



KUNDENKONTAKTPUNKT



Kundenbefragungen

Konzeption, Auswertung und Durchführung
zu unschlagbaren Konditionen



- **Umfangreiche Erfahrung** bei der Durchführung von Kundenbefragungen
- **Zahlreiche namhafte Referenzen** (u.a. Siemens, DZ Bank, koelnmesse, TÜV Süd)
- **Sehr attraktives Preis-/Leistungsverhältnis**
- **Genau Beachtung der Projektziele** des Auftraggebers durch gemeinsames Festlegen der Projektparameter in persönlichem Kick-Off-Gespräch
- Befragungsdurchführung sowohl **schriftlich, telefonisch** als auch **online** möglich
- Anfertigung von gesamt- und zielgruppenspezifischen Teilauswertungen
- Graphische Aufbereitung der Auswertungsergebnisse
- Identifikation von Handlungsbedarfen und **Empfehlung von Maßnahmen**
- **Begleitung bei Maßnahmenumsetzung** (optional)



1. Kundenbefragung – Methode

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

1.1 Projektbeschreibung



Ziel

- Messung der Zufriedenheit der Kunden mit den Leistungen und Services des Auftraggebers
- Deutliche Steigerung der Zufriedenheit der Kunden
- Langfristige Kundenbindung, Erhöhung der Umsätze pro Kunde, Erhöhung der Weiterempfehlungsneigung



Umsetzung

- Entwicklung eines individuellen Befragungsinstruments
- Stichprobengröße abhängig von der Größe des Kundenstamms
- Befragung je nach ausgewähltem Medium (telefonisch, schriftlich, online)
- Zielgruppenspezifische Befragung möglich



Ergebnisse

- Exakte Informationen über Zufriedenheit und (zukünftige) Bedürfnisse Ihrer Kunden
- Ermittlung der von Ihren Kunden wahrgenommenen Leistungen
- Aufdeckung von Bereichen expliziten Handlungsbedarfs
- Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit

Festlegung der Projektparameter in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber im Rahmen eines Kick-Off-Termins



- Definition und Gewichtung der exakten Informationsziele:
 - Aspekte der Servicequalität und Kundenzufriedenheit im Allgemeinen
 - Kommunikationsrelevante Ziele (Image, Unternehmenswahrnehmung etc.)
 - Vertriebsrelevante Informationsziele
 - Identifikation der individuellen Informationsziele der einzelnen Bereiche in persönlichen Arbeitsrunden mit den einzelnen Bereichsleitern
- Exakte Festlegung der Zielgruppen und Zielgruppenzusammensetzung
- Abstimmung von Besonderheiten der Zielgruppenansprache
- Festlegung sämtlicher Maßnahmen zur Steigerung der Response-Rate (Incentivierung, Erinnerungsanschreiben etc.)
- Festlegung grundsätzlicher Vorgaben der Ergebnisauswertung und -aufbereitung

1.3 Projektvorbereitung

Übernahme sämtlicher Projektphasen



- Individuelle Entwicklung einer ganzheitlichen Befragungskonzeption aufbauend auf den Ergebnissen der Projektplanung
 - Berücksichtigung allgemeiner Informationsziele
 - Berücksichtigung der Bereichsinformationsziele
 - Optional: Konzeption der Gegenüberstellung der internen und externen Sichtweise (Simultane Mitarbeiterbefragung)
- Finale Abstimmung der gesamten Methode mit sämtlichen relevanten Entscheidern des Auftraggebers
- Festlegung des Befragungsmediums (telefonische, schriftliche oder Online-Befragung)
- Festlegung des Befragungszeitraums

1.4 Befragungskonzeption



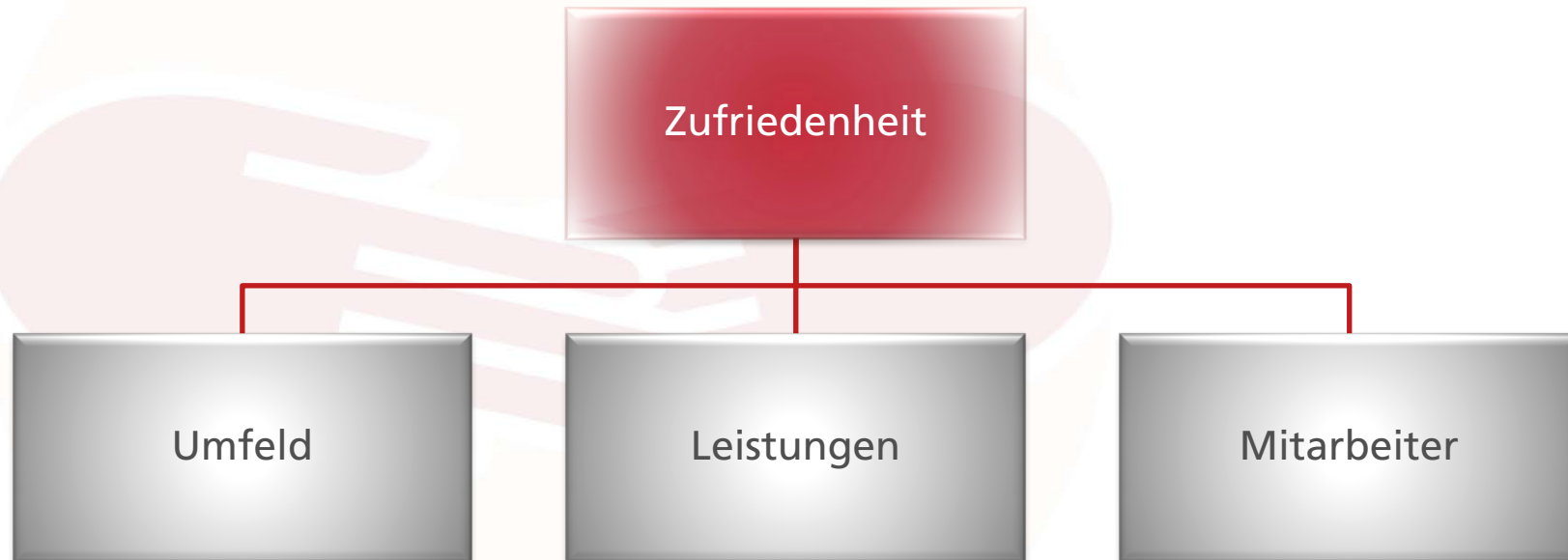
Individuelle Konzeption als Kern der Befragung

