

Kundenbefragung 2018 der Senne-Plastik GmbH

Die Kundenzufriedenheit gehört zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren qualitäts- und serviceorientierter Unternehmen. Um nach 2015 erneut die Zufriedenheit ihrer Kunden zu messen, beauftragte uns die Senne-Plastik GmbH 2018 mit der Durchführung einer umfassenden Zufriedenheitsanalyse. Das Ergebnis bestätigte, die schon in 2015 überdurchschnittlich positiven Werte, die in 2018 sogar noch gesteigert werden konnten.

Die errechnete Kundenzufriedenheit von 85,2 % und die abgefragte, „gefühlte“ Zufriedenheit von 92,5% ergeben für das Unternehmen erneut eine äußerst hohe Kundenzufriedenheit.

Ein Großteil der Kunden hat mit der Teilnahme an der Befragung wertvolle Erkenntnisse zur weiteren Entwicklung des Unternehmens beigetragen. Insbesondere aus der Gegenüberstellung der zu bestimmten Sachverhalten geäußerten Präferenzen und Zufriedenheiten können wertvolle Schlüsse gezogen werden.

Stärken und Schwächen

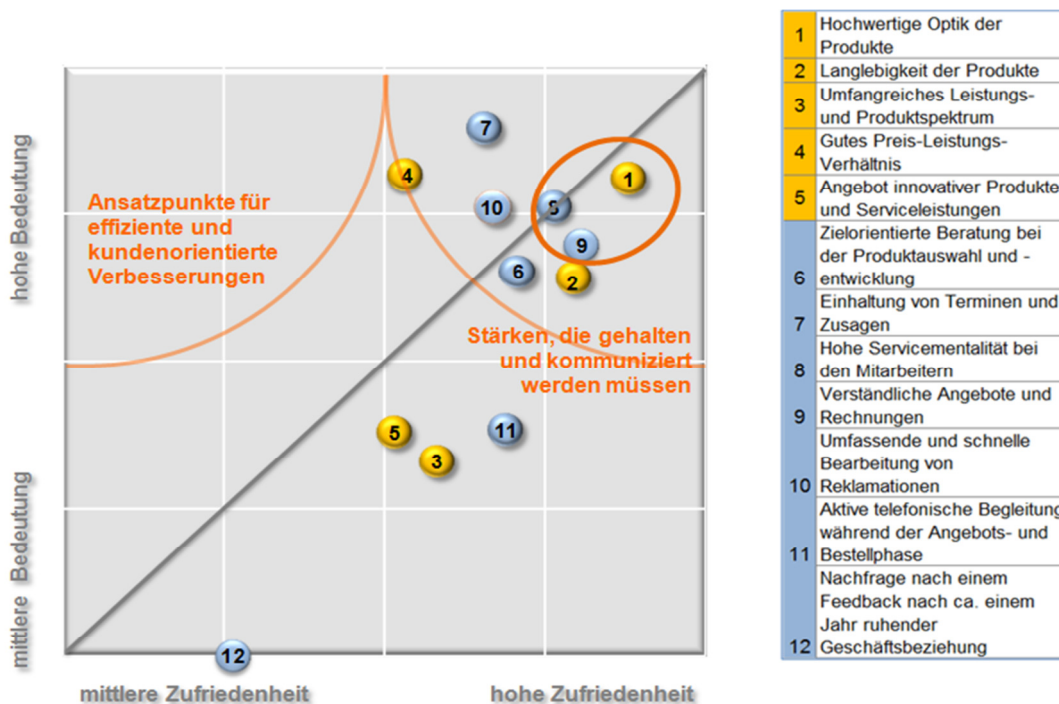


Abb. 1: Bedeutung und Zufriedenheit

Quelle: Grothus van Koten Mittelstandsmarketing

Im Durchschnitt weisen alle Punkte eine hohe bis sehr hohe Zufriedenheit bei gleichzeitig mittlerer bis hoher Bedeutung auf.

