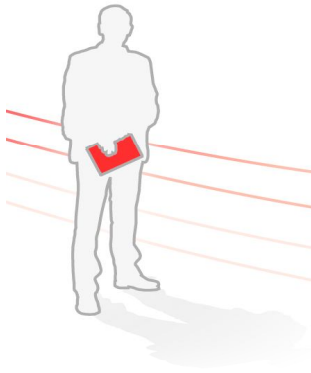


Consulimus AG

Unschlagbar günstige Business Services

Kundenbefragung

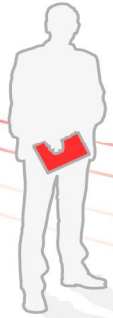
Köln, Januar 2010



Consulimus AG

Kurzvorstellung

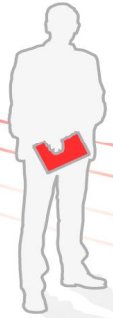
Köln, Januar 2010



1. Consulimus-Konzept 1/2



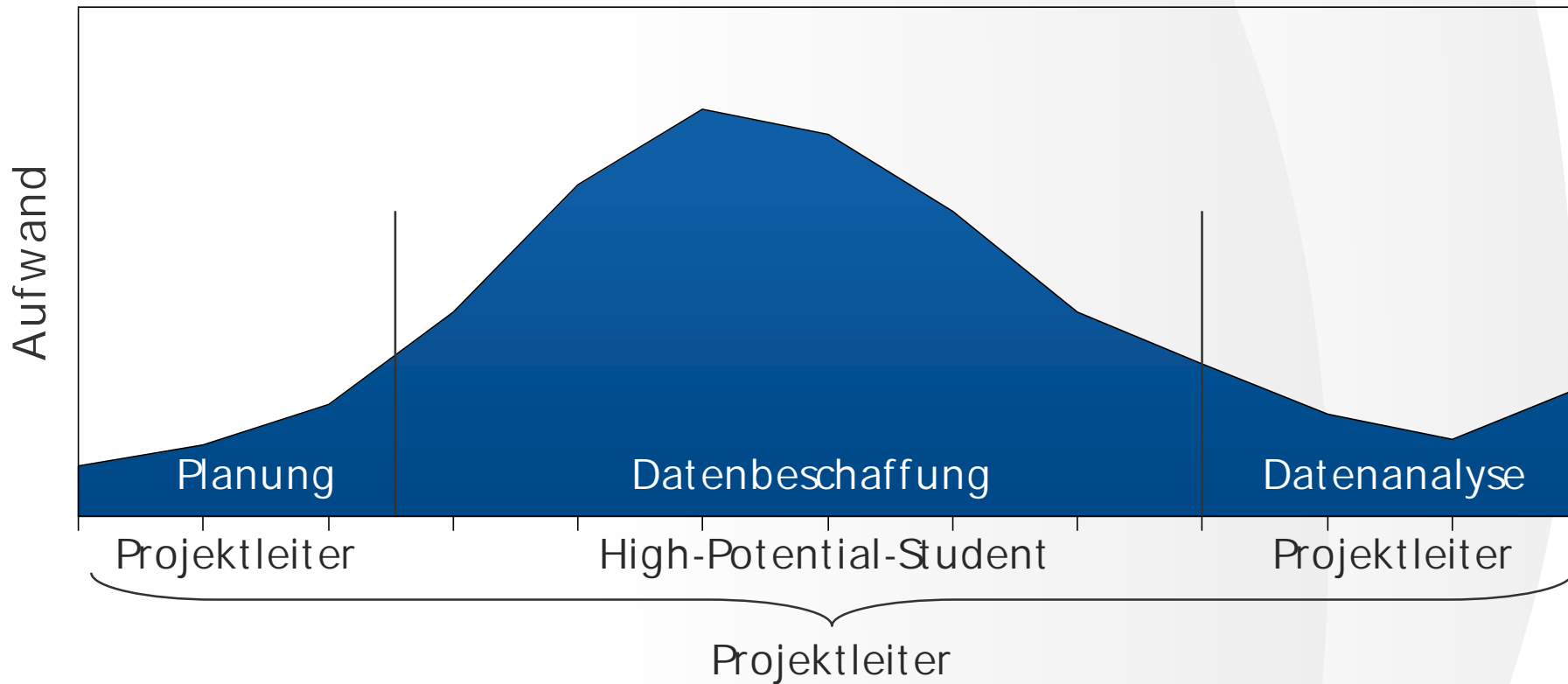
- Innovatives Leistungskonzept, das auf dem verstärkten Einsatz von High-Potential-Studenten basiert
 - High-Potential-Studenten übernehmen vor allem zeitaufwendige Tätigkeiten (Datenbeschaffung und -aufbereitung)
 - Projektleiter übernehmen Planung, Steuerung und Kontrolle der Projekte sowie Datenanalyse, Entwicklung von Handlungsempfehlungen, Erstellung des Abschlussberichts, Ergebnispräsentation
- Konzept ermöglicht es, hochqualitative Dienstleistungen zu sehr attraktiven Konditionen anzubieten

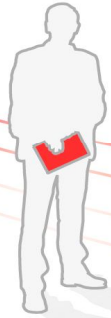


1. Consulimus-Konzept 2/2



Typischer Projektverlauf





2. Ihre Vorteile



Unschlagbare Preise

- Niedrige Fixkosten dank projektbezogenem Mitarbeiterereinsatz
- Einsatz junger, hoch motivierter und zeitlich flexibler Mitarbeiter
- Tools, Leitfäden und Checklisten für schnelle Projektumsetzung

Hohe Ergebnisqualität

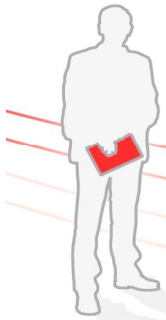
- Umfangreiche Projekterfahrung
- Wissensmanagement
- Aufwendige Personalauswahl
- Intensive Mitarbeiterschulung
- Intensive Mitarbeiterbetreuung

 Über 50 namhafte Referenzkunden in kürzester Zeit!



3. Referenzen (Auszug)

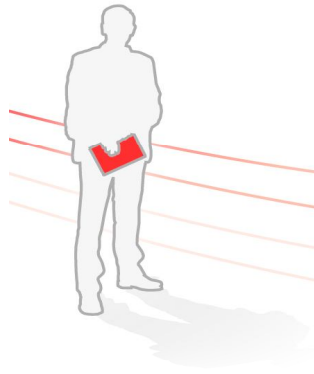




4. Leistungsschwerpunkte



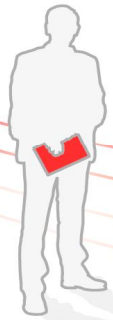
| Marketing | Unternehmensentwicklung | IT |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Kundenbefragungen• Marktanalysen• Marktstudien• Konkurrenzanalysen• Online Marketing• Adressqualifizierung | <ul style="list-style-type: none">• Mystery Tests• Mitarbeiterbefragungen• Prozessanalysen• Personalvermittlung• Projektunterstützung | <ul style="list-style-type: none">• Contentpflege, z.B. in MOSS, Typo 3• Datenbankpflege, z.B. in MS Excel, MS Access• Programmierarbeiten (Unterstützung) z.B. in C++, PHP, Java, MySQL• Schulungen |



Consulimus AG

Kundenbefragung

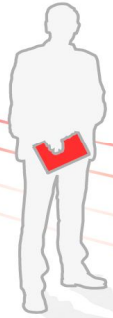
Köln, Januar 2010



6. Projektplanung



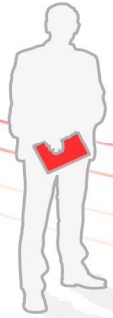
- Definition der exakten Erhebungsziele
- Bestimmung der Zielgruppe
- Festlegung des Befragungsmediums
- Bestimmung des Befragungszeitraums
- Bestimmung sonstiger Besonderheiten der Befragungsdurchführung
 - Incentive-Gestaltung
 - Ansprachestil
 - Einbindung von Fremdsprachen



7. Befragungsinstrument



- Entwicklung eines Befragungsinstrumentes (Fragebogen) entsprechend der Ergebnisse der Projektplanung
- Umsetzung sämtlicher Anforderungen der empirischen Sozialforschung an eine belastbare Datenerhebung
 - Validität (intern/extern)
 - Reliabilität
 - Objektivität
 - Praktikabilität

