

Kundenbefragung der unilab AG

Kundenzufriedenheit gehört zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren qualitäts- und serviceorientierter Unternehmen. Um sich ein Bild von der Zufriedenheit ihrer Kunden zu verschaffen, beauftragte uns die unilab AG mit der Durchführung einer umfassenden Zufriedenheitsanalyse. Das repräsentative Ergebnis kann sich sehen lassen, denn die Kundenzufriedenheit von 72% spricht für ein überzeugendes Qualitätsniveau.

Fast jeder dritte Kunde hat mit seiner Teilnahme an der Befragung wertvolle Erkenntnisse für die weitere Entwicklung des Unternehmens beigetragen. Insbesondere aus der Gegenüberstellung der zu bestimmten Aspekten geäußerten Präferenzen und Zufriedenheiten, konnten wertvolle Schlüsse gezogen werden.

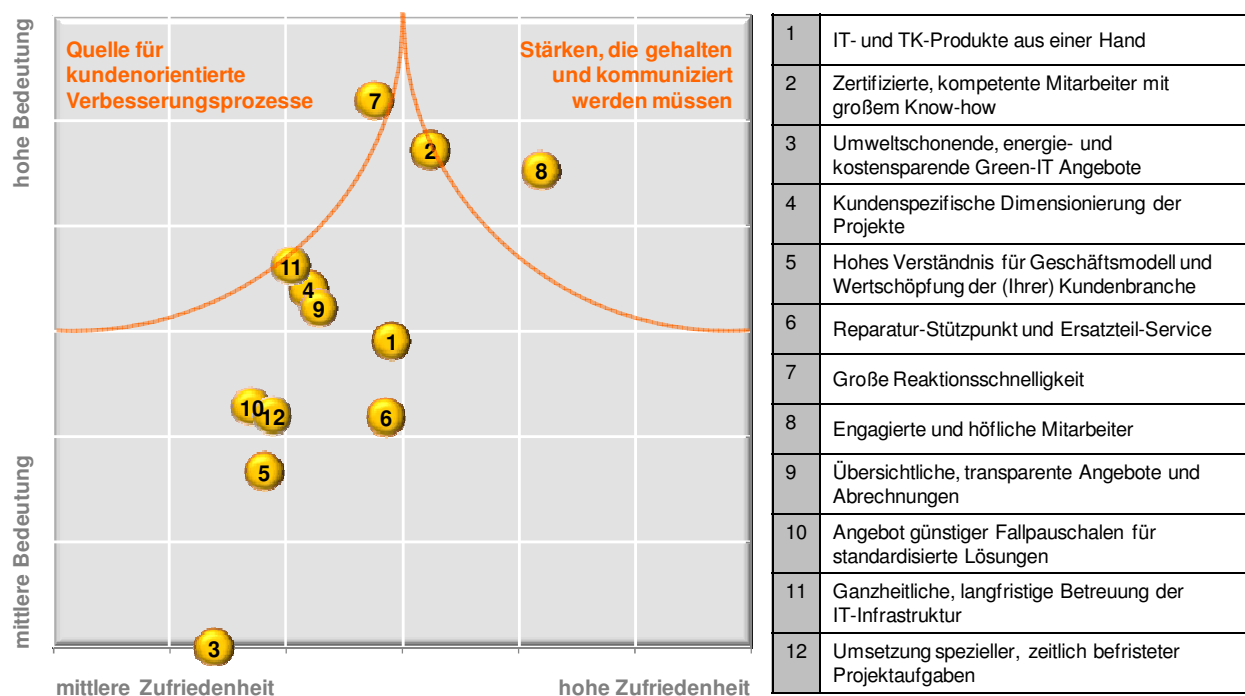


Abb. 1: Bedeutung und Zufriedenheit aus Kundensicht bezüglich verschiedener Themen

Als besondere Stärke von unilab stellt sich nach der Befragung besonders der Punkt 8 „Engagierte und höfliche Mitarbeiter“ heraus. Schwächen im engeren Sinne konnten nicht identifiziert werden. Bei allen Leistungen lag die Zufriedenheit mindestens im mittleren Bereich. Dennoch lässt bei den Themen „Große Reaktionsschnelligkeit“ (Punkt 7) und „Ganzheitliche, langfristige Betreuung der Infrastruktur“ (Punkt 11) das Verhältnis von Zufriedenheit und Bedeutung aus Kundensicht überdurchschnittliches Potenzial für noch mehr Kundenzufriedenheit vermuten.

Aus den beiden gemessenen Komponenten „Themen-Bedeutung“ und „Themen-Zufriedenheit“ lässt sich die Zufriedenheit der Kunden berechnen. Wie die Abbildung 2 verdeutlicht, befinden sich ungefähr 50% im Zufriedenheitsniveau von über 75%. Lediglich 5% der Kunden können nur auf niedrigem bis mittlerem Niveau zufrieden gestellt werden.

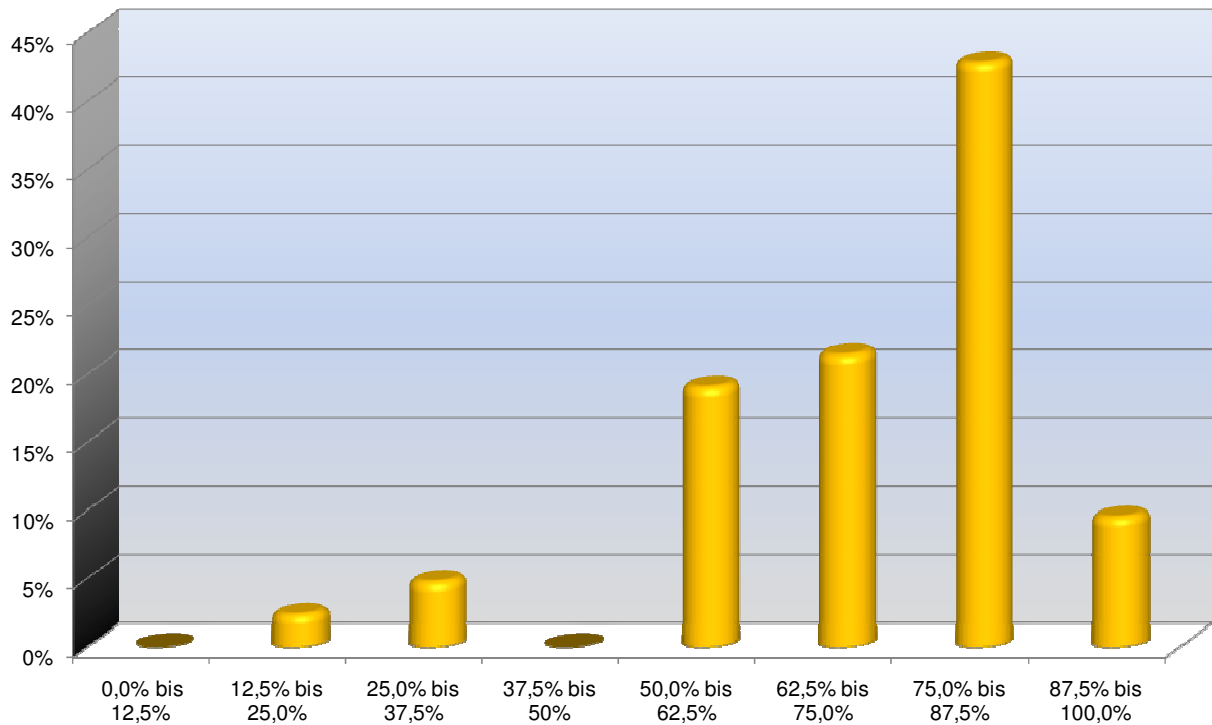


Abb. 2: Kundenzufriedenheit in Klassen

Die hohe Zufriedenheit der Kunden wird auch aus den Imagewerten sichtbar. Stark verbinden die Kunden mit der unilab AG Werte wie „spezialisiert“, „innovativ“ und „individuell“. Besonders erfreulich ist das gute Abschneiden des Begriffes „partnerschaftlich“, das der unilab AG Nähe und Verbundenheit zu ihren Kunden bescheinigt.

