

## Direct Marketing

[www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)

### Checkliste Projekt Kundenzufriedenheitsmessung

Diese Checkliste dient als Leitfaden für Planung, Umsetzung und Erfolgskontrolle von Kundenzufriedenheitsmessungen. Sie hilft sicherzustellen, dass zum Zeitpunkt der Auftragserteilung alle Informationen vorhanden sind und bei Planung und Kontrolle die wichtigen Schritte beachtet werden. Sie kann je nach Projekt individuell angepasst werden.

### Rödl & Partner

Diese Checkliste wird durch die Firma Rödl & Partner zur Verfügung gestellt.

Auftraggeber:	Projektleitung:
	Abteilung:
Projektnummer:	
Projektbezeichnung:	
Datum:	
Verteiler Checkliste:	Intern:
	Extern:

**Ausgangslage: Sie möchten eine Kundenzufriedenheitsstudie durchführen – es wird davon ausgegangen, dass die Zufriedenheit quantitativ erhoben werden soll!**

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/ Spezifikationen
<b>1. Planung</b>	
<input type="checkbox"/> Welche Ihrer Kunden möchten Sie nach ihrer Zufriedenheit befragen? (Definition Grundgesamtheit: geografisch, soziodemografisch, psychographisch, verhaltensbezogen) <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Alle Kunden</li> <li><input type="checkbox"/> Nur die Top-Kunden</li> <li><input type="checkbox"/> Ein spezifisches Segment</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Wie soll die Zufriedenheit ausgewiesen werden? <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> In einem Index (Zusammenspiel von mehreren Einzelfragen die verrechnet werden)</li> <li><input type="checkbox"/> In einem Einzelwert (aus der Frage wie „Wie zufrieden sind Sie gesamthaft ....“)</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Wie sollen die Werte der Studie ausgewiesen werden? <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> In einem Handlungsportfolio welches kausale Zusammenhänge ausweist (Bedarf einer multivariaten Berechnung)</li> <li><input type="checkbox"/> In einem Handlungsportfolio welches Korrelationen ausweist</li> <li><input type="checkbox"/> Ohne Handlungsportfolio</li> <li><input type="checkbox"/> .....</li> </ul>	

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/ Spezifikationen
<input type="checkbox"/> Was ist zukünftig geplant? <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Die Studie wird nur einmalig (ad-hoc) durchgeführt</li> <li><input type="checkbox"/> Die Studie soll in einem bestimmten Rhythmus wiederholt werden (z.B. jährlich)</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Sollen die Werte aus der Studie mit anderen Kennwerten verknüpft werden? <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Mit intern existierenden Kennwerten</li> <li><input type="checkbox"/> Mit extern existierenden Kennwerten (z.B. Branchen Benchmarks für Zufriedenheit)</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Wie gross ist das Budget für die Studie?	
<input type="checkbox"/> Mit was für Ressourcen soll die Studie realisiert werden? <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Mit ausschliesslich internen Ressourcen</li> <li><input type="checkbox"/> Mit externen Ressourcen (Bedarf auf jeden Fall auch interne Ressourcen)</li> </ul>	
<b>2. Konzeption</b>	
<input type="checkbox"/> Wie viele Personen sollen befragt werden (mit Berücksichtigung der geschätzten Rücklaufquote und dem Vertrauensintervall)?	
<input type="checkbox"/> Welche Personen (Zielgruppe) aus der Grundgesamtheit sollen befragt werden? (Falls keine Vollerhebung geplant) <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einfache Zufallsauswahl</li> <li><input type="checkbox"/> Muss die Stichprobe allenfalls quotiert werden um die Repräsentativität zu gewährleisten? (Quotenauswahlverfahren)</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Soll die Befragung in mehreren Sprachen durchgeführt werden (abhängig von der Zielgruppe)?	
<input type="checkbox"/> Über welche Befragungsform soll befragt werden? <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Brief (schriftliche Umfrage)</li> <li><input type="checkbox"/> Telefon (CATI / <u>C</u>omputer <u>A</u>ssisted <u>T</u>elephone <u>I</u>nterviews)</li> <li><input type="checkbox"/> Web (Online-Umfrage)</li> <li><input type="checkbox"/> Persönlich (CAPI / <u>C</u>omputer <u>A</u>ssisted <u>P</u>ersonal <u>I</u>nterviews)</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Liegen die nötigen Kontaktdaten der zu befragenden Personen (Zielgruppe) vor? <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Eigene Adressen / Telefonnummern / Email-Adressen</li> <li><input type="checkbox"/> Fremde Kontaktdaten (Miete, Leasing, Kauf)</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Sollen Anreize (Incentives, Wettbewerb) für die Beantwortung der Fragen gegeben werden?	
<input type="checkbox"/> Terminplan erstellen – wann sollen die Resultate zur Verfügung stehen?	
<input type="checkbox"/> Falls externe Unterstützung gewählt: Briefing mit oben stehenden Punkten an diverse Institute zur Offertanfrage senden	

