

flashlight



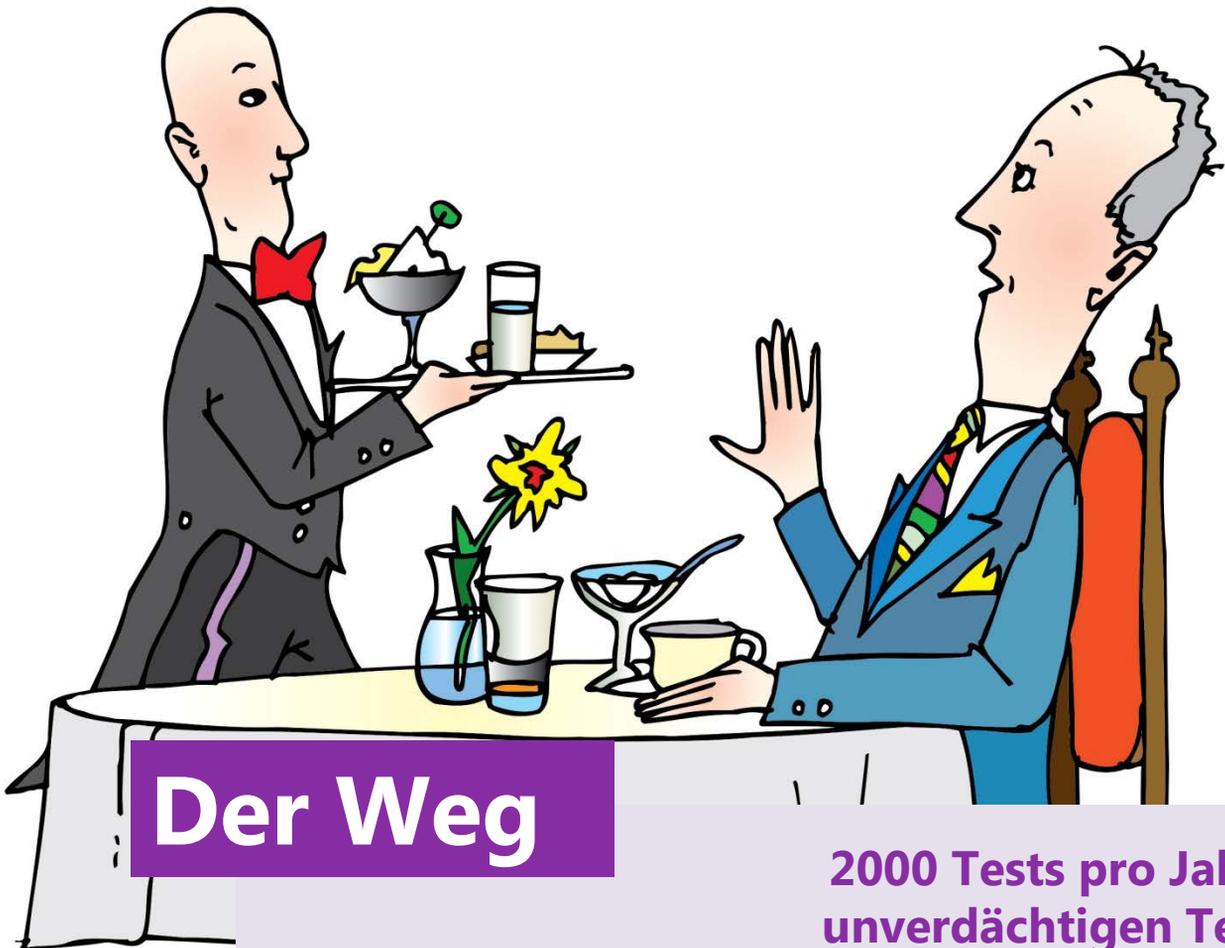
Mystery Guesting

Die Erwartungen übertreffen

Kontinuierliche Überwachung der Servicequalität

Für den Betreiber eines europaweit bekannten Freizeitparks überwachen wir seit Jahren kontinuierlich die Servicequalität. Getestet werden dabei alle Bereiche des Parks – vom Parken und der Ticketkontrolle über die Fahrattraktionen, Restaurants, Shops und Kinos bis hin zum Service Desk und den geführten Touren.

Konkret bewertet und regelmäßig in einem Index zusammengefasst werden dabei u. a. die Aspekte Auftreten, Kommunikation, Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter.



Der Weg

2000 Tests pro Jahr mit unverdächtigen Testern

Jeder der knapp 50 Bereiche wird mit einer Vielzahl von Testbesuchen pro Jahr überprüft, so dass über das Jahr verteilt insgesamt über 2000 Tests durchgeführt werden.

Die Testgäste sind unverdächtige Männer und Frauen, sowohl mit als auch ohne Kind. Jeder Tester wird maximal viermal pro Jahr eingesetzt und testet bei einem Besuch eine Vielzahl verschiedener Bereiche. Die Testdauer liegt je nach Bereich zwischen 5 und 60 Minuten.

Ziele erreichen

Alle Bereiche auf sehr hohem Niveau

In den Bereichen Auftreten, Kommunikation, Kompetenz und Freundlichkeit werden aufgrund der konsequenten Umsetzung von Schulungsmaßnahmen der letzten Jahre inzwischen durchweg sehr hohe Werte erlangt. Lediglich im Bereich Engagement besteht noch ein geringes Verbesserungspotenzial. Es scheint im ersten Moment, als gäbe es nichts mehr zu verbessern.

Entscheidend für die relevanten Erfolgsfaktoren „Wiedernutzung“ und „Weiterempfehlung“ ist jedoch nicht die Zufriedenheit der Kunden. Wirklich begeistert sind die Kunden nämlich nur, wenn ihre Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern übertroffen werden.



Kunden begeistern

Es reicht nicht, nur die Ziele zu erreichen

Im Bereich „Erwartungen des Kunden übertroffen“ zeigen sich jedoch enorme Unterschiede zwischen verschiedenen Bereichen des Parks. Während es einigen Bereichen kontinuierlich gelingt, die Erwartungen in ca. 40% der Fälle des Kunden zu übertreffen, schaffen andere Bereiche dies noch so gut wie nie.

Ziel ist es, alle Bereiche auf das Niveau der besten Bereiche zu heben. Dazu wird das Vorgehen in den besten Bereichen detailliert analysiert und konsequent auf die anderen Bereiche des Parks übertragen.

Ursachen finden

Saisonale Unterschiede helfen bei Ursachensuche

Außerdem helfen saisonale Vergleiche bei der Ursachensuche. Unsere Auswertungen zeigten, dass zu gewissen Zeiten im Jahr in bestimmten Bereichen wesentlich schlechtere Werte erzielt werden als im restlichen Jahr.

Eine konsequente Ursachenanalyse deckte zwei Schwachstellen auf. Zum einen sinken die Werte deutlich, wenn die Personalausstattung nicht zu den Besucherzahlen passt. Dabei haben zu viele Besucher pro Mitarbeiter fast ähnlich gravierende Folgen wie zu wenige Besucher pro Mitarbeiter.

Zudem zeigte sich, dass die Werte deutlich sinken, wenn zu bestimmten Zeiten sehr viele Springer eingesetzt werden, die sowohl von ihren Kenntnissen als auch von ihrem Engagement nicht an die Stammebelegschaft heranreichen.



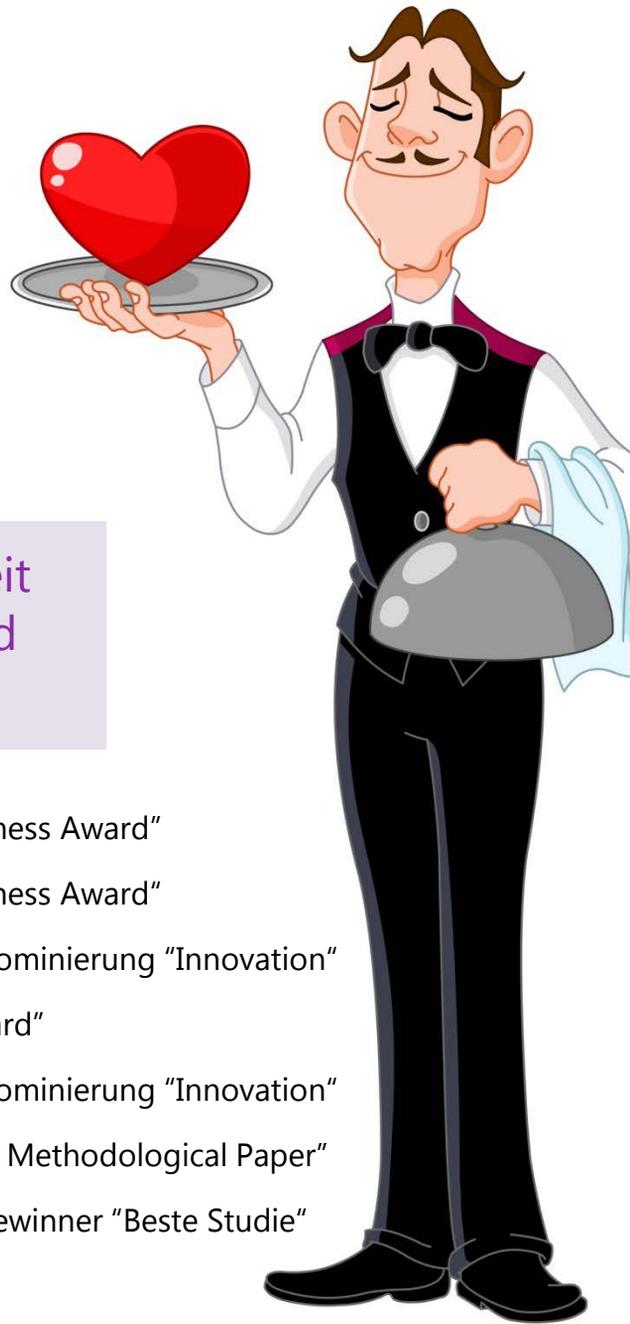
Ergebnisse umsetzen

Kultur der ständigen Verbesserung

Hervorragende Werte bei der Kundenzufriedenheit sind noch lange kein Grund, sich zurückzulehnen. Im Projekt wurden zwei konkrete Bereiche identifiziert, um sich weiter zu verbessern:

- ➔ Optimierung von allen Bereichen im Hinblick auf den Punkt „Erwartungen wurden übertroffen“, bei dem derzeit nur einige Bereiche herausragende Werte erzielen
- ➔ Konsequente Ursachenanalyse und Beseitigung von jahreszeitlichen Schwankungen zur Sicherstellung eines kontinuierlich hohen Serviceniveaus

vocatus:



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

- 2013** ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award"
- 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 Mystery Guesting für Ihr Unternehmen gerne unverbindlich mit unseren Experten besprechen möchten, kontaktieren Sie uns einfach unter: hardy-koth@vocatus.de