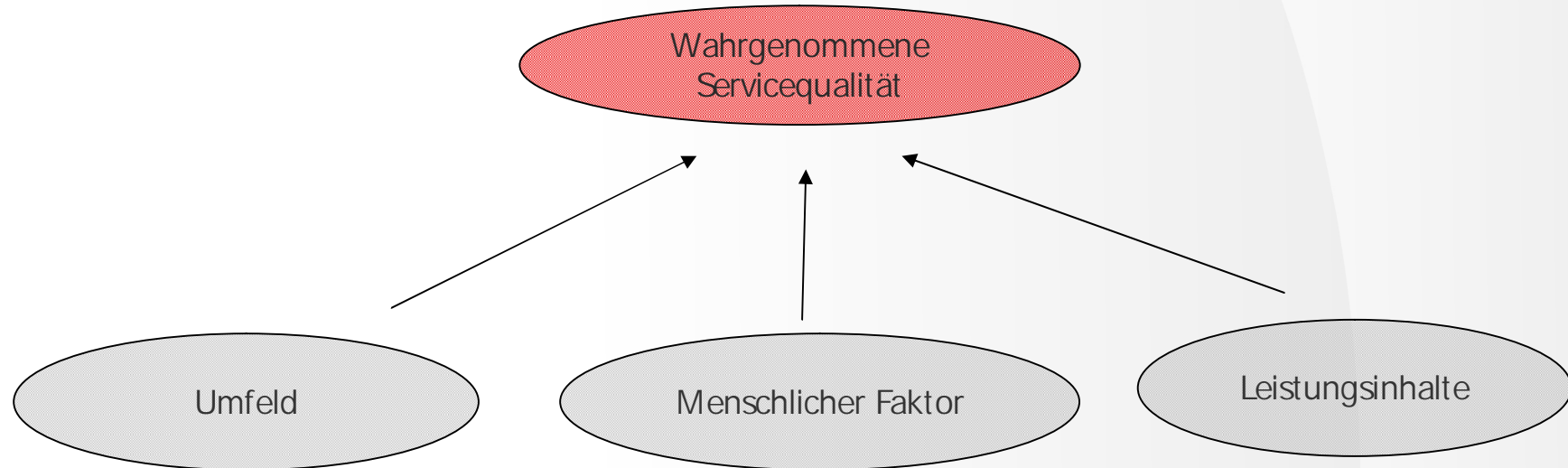


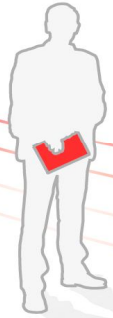
8. Befragungsinstrument

Beispielhafte Qualitätsdimensionen



Identifikation von Qualitätsdimensionen





9. Befragungsinstrument

Beispielhafte Serviceaspekte

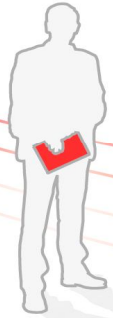


Menschlicher Faktor

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | k.A. |
|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 1 | Freundlichkeit des Mitarbeiters | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 2 | Engagement des Mitarbeiters | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 3 | Fachkompetenz des Mitarbeiters | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 4 | Verständliche Ausdrucksweise des Mitarbeiters | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |

Leistungsinhalte

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | k.A. |
|---|--------------------------------|---|---|---|---|---|------|
| 1 | Verfügbarkeit des Systems | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 2 | Bedienerfreundlichkeit | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 3 | Vollständigkeit der Funktionen | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |



10. Durchführung



Hier: Online-Befragung

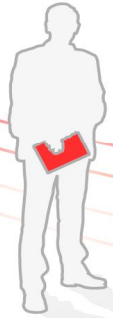
- Überführung des entwickelten Fragebogens in ein online-fähiges Format unter Verwendung des unternehmenseigenen Befragungstools
- Entwicklung von Inhalten zur digitalen Aufforderung der Zielgruppe zur Befragungsteilnahme (ggf. Formulierung von Remindern)



11. Befragungstool



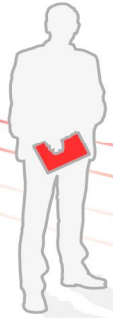
- Leichte Bedienbarkeit und Übertragbarkeit von vorhanden Fragebogensvorlagen
- Anpassbarkeit an Gestaltungsvorgaben des Kunden (Corporate Design)
- Verfügbarkeit gängiger Fragenarten (Checkboxen, Radiobuttons, Textfelder etc.)
- Verfügbarkeit gängiger Befragungsfunktionen (Nicht-lineare-Befragungsverläufe, Pflichtfeldabfragen, Seitenumbruchmöglichkeit)