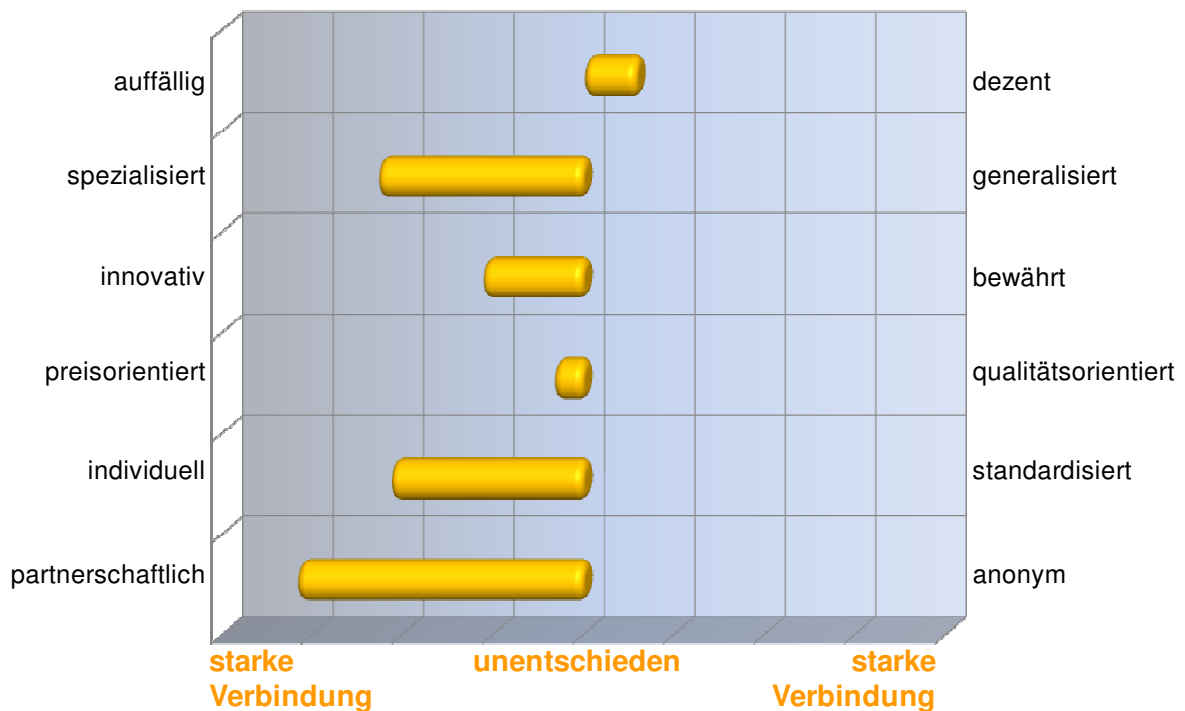


Abb. 3: Image

Bei dem Wettbewerbsvergleich von unilab mit anderen Systemhäusern beurteilten die Befragten auf einer Skala von „viel schlechter“ bis „viel besser“ (-100% bis +100%) die unilab AG überaus positiv. Alle Leistungen wurden zwischen 30% und 40% besser bewertet als die des durchschnittlichen Wettbewerbs, wobei Vertriebskompetenz und Kundenorientierung die besten Werte erhielten.

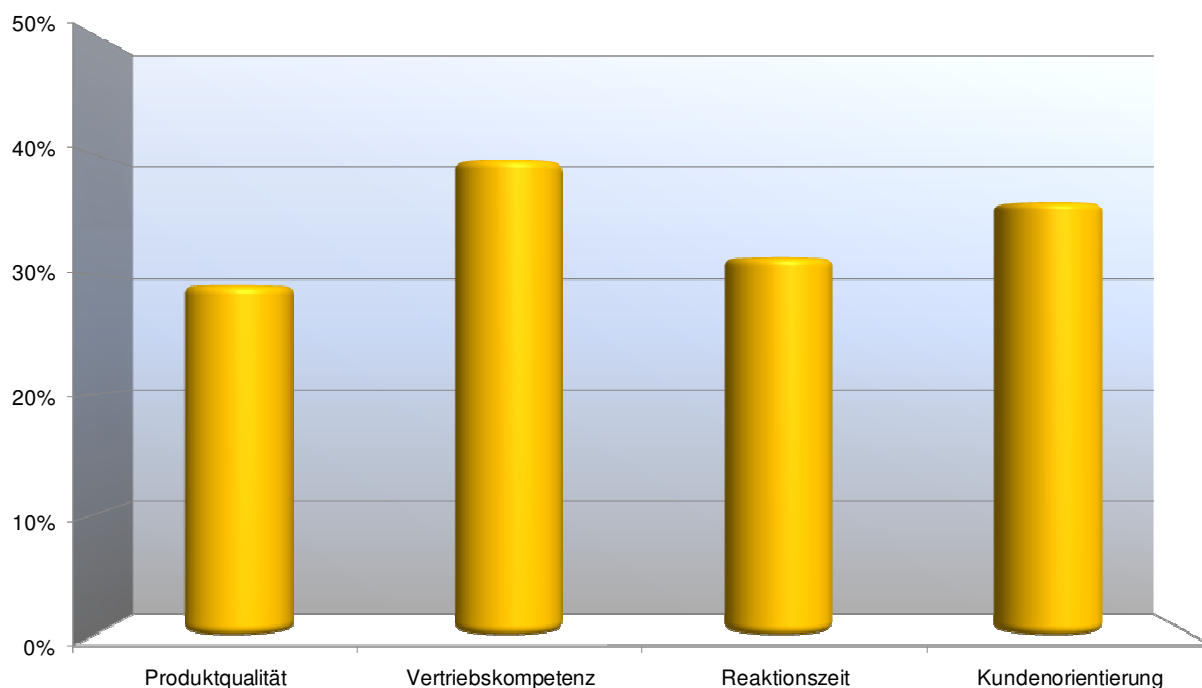


Abb. 4: Wettbewerbsvergleich

Auf diesem erfolgreichen Ergebnis wird sich die unilab AG nicht ausruhen. Aus den Befragungsergebnissen und den vielen Kundenanregungen lassen sich zielgenaue Maßnahmen ableiten, die konsequent umgesetzt werden. Auf der Internetseite www.unilab.de werden Sie über die Fortschritte auf dem Laufenden gehalten.

Ein herzlicher Dank geht an alle, die durch ihre Teilnahme an der Kundenbefragung dem Unternehmen die Gewissheit gegeben haben, dass sie auf dem richtigen Weg sind und mit ihrer Mitarbeit die Grundlage für weitere Verbesserungen geschaffen haben.

Dipl.-Kfm. Till Grothus, Projektleiter