- Entwicklung eines Fragebogens für die Informationsbereiche
 - Kundenzufriedenheit
 - Kundenwünsche/-erwartungen
 - Differenzierungskriterien (Persönliche/demographische Informationen, Kundengruppenzugehörigkeit etc.)
- Identifikation unterscheidbarer Dimensionen der Zielinformationen
- Entwicklung von Einzelaspekten zur Beschreibung der Dimensionen
- Umsetzung sämtlicher Anforderungen der empirischen Sozialforschung an eine belastbare Datenerhebung (Validität intern/extern), Reliabilität, Objektivität, Praktikabilität)
- Festlegung optimaler, fragebezogener Skalen

1.4.1 Befragungskonzeption



Beispielhafte Dimensionsidentifikation



1.4.2 Befragungskonzeption



Beispielhafte Aspekte der Zufriedenheitsdimensionen

Dimensionen	Aspekte
Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none">▪ Freundlichkeit der Mitarbeiter▪ Kompetenz der Mitarbeiter▪ Zuverlässigkeit der Mitarbeiter▪ ...
Leistung	<ul style="list-style-type: none">▪ Angebotsbreite▪ Angebotstiefe▪ Geschwindigkeit der Leistungserstellung▪ ...
Umfeld	<ul style="list-style-type: none">▪ Öffnungs-/Erreichbarkeitszeiten▪ De-facto Erreichbarkeit▪ ...
...	<ul style="list-style-type: none">▪ ...

1.5 Fragebogengestaltung



Umsetzungsbeispiel physischer Fragebogen

Mitarbeiterbefragung

„Was glauben Sie, denken unsere Kunden?“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Volksbank Vogtland eG

2. Unternehmenswahrnehmung

Wie nehmen unsere Kunden die Volksbank Vogtland eG bezüglich der folgenden Gegensätze wahr?
Bitte kreuzen Sie je Zeile nur ein Kästchen an. Beispielfhaft repräsentieren die Kästchen der ersten Zeile folgende Bewertungen:
← = Sehr modern; ← = Eher modern; → = Eher konservativ; → = Sehr konservativ

Modern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Konservativ
Bewegungsorientiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Verkaufsorientiert
Spezialist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Abround-Anbieter
Anbieter standardisierter Leistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Anbieter individueller Lösungen
Gewinnerorientiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Genossenschafts- / Genossenschaftsorientiert
Regional orientiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Global ausgerichtet

Wie bewerten unsere Kunden das soziale und kulturelle Engagement der Volksbank Vogtland eG?
(z.B. Sponsoring von Sportvereinen und sonstigen Initiativen, Unterstützung sozialer Einrichtungen und kultureller Veranstaltungen etc.)

Stark engagiert	Engagiert	Wenig engagiert	Nicht engagiert	Keine Wahrnehmung
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie wichtig ist unseren Kunden, dass sich die Volksbank Vogtland eG sozial und kulturell engagiert?

Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie bewerten unsere Kunden das Bekenntnis der Volksbank Vogtland eG zur Region? (u.a. allgemeine Förderung der Region, Engagement für regionale Interessen, Unternehmensbürgerschaft, gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens etc.)

Stark	Eher stark	Eher schwach	Schwach	Keine Wahrnehmung
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie wichtig ist unseren Kunden ein Bekenntnis der Volksbank Vogtland eG zur Region?

Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kennen unsere Kunden die Möglichkeit Mitglied der Volksbank Vogtland eG und somit Teilhaber der Bank zu werden?

Ja	Nein
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ist dies für unsere Kunden ein relevantes Thema?

Ja	Nein
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Als Mitglied sind unsere Kunden Eigentümer ihrer Volksbank Vogtland eG. Wie erleben unsere Kunden diese besondere Stellung?

