

Wissen Sie, was Ihre Kunden wirklich denken?

Die Unternehmensberatung Heckner hat gemeinsam mit der PRISMA ein Konzept entwickelt, wie PBS-Fachhändler kostengünstig und zielgenau erfahren, wie Kunden über ihr Geschäft denken und wo Verbesserungspotentiale bestehen. Als Grundlage für zukünftige Entscheidungen und Mitarbeiter-Schulungen ist diese Befragung ganz hervorragend geeignet.



Wer glaubt zu wissen, was die Kunden wollen, könnte eine faustdicke Überraschung erleben.

Befragungsthemen

Diese und weitere Themen werden im Rahmen der PRISMA Kundenbefragung behandelt.

- Wissen Sie, welches PBS-Fachgeschäft / Buchhandlung am Ort den größten Bekanntheitsgrad hat und somit am ersten aufgesucht wird?
- Wissen Sie, wo die Kunden die wichtigsten Produkte aus dem Sortiment PBS kaufen und wer die wichtigsten Wettbewerber am Ort sind?
- Wissen Sie, wie das Preis-Leistungsverhältnis in Ihrem Geschäft im Vergleich zur Konkurrenz bewertet wird?
- Wissen Sie, wie Freundlichkeit, Wohlfühlatmosfera im Laden und die Fachkompetenz der Mitarbeiter bewertet werden?
- Kennen Sie die Wünsche und Verbesserungsvorschläge der Kunden an Ihr Geschäft?
- Und weitere Themen.

Ein Fragebogen wird grundsätzlich auf die Wünsche und Bedürfnisse des Auftraggebers ausgerichtet. Die Kernthemen werden aber von der Unternehmensberatung Heckner vorgeschlagen.

Befragungsmethoden

Die kostengünstigste Methode ist eine Befragung auf der Basis einer elektronischen Kundendatei als Onlineumfrage unter den E-Mailadressen der Kunden.

Weiterhin ist eine Befragung im Geschäft eine kostengünstige Möglichkeit. Bei dieser Gelegenheit können unter denjenigen, die sich an der Befragung beteiligen, Gutscheine verlost werden. Über diese Befragungsmethode kommt man an Kundendaten.

Eine weitere Methode ist eine Passantenbefragung am Standort. Hier wird die am Standort einkaufende Bevölkerung auf der Straße angesprochen und von den Interviewern befragt. Nicht jede Stadt ist allerdings einverstanden, dass solche Befragungen durchgeführt werden.

Ergebnisbericht mit Vorschlägen für die zukünftige Geschäftspolitik

Die Ergebnisse werden in einem ausführlichen schriftlichen Bericht zusammengefasst und dort, wo es möglich ist, mit Orientierungswerten der Branche verglichen. So kann jeder Unternehmer selbst feststellen, wo seine Wettbewerber am Ort sind und was seine Kunden an ihm schätzen.

Konkrete Maßnahmen

Auf dieser Grundlage werden konkrete Vorschläge unterbreitet, die der Unternehmer / die Unternehmerin auch anpacken muss, um die Situation und die Zukunftsperspektiven des Geschäftes zu verbessern.

Wichtig ist auch, dass die Mitarbeiter des Betriebes die Ergebnisse kennen und gemeinsam mit der Geschäftsleitung an Ideen arbeiten, was verbessert werden kann, um die Zukunft des Geschäftes und damit auch die Zukunft der Arbeitsplätze zu sichern.

Kosten

Die folgende Aufstellung zeigt, dass in bestimmten Regionen Deutschlands erhebliche Bundeszuschüsse zu einer sehr großen Kostenreduzierung führen.

Umfang 160-200 Fragebögen / Kosten in € netto	Inhouse-Befragung	Online-Befragung	Passantenbefragung
Abstimmung des Fragebogens mit dem Auftraggeber + Methodisches Vorgehen	260	130	130
Kosten der Feldarbeit	0	0	1.200
Auswertung der Ergebnisse und EDV-Kosten	680	680	680
Eingabe der Daten, Berichterstellung mit Maßnahmenplan	900	700	900
Summe Kosten	1.840	1.510	2.910
Kosten Westdeutschland nach Zuschuss 50 %	920	755	1.455
Kosten Ostdeutschland nach Zuschuss 80 %	368	302	582

Für nähere Informationen zu den Befragungen wenden Sie sich bitte an die Unternehmensberatung Heckner unter 08671 13016 oder unter heckner@heckner.com. Gerne beantworten wir Ihre Fragen, erarbeiten für Sie einen individuellen Fragebogen und unterbreiten Ihnen ein Kostenangebot, das auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist.