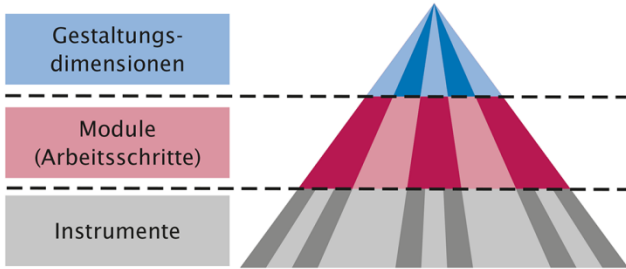


PROMIDIS Handlungsleitfaden



Instrument

Kundeninterview, leitfadengestützt

Ziel

Generierung von Informationen zur kundennutzenorientierten Strategieentwicklung und Umsetzung (Entwicklung und Vermarktung von Dienstleistungsangeboten, zur Prozessoptimierung, zur Erhebung der Kundenzufriedenheit).

Nutzbar bei den Modulen

I. Unternehmensführung

1. Situation analysieren
2. Ziele definieren

II. Entwicklung & Vermarktung

1. Ideen suchen und sammeln
2. Ideen bewerten und auswählen
3. Anforderungen analysieren
7. Marketing konzipieren

III. Produktivitätssteigerung

3. Messen und analysieren

IV. Produktivitätscontrolling

1. Prozesse auswählen und analysieren

Aufwand

Der Zeitbedarf für Durchführung, Datenauswertung und -aufbereitung ist relativ hoch.

Vergleich

Vorteile

Im Vergleich zu einem mehr oder weniger informellen Kundengespräch, werden durch das standardisierte leitfadengestützte Interview bei allen Kunden identische Fragen gestellt und die Antworten dokumentiert. Dadurch werden Auswertung und Vergleichbarkeit vereinfacht.

Im Vergleich zu einem Fragebogen, den der Kunde alleine ausfüllt und zurücksendet, kann ein höherer Vollständigkeitsgrad erreicht werden.

Nachteile

Der formelle Charakter des Interviews kann dazu führen, dass wichtige Informationen nicht kommuniziert werden.

Vorgehensweise

1. Vor dem Interview

Das Instrument besteht aus drei Teilen zur Erhebung von

- > A-Basisdaten
- > B-qualitativen Daten
- > C-quantitativen Daten

Die Mitarbeiter (Vertrieb), die das Interview durchführen, sollten sich im Vorfeld mit den Fragen und dem Ablauf des Interviews intensiv vertraut machen. Evtl. ist es notwendig, mit einem Teamkollegen oder einem besonders vertrauten Kunden zu proben.

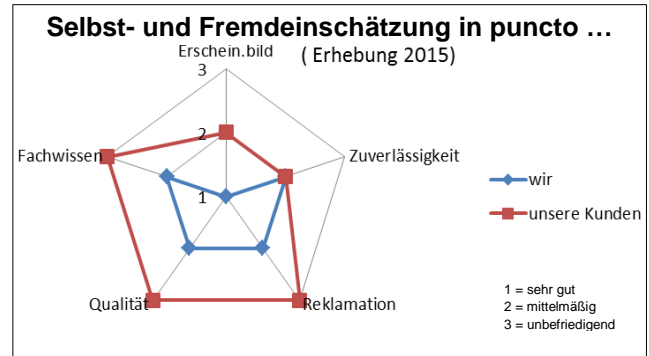
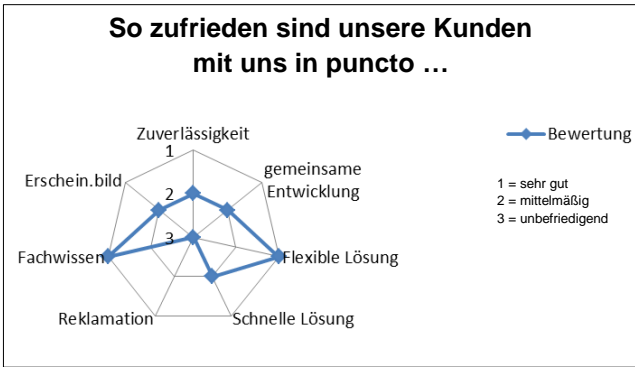
Kundenunternehmen und Gesprächspartner in den Kundenunternehmen sind sorgfältig auszuwählen (z.B. Schlüsselkunden, Entscheidungsträger).

Die telefonische Vereinbarung eines Termins mit dem Interviewpartner des Kundenunternehmens ist notwendig. Dabei sollten Sie nicht vergessen ihn über den ungefähren Zeitbedarf zu informieren.

2. Während des Interviews

Vor dem Interview sollten Sie den Interviewpartner kurz über Sinn und Zweck des Interviews informieren, z. B.:

„Wir wollen unsere Angebote und Leistungen für Sie verbessern.“



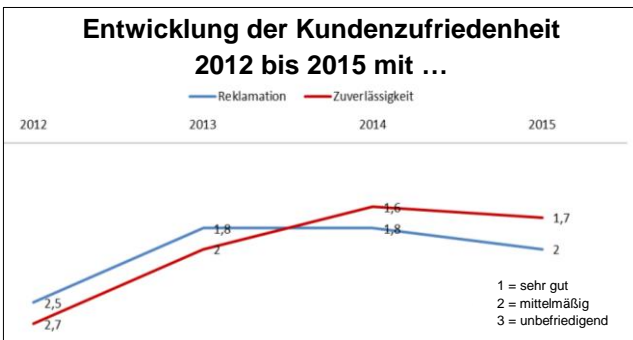
Führen Sie das Interview entlang der Leitfragen und denken Sie daran, die Antworten zu dokumentieren. Einige Basisdaten können evtl. schon im Vorfeld ausgefüllt und während des Interviews aktualisiert werden.

3. Nach dem Interview

Die Ergebnisse des Interviews sind, z.B. zur Präsentation im Strategieteam, sorgfältig aufzubereiten.

Quantitative Daten

Quantitative Daten können unter Einsatz einfacher Excel-Anwendungen in einer grafischen Darstellung vorgestellt werden. Interessant ist auch die Darstellung der Entwicklung über einen größeren Zeitraum oder die Gegenüberstellung von Selbst- und Fremdeinschätzung.



Qualitative Daten

Die quantitativen Ergebnisse werden durch qualitative Daten, als „O-Töne“ aus den Interviews, untermauert und konkretisiert. Vielfach lassen sich aus Bemerkungen „am Rande“ wertvolle Informationen

ableiten. Positive Urteile sollten unbedingt an das Team weitergegeben werden!

„Auf Ihr Serviceteam ist Verlass. Es zeichnet sich durch Flexibilität und schnelle Lösungen aus.“

Kritikpunkte geben unter anderem Hinweise auf Prozessstörungen und Kompetenz-Lücken, über deren Beseitigung gemeinsam zu beraten wäre. Das letzte Zitat zeigt, dass eine (erweiterte) Dienstleistung zur Wiederinbetriebnahme dem Kunden nutzen würde.

„Bei Reklamationen werde ich manchmal zu lange vertröstet.“

„Unfreundliche Behandlung bei einer Reklamation.“

„Meine Mitarbeiter brauchen zu lange, um die Maschine nach der Wartung wieder in Betrieb zu nehmen.“

Weiterführendes Material

- > PROMIDIS- Kundeninterviewleitfaden, Teile A, B, C inkl. Benutzerhinweise

Impressum

Autorin: Beate Schlink; RKW Kompetenzzentrum
 Redaktion: Alexander Sonntag, Beate Schlink;
 RKW Kompetenzzentrum
 November 2015

Diese Publikation wurde im Rahmen des Projektes **„Produktivitätsmanagement für industrielle Dienstleistungen stärken“ (PROMIDIS)** erstellt.