- Der Kunde kann keine besondere Behandlung als Mitglied seiner Bank feststellen.
- Der Kunde erlebt gelegentlich, beispielsweise durch besondere Ansprache oder besondere Aktivitäten/Angebote seiner Bank, dass er Mitglied ist.
- Der Kunde erlebt permanent eine besondere Wertschätzung als Mitglied seiner Bank.

1.5 Fragebogengestaltung



Beispielhafte Darstellung von Variationsmöglichkeiten in der Fragen- und Layoutgestaltung

koelnmesse
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 >>](#)

Healthness Index
Publics Health

Medical Wellness / Gesundheitstourismus

Präventionsangebote zur aktiven Vorsorge, Kurreisen, Beautypakete für mehr Entspannung und Gesundheit

Nicht nur für Berufstätige werden in Zeiten von Abtaghektik und Jobstress ihre Freizeit und Urlaube immer kostbarer. Auch für Senioren liegt beim Verreisen ein großer Schwerpunkt auf der medizinischen Betreuung und zusätzlichen Fitness-, Kur- und Schulausgangangeboten z.B. für Diabetes mellitus. Dafür greifen die Urlauber gern auch befer in die Tasche.

Ferienregionen, Hotels und Reiseveranstalter stellen sich auf die neuen Kundenbedürfnisse ein und bieten spezielle Trainings, Ernährungskurse, Entspannungsübungen und weitere Therapieoptionen an. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung und welche Erfahrungen haben Sie bereits damit gemacht?

1. Inwieweit trägt Ihrer Meinung nach Medical Wellness besonders zur Gesunderhaltung des Menschen bei?

Bewertung von 1 - 10 (sehr wenig bis sehr viel)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Wie oft haben Sie mit Ihren Patienten/Kunden im letzten Quartal in Ihrer Rolle als "Gesundheitsberater" (eventuell auch zusätzlich zu einer medikamentösen Therapie) über Medical Wellness gesprochen?

eher weniger (unter 10 Prozent) bis zu einem Drittel (etwa 30 Prozent) nahezu der Hälfte (bis 50 Prozent) regelmäßig (über 50 Prozent)

3. Bei welchen Indikationen haben Sie Medical Wellness empfohlen?

- Hypercholesterinämie
- Adipositas
- Diabetes
- Schwangerschaft
- Osteoporose

FOTO WALSER
SPEZIALVERSAND

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

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](#)

Aleris Kundenbefragung 2010

Möchten Sie Ihre Bewertungen gerne anonym abgeben?

Ja
 Nein

Falls Nein, geben Sie bitte Ihren Firmennamen an:

Aus welchen Werken beziehen Sie Ihre Produkte und Leistungen?

Walz- & Stranggepresste Produkte

- Koblenz
- Duffel
- Bonn
- Bitterfeld
- Vogt
- Tianjin (China)

Recycling

- Grevenbroich
- Toeping
- Deizisau
- Swansau

Fortschritt [<<< Zurück](#) [Speichern und weiter](#)

1.5 Fragebogengestaltung



Inhaltsseiten zur Unterstützung der Befragungskommunikation

Volksbank Vogtland eG

**„Dialoge führen, Potenziale erkennen und nutzen.“
Mitarbeiterbefragung 2010 - IHRE Meinung zählt für uns!**

Sehr geehrte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

die nachhaltige Existenzsicherung unserer Genossenschaftsbank ist ein Ziel unserer strategischen Ausrichtung/Vision. Dabei hält das unternehmerische Umfeld, aber auch die eigene Prozesslandschaft unserer Bank, für uns alle eine Vielzahl von stetigen Veränderungen bereit. Es ist für uns nach wie vor sehr wichtig, SIE als Mitarbeiter/in in notwendige Veränderungen nachhaltig einzubeziehen.

Die Ergebnisse dieser Mitarbeiterbefragung sind daher für uns eine bedeutende Informationsgrundlage für strategische Entscheidungen und konkrete Planungen. Ihre Meinungen bzw. Vorstellungen über Ihre Zufriedenheit/Motivation, Einschätzungen zu Ihrem Arbeitsumfeld/Arbeitsatmosphäre sowie zum Betriebsklima sind für uns von ganz wesentlicher Bedeutung, um Handlungsbedarfe zu erkennen bzw. abzuleiten.

Wir haben die "Consulimus AG" beauftragt, in unserem Haus eine Mitarbeiterbefragung durchzuführen. Hierzu wurde ein auf die Belange unserer Bank abgestimmter Fragebogen gemeinsam mit Ihnen entwickelt.

Selbstverständlich ist die Online-Befragung freiwillig und anonym. Bei der Auswertung wird seitens der "Consulimus AG" gewährleistet, dass keine Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich sind. Der Datenschutz hat auch hier für uns oberste Priorität! Natürlich sind die Befragungsergebnisse umso aussagekräftiger, je mehr Mitarbeiter/innen sich aktiv beteiligen. Wir laden Sie daher herzlich ein, an unserer Befragung teilzunehmen. Der Online-Fragebogen steht Ihnen bis einschließlich 13. Dezember 2010 zur Verfügung.

Die Ergebnisse werden Ihnen nach Auswertung und Interpretation in einer Gesamtbankveranstaltung, spätestens Anfang März 2011, präsentiert.

