

# NEUIGKEITEN ZU UNSERER ZUFRIEDENHEITSUMFRAGE

Im decomagazine Nr. 56 legten wir eine Umfrage zur Kundenzufriedenheit bei mit der Bitte um Teilnahme und dem Ziel, uns kontinuierlich zu verbessern. Selbstverständlich wollen wir Ihnen die Ergebnisse dieser Umfrage nicht vorenthalten.



Es ist als grosser Erfolg zu werten, dass 150 Unternehmen auf vier Kontinenten teilgenommen und uns den Fragebogen ausgefüllt zurückgeschickt haben. An dieser Stelle möchten wir uns bei allen herzlich bedanken, die sich Zeit für die Beantwortung der Fragen genommen haben. Wir werten diesen Erfolg als Zeichen des Interesses, das Sie unserem Unternehmen und unseren Produkten entgegenbringen.

Die Umfrage befasste sich mit denselben Themen und Fragen wie die 2006 durchgeführte Befragung (KD-Eingriffe, Ersatzteile, technische Dokumentation und technische Schulung). Zusätzlich wurden neue Themen aufgenommen, z. B. die Unterstützung vor dem Kauf, das Innovationsvermögen und die Produktqualität.

Wie bereits vor fünf Jahren wurden die Fragen nach den zwei Kriterien der Wichtigkeit und der Zufriedenheit beurteilt.

## Steigende Anforderungen

Bei den Antworten zu den Fragen, die bereits vor fünf Jahren gestellt wurden, stellen wir fest, dass die Anforderungen der Kunden tendenziell steigen. Gleichzeitig ist aber auch die Kundenzufriedenheit höher.

Nehmen wir z. B. die Lieferfristen von Ersatzteilen. Die hohe Wichtigkeit, die unsere Kunden diesbe-

züglich angeben, spiegelt den Druck wider, den ihre Auftraggeber auf sie ausüben. 2006 gaben unsere Kunden bei diesem Punkt die geringste Zufriedenheit an, worauf wir grosse Anstrengungen unternommen haben. Das Ergebnis ist, dass die durchschnittliche Lieferzeit stark reduziert werden konnte und parallel dazu die Kundenzufriedenheit gestiegen ist.

Über dieses Ergebnis hinaus sehen wir die Belohnung unserer laufenden Bestrebungen zur kontinuierlichen Verbesserungen auch in der Tatsache, dass der Grossteil unserer Kunden unsere Lieferfristen heute besser als bei der Konkurrenz einstuft. Dies erinnert uns aber auch daran, dass wir - morgen genauso wie gestern - kreativ sein müssen, um innovative Lösungen für unsere Kunden zu entwickeln.

## Motivierende Ergebnisse

Allgemein können wir mit Stolz sagen, dass unsere Kunden uns bei 31 von insgesamt 33 Punkten der Umfrage besser als unsere Konkurrenten einstufen. Diese Anerkennung ist für uns sehr motivierend für die Zukunft.

Eine letzte Bemerkung gilt der Zufriedenheit. Diese variiert zwischen den behandelten Themen nicht stark und bewegt sich um die 4 auf einer Skala von 1 bis 5. Es ist für uns sehr motivierend festzustellen, dass wir auf der ganzen Linie sehr positiv bewertet wurden. Wir werden jedoch nicht aus den Augen verlieren, dass uns unsere Kunden auch anspornen, uns weiterhin zu bemühen, um immer noch besser zu sein.

## Eine Grundlage, um Ihnen noch besser zu dienen

Wie bereits in der Vergangenheit werden wir die zahlreichen Daten, die wir dank dieser Umfrage sammeln konnten, noch genauer analysieren und entsprechende korrektive Massnahmen ergreifen, um Ihre Zufriedenheit in Zukunft noch zu steigern.

Für uns als kundenorientiertes Unternehmen stellt dies eine Selbstverständlichkeit dar.

*Philippe Hermann, Sales Analyst*

## DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