Aus Kundensicht sind die größten Stärken von Senne-Plastik die Sachverhalte 1 (Hochwertige Optik der Produkte), 9 (Verständliche Angebote und Rechnungen) und 8 (Hohe Servicementalität bei den Mitarbeitern). Hier trifft, die aus Kundenperspektive geäußerte hohe Bedeutung der Leistungen auf eine hohe Zufriedenheit mit der tatsächlichen Leistungserbringung durch Senne-Plastik.

Als eine „echte“ relative Schwäche von Senne-Plastik konnte, wie schon bei der Kundenzufriedenheitsbefragung in 2015, kein Sachverhalt identifiziert werden. Lediglich in der Bedeutung nehmen die Aspekte 5 (Angebot innovativer Produkte und Serviceleistungen, 3 (Umfangreiches Leitungs- und Produktspektrum) und 11 (Aktive telefonische Begleitung während der Angebots- und Bestellphase) für den Kunden eine geringere Priorität ein. Zudem hat der Punkt 12 (Nachfrage nach einem Feedback nach ca. einem Jahr ruhender Geschäftsbeziehung) eine relative geringe Bedeutung bei eher mittlerer Zufriedenheit.

Auffällig bei der Bedeutungs-/Zufriedenheitsanalyse ist, dass alle Serviceleistungen des Unternehmens (blaue Punkte) überaus positiv von den Befragten bewertet wurden und Senne-Plastik damit die Serviceleistungen zu den Stärken seines Unternehmens zählen kann.

Kundenzufriedenheit in Klassen

Aus den beiden gemessenen Komponenten „Leistungs-Bedeutung“ und „Leistungs-Zufriedenheit“ lässt sich die Zufriedenheit der Kunden berechnen und in Klassen aufteilen. Diese Analyse ergibt, dass 86% der Befragten mehr als nur zufrieden sind. 44% der Kunden sind sogar so zufrieden, dass von einer „Kundenbegeisterung“ gesprochen werden kann (gemessene Einzelzufriedenheit über 75%). Unzufrieden hat sich keiner der Befragten geäußert.

Weiterempfehlung

Die hohe Zufriedenheit der Kunden wird auch bei der Weiterempfehlungs-Bereitschaft sichtbar. Wie Abbildung 2 verdeutlicht, empfehlen 100 % der Kunden Senne-Plastik „ohne Einschränkungen“ weiter – davon sogar 39% ungefragt.

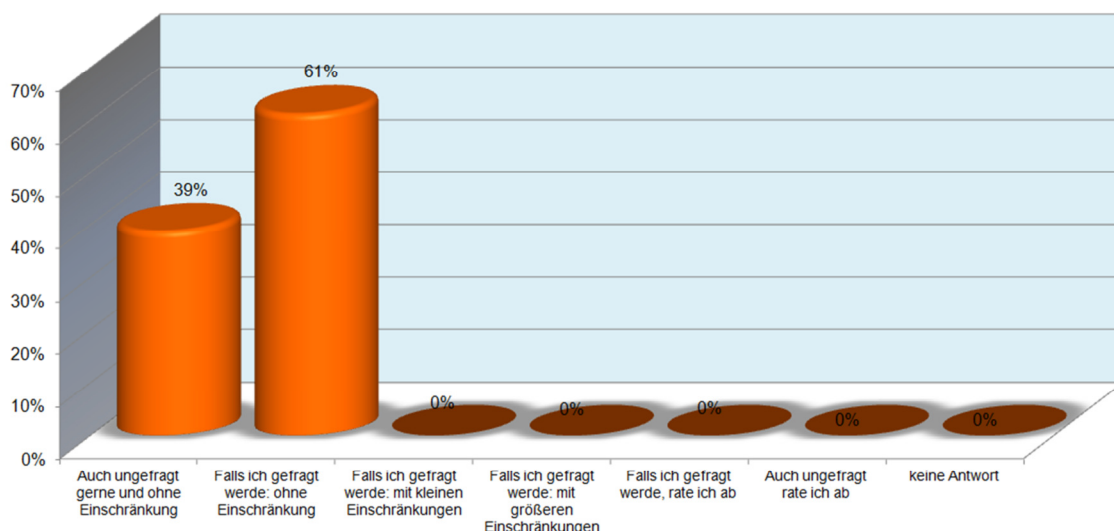


Abb. 2: Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden

Quelle: Grothus van Koten Mittelstandsmarketing

Nach dem Image von Senne Plastik gefragt, wird das Unternehmen von seinen Kunden als „freundlich“ und „zuverlässig“ angesehen. Bei den Informationsangeboten wertschätzen die Kunden vor allem die Mustersendungen und die Imagebroschüre.

Wettbewerbsvergleich

Auch der Vergleich mit dem Wettbewerb fiel für Senne-Plastik positiv aus. Wie Abbildung 4 zeigt, beurteilten die befragten Kunden alle abgefragten Leistungen besser als die Leistungen des Wettbewerbs. Insbesondere in den Punkten „Freundlichkeit“, „Produktqualität“ und „Service“ liegt Senne-Plastik deutlich vor den Wettbewerbern im Markt.

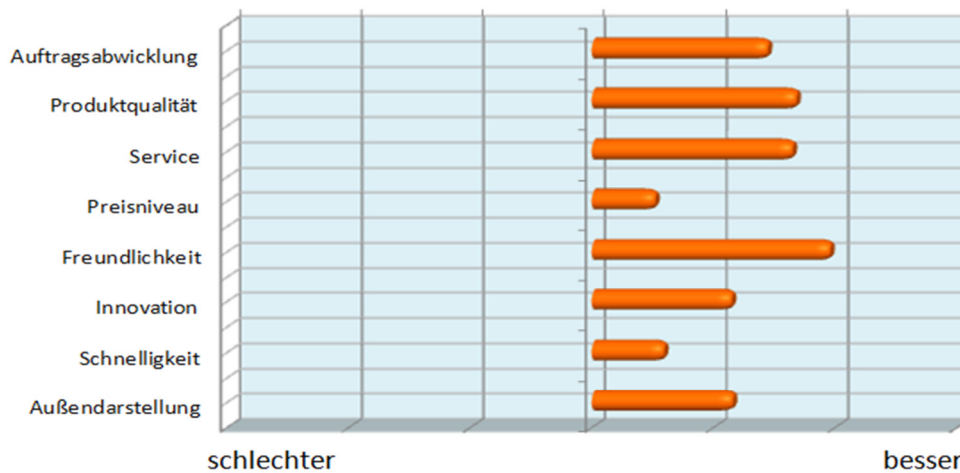


Abb. 4: Wettbewerbsvergleich

Quelle: Grothus van Koten Mittelstandsmarketing

Fazit

Grothus van Koten Mittelstandsmarketing bewertet die Ergebnisse abschließend wie folgt:

Der Senne-Plastik GmbH attestieren die Kunden Leistungen auf einem äußerst hohen Niveau. Bei einer gemessenen Zufriedenheit von 85,2 % und einer gefühlten Zufriedenheit von 92,5% kann von weiterhin sehr guten Kundenbeziehungen ausgegangen werden. Dieses wird durch die uneingeschränkte Weiterempfehlungsquote von 100% noch unterstrichen.

Zu dieser hervorragenden Kundenzufriedenheit tragen die hohe Servicementalität aller Mitarbeiter von Senne Plastik bei. Aber auch die hochwertigen Produkte sowie verständliche Angebote und Rechnungen zeichnet Senne-Plastik aus Kundensicht aus.

Aus den Urteilen und den zahlreichen Kundenanregungen lassen sich zielgenaue Maßnahmen ableiten, die nun konsequent umgesetzt werden sollten.

Dipl.-Kfm. Frank van Koten
Berater und Gesellschafter
Grothus van Koten Mittelstandsmarketing KG