Mit herzlichem Dank für Ihre Mitarbeit und freundlichen Grüßen

Ihr Vorstand der Volksbank Vogtland eG

„Gemeinsam mehr erreichen“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Inhaltsseiten zur Anleitung der Befragungsteilnehmer bzgl. der Befragungsfunktionalität

axigo
financial solutions & technology

Instruktion

Die nun folgenden Frageblöcke sind so aufgebaut, dass Sie zuerst bewerten, wie **wichtig** Ihnen das jeweils abgefragte Kriterium bezogen auf Software-Hersteller oder IT-Lösungen im Finanzdienstleistungsbereich ist.

Danach geben Sie bitte an, inwieweit das Kriterium aus Ihrer Sicht auf **axigo** zutrifft.

Die folgende Grafik dient als Beispiel: Der blau eingefarbte Begriff - in diesem Fall "Kernaussrichtung: Kundenbetreuung" - soll zuerst in seiner Wichtigkeit und dann bezogen auf axigo bewertet werden.

	sehr wichtig	<		>		unwichtig	
Wichtigkeit	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		Bewerten Sie bitte hier die Wichtigkeit
	trifft voll und ganz zu	<		>		trifft überhaupt nicht zu	
Bewertung axigo	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		Bewerten Sie bitte hier axigo.

3 / 11

<<< Zurück Weiter >>>



Wahlweise schriftliche, telefonische oder Online-Befragung

- Möglichkeit zur Umsetzung der Befragung via
 - Pen-and-Paper-Befragung (physischer Fragebogen)
 - Telefonische Befragung
 - Online-Fragebogen
- Graphische Anpassung an Corporate Design-Vorgaben des Auftraggebers
- Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen der Befragungsdurchführung unabhängig von gewähltem Befragungskanal
 - Druck/Programmierung CATI-Tool/Onlinebefragungs-Tool
 - Kundenansprache
- Bereinigung der Rohdaten
 - Digitalisierung rückläufiger physischer Fragebögen/Export der Ergebnisse aus Online-Datenbank bzw. aus CATI-Tool
 - Prüfung der Rohdaten bzgl. Vollständigkeit, Plausibilität und ggf. Rechtschreibung/Form
 - Clustering von Antworten auf offene Fragestellungen

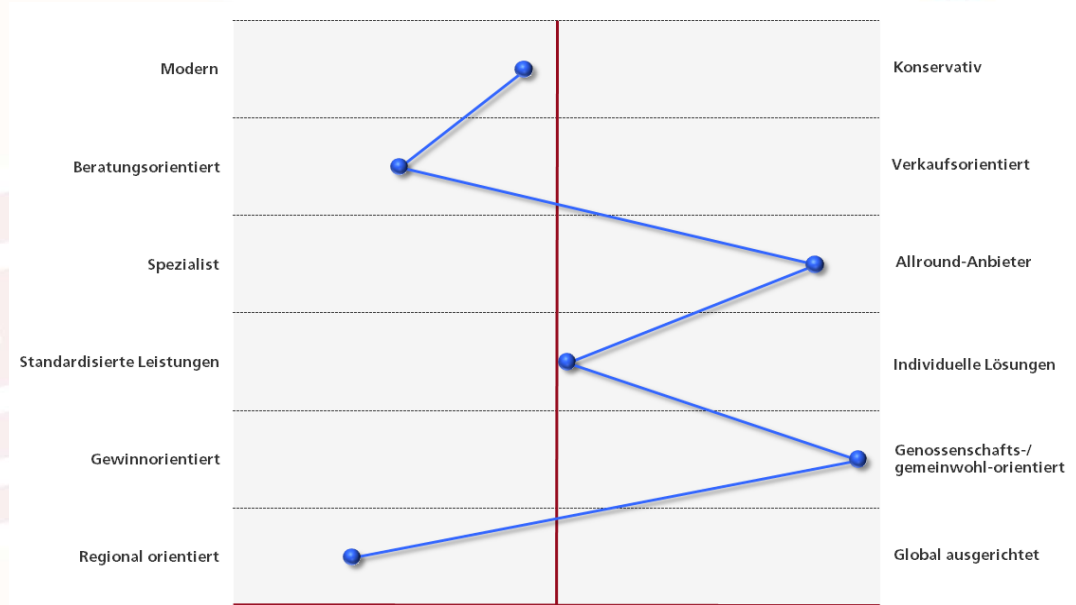
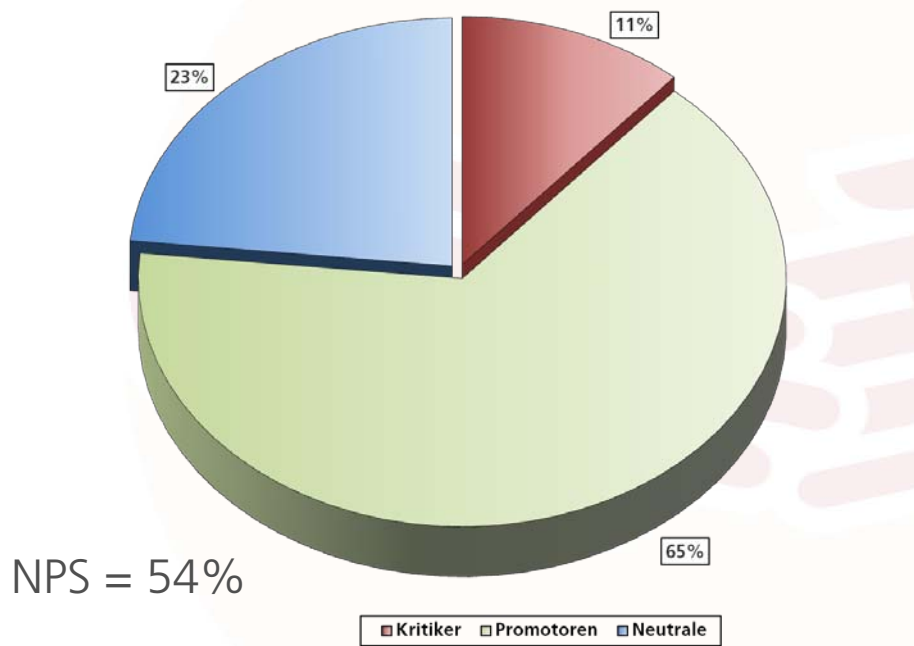
Kompakte Ergebnisse und zielführende Analysen