12. Ergebnisaufbereitung

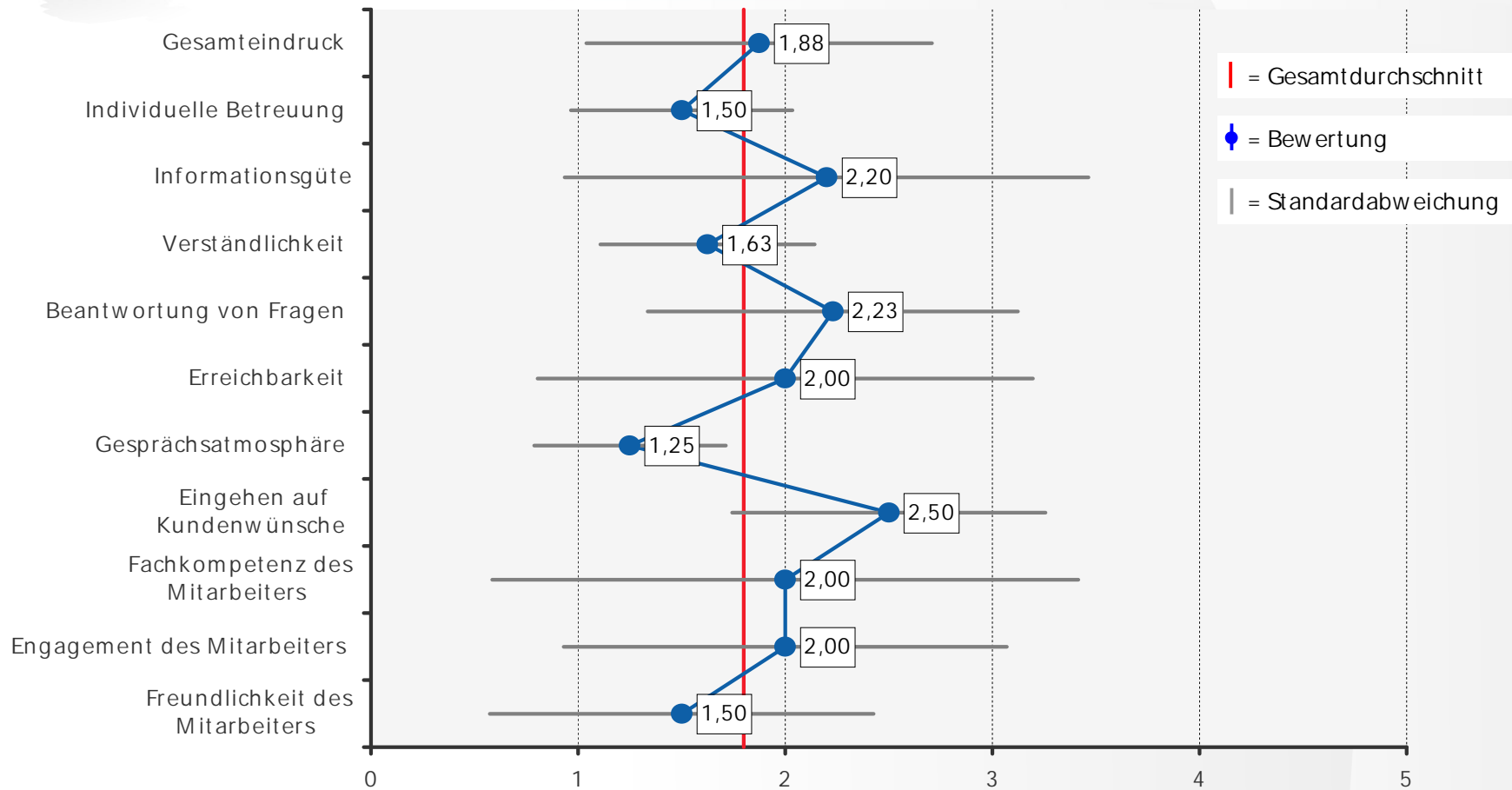


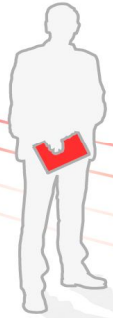
- Auswertung der Befragungsergebnisse entsprechend der definierten Befragungsziele mittels gängiger statistischer Verfahren
- Aufbereitung der Auswertungsergebnisse in entscheidungsorientierten Diagrammen
- Zusammenfassung der Ergebnisse in einem finalen Bericht
- Kurzzusammenfassung (Management Summary)
- Übermittlung der Auswertungsergebnisse in elektronischer Form (optional persönliche Präsentation)



Beispielhafte Aufbereitung

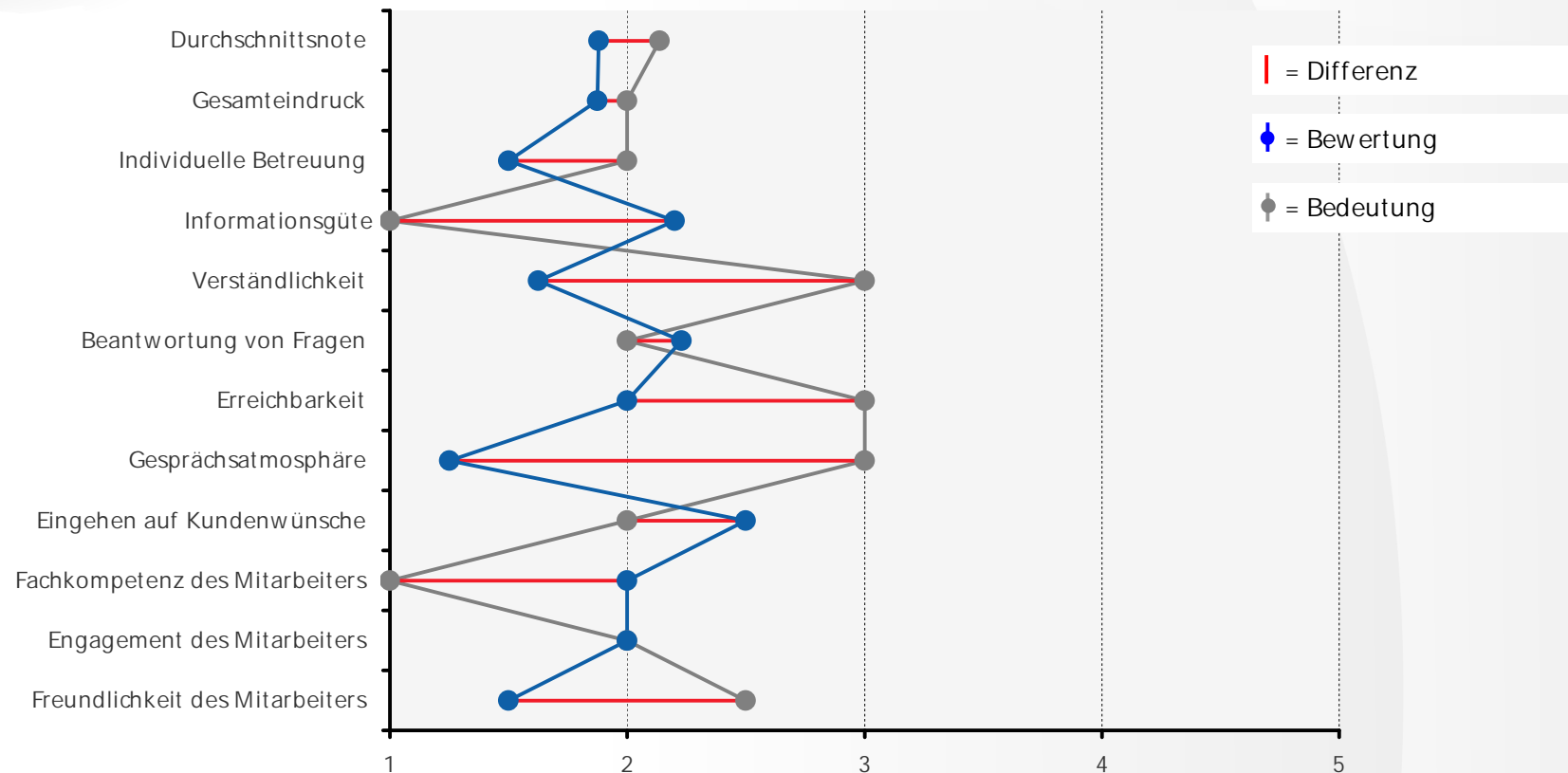
Zufriedenheit (mit Standardabw.)



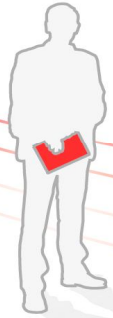


Beispielhafte Aufbereitung

Zufriedenheit vs. Bedeutung



Die Bedeutung der einzelnen Aspekte wurde entsprechend der Unternehmenspolitik gemeinsam mit dem Kunden festgelegt.



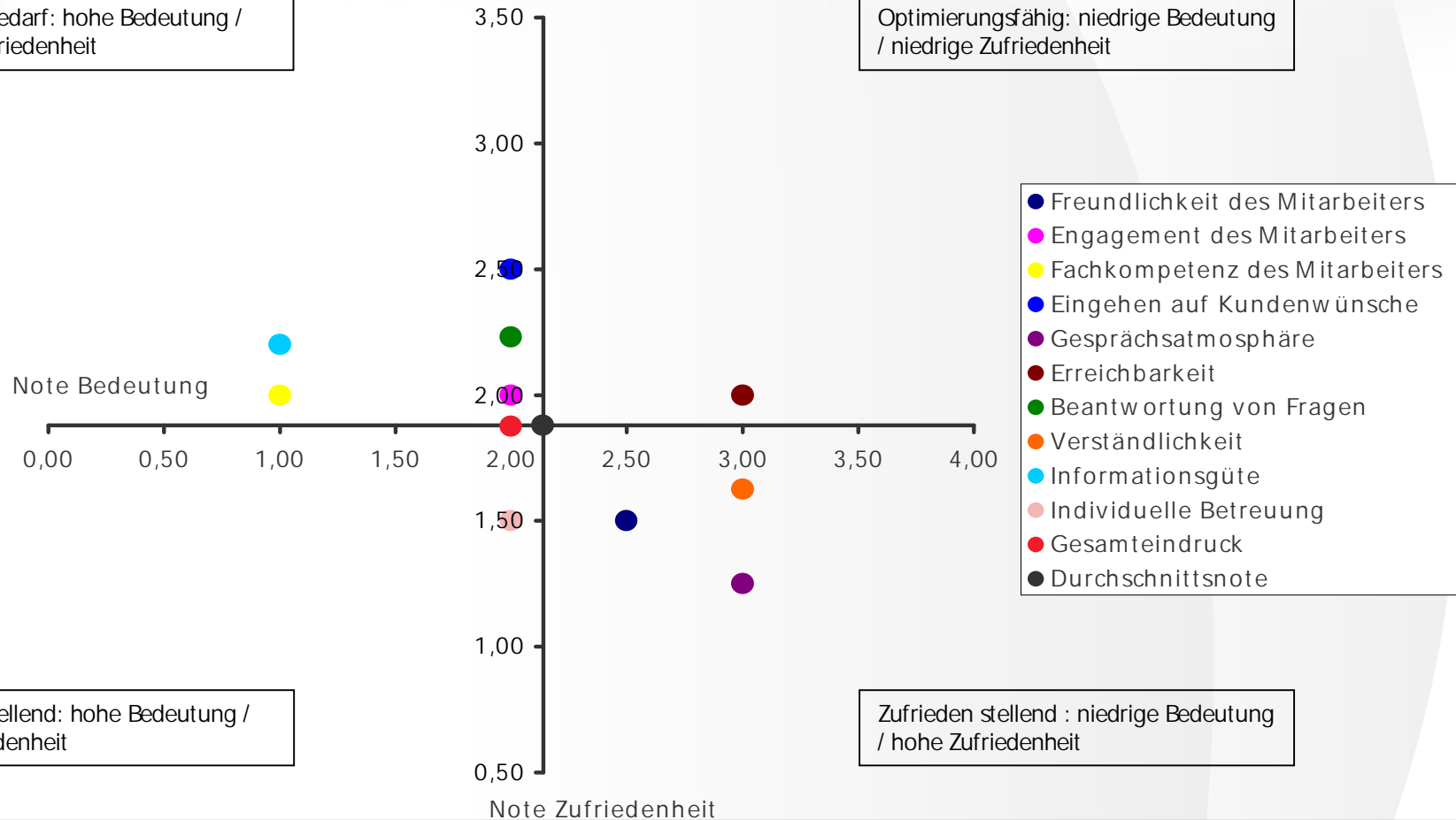
Beispielhafte Aufbereitung

Relevanz-Bewertungsmatrix



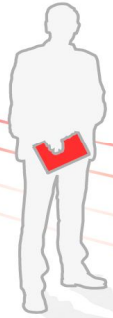
Handlungsbedarf: hohe Bedeutung /
niedrige Zufriedenheit

