.