- Statistische Auswertung der Befragungsergebnisse entsprechend der im Rahmen der Projektplanung festgelegten Auswertungsinhalte
 - Anfertigung einer Gesamtauswertung
 - Anfertigung von zielgruppenspezifischen Teilauswertungen
- Graphische Aufbereitung der Auswertungsergebnisse entsprechend der Vorgaben der Projektplanungsphase
- Identifikation von Handlungsbedarfen
- Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Persönliche Präsentation der Auswertungsergebnisse vor relevanten Entscheidungsträgern

1.7.1 Beispielhafte Aufbereitung

Übergreifende Ergebnisindizes und Darstellung von Gesamtergebnissen

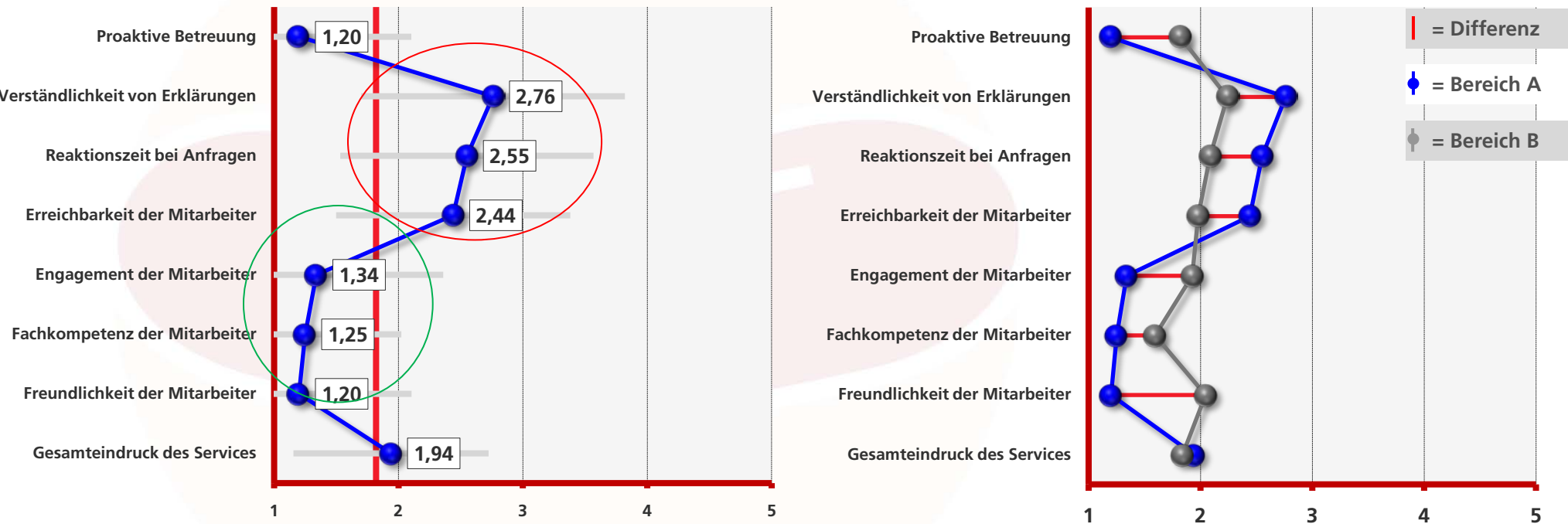


- ✓ Extrem hoher NPS von 54% (Branchenvergleichswert „Branche XY“ = -16 %)
- ✓ Imageziele des Unternehmens werden im Wesentlichen getroffen. Anpassung ggf. im Bereich der wahrgenommenen Modernität nötig.

