

Vocatus - Wissen für Entscheider

flashlight



B2B
Kundenbefragung
Fallstudie Metallbearbeitung

Das Ziel

Zufriedenheit der Kunden erhöhen

Ein internationaler Konzern aus der Metallbearbeitung beauftragte uns, die Kundenzufriedenheit zu erheben. Dabei sollten vor allem folgende Fragen beantwortet werden:

- Wer sind relevante Wettbewerber und was sind die wichtigsten Entscheidungskriterien?
- Wie zufrieden sind die Kunden mit den Leistungen im Vergleich zu Wettbewerbern?
- Wie kann die Kundenzufriedenheit erhöht werden?



Der Weg

Befragung von Kunden und potenziellen Kunden

Befragt wurden insgesamt ca. 400 Kundenkontakte in relevanten Positionen sowie Kontaktpersonen bei Unternehmen, die bereits einmal ein Angebot des Herstellers abgelehnt haben.

Dabei wurden computergestützte Telefoninterviews von 20 Minuten Länge geführt, die vorher schriftlich angekündigt wurden.

A-Kunden auch nur durchschnittlich zufrieden

Der Hersteller hat beim Kunden oft eine Alleinstellung und ist bei 60 % seiner Kunden Exklusivanbieter. Bedenklich ist jedoch, dass A-Kunden keine stärkere Bindung an den Hersteller haben als andere Kunden. Es gelingt nicht, diese Kunden überdurchschnittlich zufrieden zu stellen.

Der Hersteller ist dem Wettbewerb vor allem zu Beginn der Geschäftsbeziehung überlegen. In der Betriebsphase ist der Wettbewerb jedoch nahezu auf Augenhöhe. Bei Problemen wie langsame Ersatzteillieferungen und unzuverlässige Servicedurchführung ist die Geschäftsbeziehung dann schnell gefährdet.



Das Ergebnis

Wettbewerbsvorsprung bis in Betriebsphase halten

- ➔ **Kundenkommunikation:** Stärkung der Rolle des Außendienstes und Entwicklung eines differenzierten Beziehungskonzeptes für A- und B-Kunden auf Grundlage einer proaktiven Nachkaufbetreuung
- ➔ **Qualitätsoffensive:** Services zur Betriebssicherung und Instandhaltung optimieren und Konzept zur durchgängig proaktiven Information der Kunden bei Lieferverzögerungen von Ersatzteilen umsetzen

vocatus:



Für unsere Projekte werden wir seit Jahren kontinuierlich prämiert und international ausgezeichnet:

- 2013** ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award"
- 2012** Marktforschungs-Olympiade 2012 – Platz 1
- 2012** ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award "
- 2012** Preis der Deutschen Marktforschung – Nominierung "Innovation"
- 2011** ESOMAR – Nominierung "Excellence Award"
- 2011** Preis der Deutschen Marktforschung – Nominierung "Innovation"
- 2010** ESOMAR – Gewinner "Award for the Best Methodological Paper"
- 2010** Preis der Deutschen Marktforschung – Gewinner "Beste Studie"

Wenn Sie die Erhöhung der Zufriedenheit Ihrer B2B-Kunden gerne unverbindlich mit unseren Experten besprechen möchten, kontaktieren Sie uns einfach unter:
hardy-koth@vocatus.de