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/ Spezifikationen
<input type="checkbox"/> Offertevaluation: <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Preis</li> <li><input type="checkbox"/> Termine (können die vorgegeben Termine eingehalten werden?)</li> <li><input type="checkbox"/> Methodik (Was für eine Durchführungsart schlägt das Institut vor?)</li> <li><input type="checkbox"/> Stichprobengrösse (Wie viele Netto-Interviews wurden einkalkuliert – wie wurde der Rücklauf abgeschätzt?)</li> <li><input type="checkbox"/> Anzahl geschlossene und offene Fragen (Wie würde die Länge des Fragebogens offeriert?)</li> <li><input type="checkbox"/> Auswertungen (Was für Auswertungen kann das Institut offerieren?)</li> <li><input type="checkbox"/> Lieferobjekte (Management Summary, Berichtsordner, Datentabellen, Resultatpräsentation, SPSS-File (Rohdaten), Unterlagen auf CD-Rom, Massnahmenworkshop)</li> </ul>	
<b>3. Durchführung</b>	
<input type="checkbox"/> Erstellen des Fragebogens unter Berücksichtigung der gewünschten Auswertungen (Multivariat, Korrelationen) und der Methodik (schriftlich, telefonisch, persönlich oder online)	
<input type="checkbox"/> Allenfalls Testinterviews durchführen und Zeitschätzung (inkl. Interviewerschulung)	
<input type="checkbox"/> Allenfalls definitiven Fragebogen übersetzen	
<input type="checkbox"/> Verkauf informieren, das Kundenstudie im Feld ist	
<input type="checkbox"/> Durchführung der Studie (Feldphase)	
<input type="checkbox"/> Fortlaufende Überprüfung des Rücklaufs und allfälliger Quoten	
<b>4. Auswertung</b>	
<input type="checkbox"/> Auswertung der Rohdaten gemäss definierten Auswertungseinheiten (Breaks / Kreuztabellen) – inkl. Plausibilitätsprüfungen	
<input type="checkbox"/> Zielgruppen gerechte Aufbereitung der Ergebnisse	
<input type="checkbox"/> Erstellen eines Factsheets „Studiendesign“ mit allen notwendigen Angaben <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Grundgesamtheit</li> <li><input type="checkbox"/> Stichprobe</li> <li><input type="checkbox"/> Rücklauf</li> <li><input type="checkbox"/> Methodik</li> <li><input type="checkbox"/> Feldzeit</li> </ul>	
<input type="checkbox"/> Erstellen eines Kommunikationskonzeptes <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Wem werden die Resultate zugestellt</li> <li><input type="checkbox"/> Wie werden die Resultate zugestellt</li> <li><input type="checkbox"/> Wann werden die Resultate zugestellt</li> </ul>	
<b>5. Massnahmen</b>	
<input type="checkbox"/> Wo liegen die Schwachpunkte?	
<input type="checkbox"/> Welche Massnahmen lassen sich ableiten?	

# downloads

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/ Spezifikationen
<input type="checkbox"/> Wer zeichnet für die definierten Massnahmen verantwortlich?	
<input type="checkbox"/> Wie soll die Massnahmenumsetzung kontrolliert werden?	