Optimierungsfähig: niedrige Bedeutung /
niedrige Zufriedenheit



Zufrieden stellend: hohe Bedeutung /
hohe Zufriedenheit

Zufrieden stellend : niedrige Bedeutung /
hohe Zufriedenheit

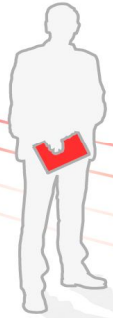


Beispielhafte Aufbereitung

Weiterempfehlungsneigung



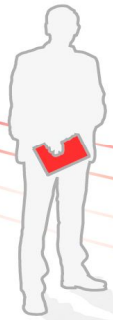
■ Ja ■ nein



13. Referenzprojekte 1/4



- Ausstellerbefragung Koelnmesse Service GmbH
 - Online
 - 3.000 Aussteller
- Kundenbefragung Foto Walser GmbH
 - Online
 - 100.000 Kunden
- Mitgliederbefragung Deutscher Wellnessverband e.V.
 - Online
 - 300 Mitglieder



13. Referenzprojekte 2/4



Wir geben
Ihrem Business
neue Impulse



Ausstellerbefragung der Koelnmesse Service GmbH Exhibitor survey of Koelnmesse Service GmbH

Wie bewerten Sie unsere Standbauleistungen bezüglich folgender Aspekte?

| | zufrieden | eher zufrieden | eher unzufrieden | unzufrieden |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Einhaltung der vereinbarten Liefertermine | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Lieferung aller bestellten Leistungen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Qualität des Standbaumaterials / der Ausstattung | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Freundlichkeit der Mitarbeiter | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kompetenz der Mitarbeiter | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Qualität der Dienstleistung | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Komplexität des Bestellvorgangs | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vollständigkeit der Rechnung | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Verständlichkeit der Rechnung | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

(1 / 4)

Zur nächsten Seite >>



*in Deutschland, außer Terminpaket, Sperrgut, Speditionsversand und Nachnahme

FOTO WALSER
SPEZIALVERSAND

Kundenbefragung der Foto Walser GmbH & Co. KG Customer survey of Foto Walser GmbH & Co. KG

Servicequalität

Wie beurteilen Sie unseren Service?

| | sehr gut | gut | geht so | eher schlecht | sehr schlecht | k.A. |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Freundlichkeit der Mitarbeiter | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Erreichbarkeit des Serviceteams | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Reklamationen

Waren Sie mit der Abwicklung der Reklamation zufrieden?

| | sehr gut | gut | geht so | eher schlecht | sehr schlecht | k.A. |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Bearbeitungsdauer | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Regelung des Rückversandes | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kulanz | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

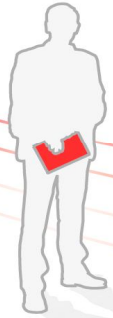
Personal

Wie zufrieden waren Sie mit unseren Fachkräften?

| | sehr gut | gut | geht so | eher schlecht | sehr schlecht | k.A. |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Beratung durch unsere Fachkräfte | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Erreichbarkeit des Fachteams | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

(1/4)

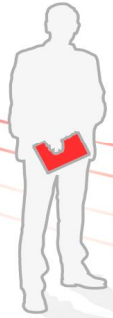
Zur nächsten Seite



13. Referenzprojekte 3/4



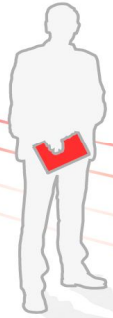
- Mitarbeiterbefragung Nikon GmbH
 - Postalisch
 - 100 Mitarbeiter
- Leserbefragung Vorwerk & Co. KG
 - Postalisch
 - 20.000 Mitarbeiter
- Diverse weitere postalische Befragungen in Kooperation mit dem TÜV SÜD



13. Referenzprojekte 4/4



- Kundenbefragung Deutsche Rockwool GmbH
 - Telefonisch
 - 1.500 Kunden und Zielkunden
- Professorenbefragung Universität zu Köln
 - Persönlich
 - 200 Professoren
- Entwicklung Studie zum deutschen Gasmarkt
 - Telefonisch
 - 2.000 Endverbraucher



14. Kontakt



Consulimus AG

Gottfried-Hagen-Str. 20

51105 Köln

Ansprechperson:

Fabian Molzberger, Vorstand

Tel.: (0221) 788 745-0

E-Mail: molzberger@consulimus.de

Web: www.consulimus.de