1.7.2 Beispielhafte Aufbereitung



Darstellung von Einzelergebnisse und Vergleichen



- ✓ Persönliche Aspekte der Mitarbeiterwahrnehmung fallen im Einzelergebnis des Bereichs „A“ sehr gut aus
- Strukturelle Aspekte der Mitarbeiterwahrnehmung fallen schlechter aus und stellen Handlungsbedarf dar
- ? Bereich „B“ weist ein sehr durchschnittliches Profil aus, hier besteht insgesamt Potential zur Verbesserung



1. Kundenbefragung – Methode

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

2.1 Referenzprojekt – Kundenbefragung



- Ziel
 - Optimierung der Vertriebsausrichtung durch stärkere Anpassung an Erwartungen und Anforderungen der Kunden
- Aufgabe
 - Konzeption, Durchführung und Auswertung einer Befragung verschiedener Kundengruppen
 - Parallele Durchführung einer vergleichenden Mitarbeiterbefragung zur Gegenüberstellung der externen und internen Wahrnehmung
- Umsetzung
 - Schriftliche Befragung von ca. 14.000 Kunden (Umsetzung der Gestaltung, der Produktion und der Logistik)
 - Digitalisierung, Auswertung, Gegenüberstellung und Aufbereitung der Befragungsergebnisse
- Ergebnis
 - Identifikation verschiedener Ansätze der vertrieblichen Zielkundenansprache
 - Aufdeckung kundengruppenübergreifender Potentiale in Kommunikation, Service und Produktgestaltung



„Die Consulimus AG war wirklich signifikant günstiger als Vergleichsangebote und die Leistung und Betreuung waren erstklassig.“

Jürgen Knieling,
Bereichsleiter Privatkunden
Volksbank Vogtland eG



2.1 Referenzprojekt – Online-Kundenbefragung



- Ziel
 - Messung der Zufriedenheit und der wahrgenommenen Servicequalität von Kunden der Foto Walser GmbH & Co. KG

- Aufgabe
 - Unterstützung der Foto Walser GmbH & Co. KG bei der Konzeption und Methodenoptimierung der Befragung
 - Implementierung der an die Corporate Design Vorgaben der Foto Walser GmbH & Co. KG angepassten Online-Befragung
 - Vollständige Entwicklung eines mehrdimensionalen Reportings

- Umsetzung
 - **Befragung von 100.000 Kunden** der Foto Walser GmbH & Co. KG
 - Kontinuierliche Erstellung von Response-Reports
 - Bereinigung und Aufbereitung der Befragungsergebnisse

- Ergebnis
 - Identifikation von Handlungsbedarfen im Service
 - Aufdeckung kundengruppenübergreifender Potentiale in Kommunikation, Service und Produktgestaltung



*„Individuelle
Methodenunterstützung und
professionell standardisierte
Prozesse in der technischen
Durchführung – Insbesondere
bei dem großen Umfang unserer
Befragung waren diese
Eigenschaften der Consulimus
AG elementar“*

Nicole Wild,
Kundenbetreuung
Foto Walser GmbH & Co. KG

2.2 Referenzprojekte – Überblick I



Kundenbefragung – vielseitiger Erfahrungsschatz

- **Ausstellerbefragung Koelnmesse Service GmbH**
 - Vollständige Konzeption der individuellen Befragungsmethode
 - Durchführung via Online-Fragebogen
 - Ansprache von ca. 3.000 Ausstellern
 - Individualreporting
- **Kundenbefragung Foto Walser GmbH**
 - Adaption einer vorhandenen Befragungskonzeption
 - Durchführung via Online-Fragebogen
 - Ansprache von ca. 100.000 Kunden
 - Individual- und Rohdaten-/Autoreporting
- **Zielgruppenbefragung Publicis Health GmbH**
 - Vollständige Konzeption und Entwicklungsunterstützung eines Brancheninnovativen Index
 - Durchführung via Online-Fragebogen
 - Ansprache von ca. 15.000 Medizinern und Pharmazeuten
 - Individual- und Rohdaten-/Autoreporting

2.2 Referenzprojekte – Überblick II



Kundenbefragung – vielseitiger Erfahrungsschatz

- Firmenkundenbefragung Volksbank Vogtland eG
 - Vollständige Konzeption der individuellen Befragungsmethode
 - Durchführung via Online-Fragebogen
(Unterstützung der analogen Befragung von 10.000 Privatkunden mittels schriftlicher Befragung)
 - Ansprache von ca. 4.000 Firmekunden
 - Individualreporting
- Unterstützung der Siemens Real Estate (SRE QM AM) bei der Auswertung und der Erstellung von Individualreports bzgl. der CSS in den Jahren 2010 und 2011
- Durchführung diverser Online-Befragungen im Rahmen der Zusammenarbeit mit der TÜV NORD Cert GmbH als Grundlage der Vergabe des Zertifikates „Kundenzufriedenheit“
- Durchführung diverser Kundenbefragungen unter Rückgriff auf alternative Befragungskanäle
 - POS-Befragung (Koelnmesse, Sparkasse KölnBonn, Castro etc.)
 - Schriftliche Befragungen (TÜV SÜD, TÜV Nord, versch. Volksbanken etc.)
 - Telefonische Befragungen (Milchunion Hocheifel, Löwenbräu, Inbev etc.)

2.3 Kunden über uns



„Auswertungen, Bildbearbeitung, Aufbereitung von Kommunikationsinhalten - bislang hatte Consulimus immer eine passende Lösung für mich!“

Xenia Sarigiannidis
Project Manager
Vorwerk & Co. KG



- *„Angebot innerhalb von 2 Stunden, Projektstart am nächsten Tag. Mit der Consulimus AG ist auch das möglich.“*
- Tomislav Vlahovic,
Leiter Service-Zertifizierungen
- TÜV SÜD Management Service GmbH



„Im Rahmen unserer Mitarbeiterbefragung haben wir drei Befragungsrunden durchgeführt. Kurzfristig geänderte Fragebögen, spontane Vorziehung von Befragungsstarts, ausführlichere Auswertungsanforderungen – mit der Consulimus AG war das alles kein Problem.“

Dr. Erik Rosenboom,
Vorstand
Klaus-Dieter-Trayser-Stiftung

- KLAUS-DIETER-TRAYSER-STIFTUNG
für wertorientierte Unternehmensführung

2.4 Referenzliste (Auszug)

Ausgewählte Referenzkunden



Deutsche Post

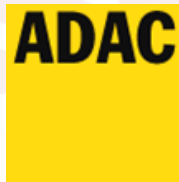


SIEMENS



DZ BANK

Europcar



Office
DEPOT.



CASTRO





1. Kundenbefragung – Methode

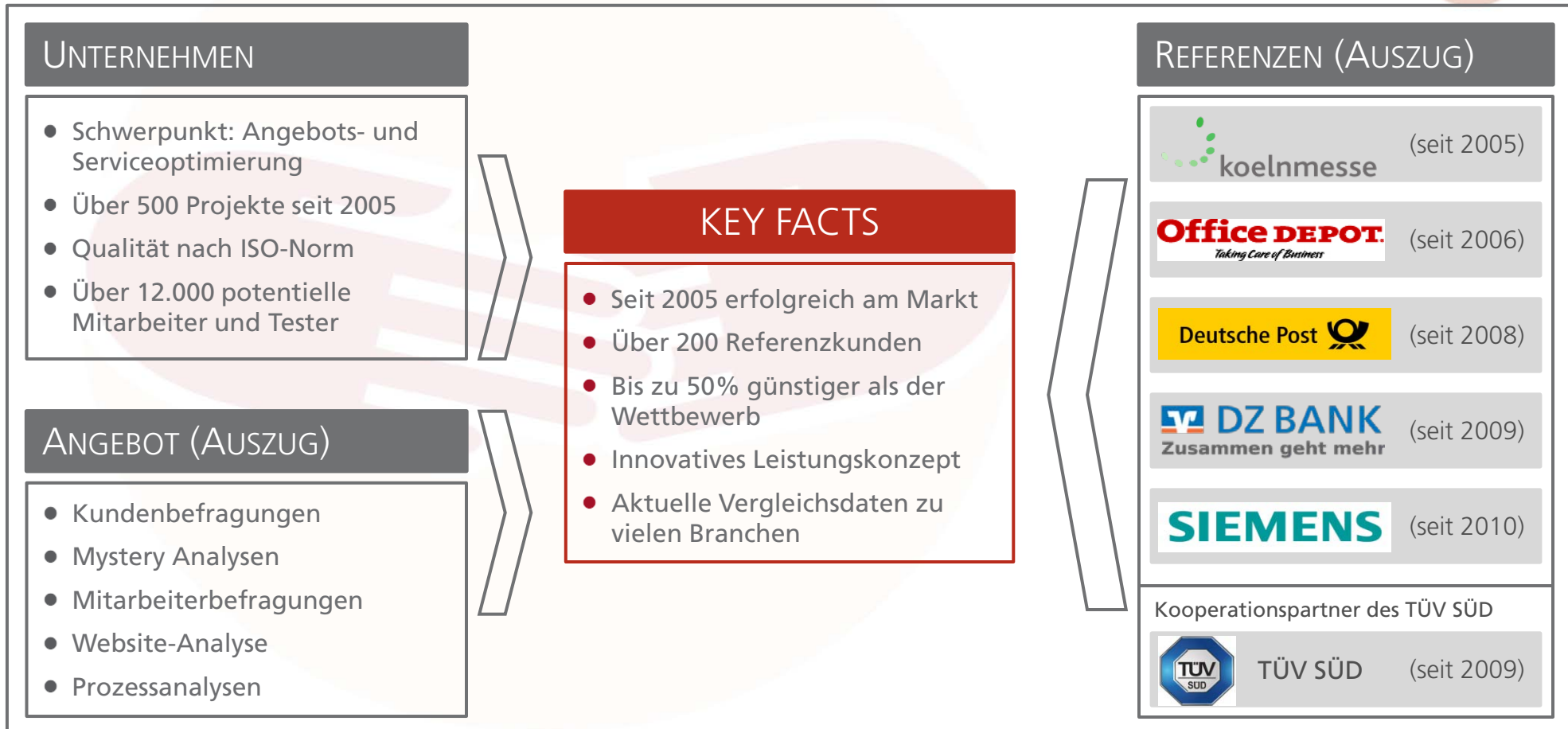
2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

3.1 Consulimus AG im Überblick

Spezialist für Analysen
rund um den Kundenkontaktpunkt

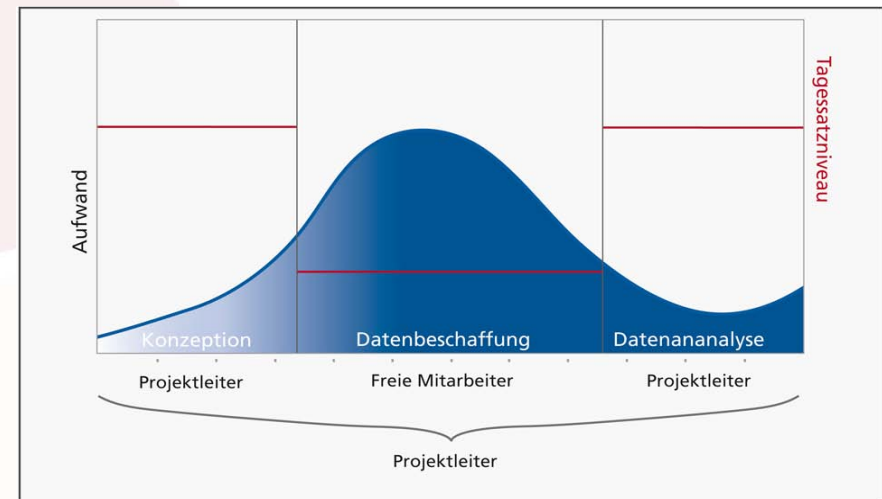


3.2 Was zeichnet die Consulimus AG aus?

Kompetenz und Kosteneffizienz

- Praktische Erfahrung gepaart mit theoretischem Hintergrundwissen
 - Akademisch ausgebildete Projektleiter (Diplom-Kaufleute und Diplom-Psychologen)
 - Erfahrungen aus hunderten von Projekten
- Qualitätsmanagement nach ISO-Norm
 - Einhaltung der DIN ISO 20252:2006
- Bis zu 50% niedrigere Projektkosten
 - Beratung hinsichtlich effizienter Projektumsetzung
 - Transparente, gut nachvollziehbare Angebote
 - Schlankes Kernteam und niedrige Fixkosten
 - Einsatz freier Mitarbeiter für zeitaufwendige Tätigkeiten

Typischer Projektverlauf



- ➔ Unsere Kunden bewerteten Ende 2010 unser **Preis-/Leistungsverhältnis** mit **sehr gut (1,33)***

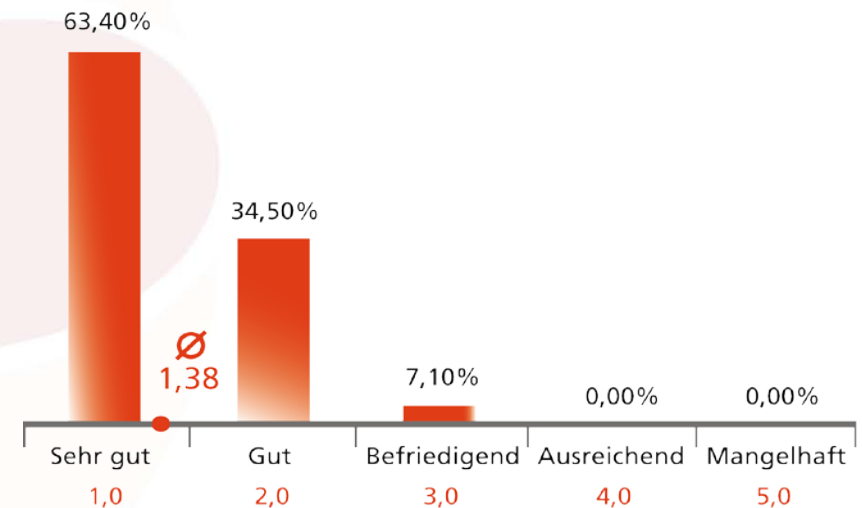
*Die Ergebnisse der Kundenbefragung finden Sie unter www.consulimus.de/presse.

3.2 Was zeichnet die Consulimus AG aus?

Kundenorientierung und Flexibilität

- Flexibilität als strategischer Fokus
 - Sehr kurze Projektvorlaufzeiten
 - Kurzfristig starke Kapazitätsausweitung möglich
 - Flexible Änderungen im laufenden Projekt
- Unbedingte Kundenorientierung
 - Schneller und unbürokratischer Umgang mit Kundenwünschen
 - Sonderwünsche in 9 von 10 Fällen ohne Zusatzkosten
- Professionelle Betreuung
 - Eindeutig zugeordneter, kompetenter Ansprechpartner
 - Schnelle Reaktionszeiten

Bewertung der Flexibilität im laufenden Projekt



- ➔ Unsere Kunden bewerteten Ende 2010 unsere **Flexibilität** und **Professionalität** jeweils mit **sehr gut** (1,38 bzw. 1,35)*

*Die Ergebnisse der Kundenbefragung finden Sie unter www.consulimus.de/presse.

3.3 Leistungsportfolio der Consulimus AG

Die wichtigsten Leistungsmodule im Überblick





1. Kundenbefragung – Methode

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

4. