

Der Einsatz von Kundenzufriedenheit im Risikomanagement

Das Risikomanagement gewinnt immer mehr an Bedeutung, traditionelle Indikatoren wie Bilanz- und Erfolgsrechnung werden heute ergänzt mit Humankapital. Die Wahrnehmung aus Kundensicht ist ein wichtiger Faktor in der Finanzanalyse und somit ein wichtiges Thema für jedes Unternehmen. Produkte werden immer ähnlicher und Techniken werden kopierbar. Um einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu erzielen müssen Firmen auf einen qualitativ anspruchsvollen Kundenservice setzen. Konsumentenpsychologie liefert ein hochrangiges Entscheidungswissen für Marketing und Vertriebssteuerung und bildet somit wichtige Faktoren für das Risikomanagement.

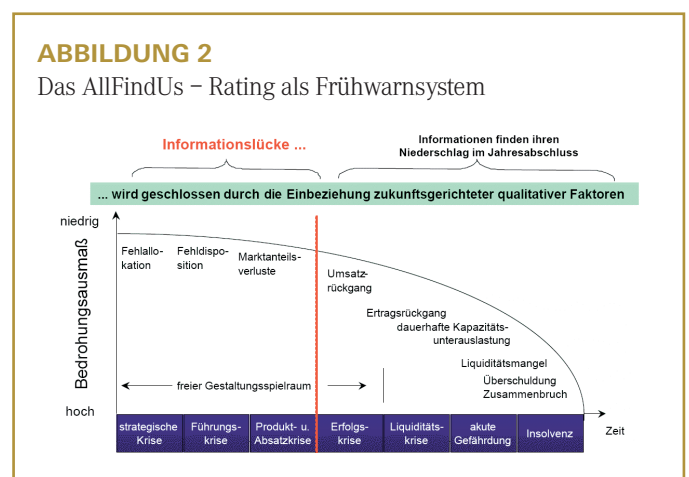
DER EINSATZ VON KUNDENZUFRIEDENHEIT IM RISIKOMANAGEMENT. Das Risikomanagement gewinnt immer mehr an Bedeutung, traditionelle Indikatoren wie Bilanz- und Erfolgsrechnung werden heute ergänzt mit Humankapital. Die Wahrnehmung aus Kundensicht ist ein wichtiger Faktor in der Finanzanalyse und somit ein wichtiges Thema für jedes Unternehmen. Produkte werden immer ähnlicher und Techniken werden kopierbar. Um einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu erzielen müssen Firmen auf einen qualitativ anspruchsvollen Kundenservice setzen. Konsumentenpsychologie liefert ein hochrangiges Entscheidungswissen für Marketing und Vertriebssteuerung und bildet somit wichtige Faktoren für das Risikomanagement. Eine permanente Messung der Kundenzufriedenheit ist einer der wichtigsten Bausteine im Methodenspektrum und liefert Konkrete Aussagen für das Kredit-, Markt- und Operatives Risiko. Aufgeklärte Verbraucher sind resistent gegen Werbung und legen Wert auf objektivierete Unternehmensdar-

stellungen und Konsumentenmeinungen¹, laut Studien informieren sich 86 Prozent der Konsumenten vor dem Kauf im Internet über das Dienstleistungsangebot. Um den Wandel von Märkten und Chancen frühzeitig zu erkennen und Dienstleistungen gezielt zu positionieren und weiterzuentwickeln, bedarf es der Implementierung eines Frühwarnsystems, das auf den variablen der Kundenzufriedenheit basiert.

Die Website <http://www.AllFindUs.com> ist eine im März 2009 gegründete Referenzadresse für qualitative Dienstleistung in Deutschland und Luxemburg und repräsentiert eine neutrale Kommunikationsbrücke zwischen Unternehmern und Konsumenten. Das AllFindUs Rating ist anerkannt bei der Verwendung von Zertifizierungen und in Kredit Ratinggesprächen. Mit dem AllFindUs-Rating werden Bedrohungen innerhalb der Branche rechtzeitig erkannt und können durch ausgewählte Gegenmaßnahmen eliminiert werden. AllFindUs bietet folgende Möglichkeiten.

IM CONTROLLING.

- Sie erkennen die Stärken und Schwächen Ihrer Dienstleistung. Unabdingbarer Optimierungsbedarf wird auf diese Weise auf einen Blick sichtbar. Vergleiche zwischen Filialen werden erleichtert, umso den Ausbau und die Weiterentwicklung des Unternehmenscontrollings zu gewährleisten.
- Als Manager profitieren Sie von einer direkten Kundenzufriedenheitsmessung, erhalten Rückschluss auf die erbrachte Leistung und können Trends in dem Augenblick erkennen, in dem sie sich abzeichnen.
- Weiterempfehlungsquote (Net Promoter Score) ist online einsehbar.
- Permanent gemessene Kundenzufriedenheit.



IN FRAGEN DER SICHERHEIT.

- Ihr Unternehmen kann nur einmal von einem User bewertet werden. Kunden können ihre eigene Meinung revidieren, ohne dass das alte Urteil bestehen bleibt. User-Meinungen sind lebendig und auch wechselnd, somit stets aktuell.
- Revidierte Meinungen können im Detail eingesehen werden.
- Das AllFindUs – Rating basiert ausschließlich auf aktuellen Meinungen.
- Mit Löschung der Userdaten werden auch alle abgegebenen Bewertungen unwiderruflich gelöscht.

IM MARKETING.

- Der Faktor Mensch wird zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.
- Offenheit und Transparenz in der Firmenphilosophie stärkt die Kundenbindung.
- Fokussierung auf den eigentlichen Kern des Marketings. Marketing als marktorientierte Unternehmensführung bedeutet in der heutigen Zeit eine kundenorientierte Unternehmensführung.
- Detaillierte Analysefunktionen, um die Veränderungen in den relevanten Umweltbereichen aufzuspüren und die Konsequenzen für das Unternehmen aufzuzeigen.

Das Projekt AllFindUs wird von der Fachhochschule Trier – University of Applied Sciences- unter der Leitung von Dr. Udo Burchard Prof. für Marketing und Vertrieb im Fachbereich Wirtschaft begleitet. Durch die Unterstützung staatlicher Institutionen gewährleistet AllFindUs, inhaltlich und methodisch, eine hochprofessionelle online Ermittlung von permanenten Kundenmeinungen, deren fundierte Ableitung konkrete Maßnahmen für Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung, Kommunikation und Strategie darstellen.

Die Zukunft verlangt von Unternehmen ein tieferes Verständnis von Kunden, Zusammenhängen und Motivstrukturen des Marktes und die Optimierung des Risikomanagements.

Fußnote

- 1 1. Quelle Fonds professionell Steria Mummert, Studie Banking Trend 2008

AUTOREN

Armin Schmatz, Rating Analyst (univ.) armin.schmatz@euromodul.lu ist geschäftsführender Gesellschafter der Euro Modul S.à r.l. und verantwortlich für das Projekt AllFindUs.

Christophe Said (B.A. IB) christophe.said@euromodul.lu ist Key Account Manager der Euro Modul S.à r.l. und verantwortlich für den Bereich Marketing und Marktforschung.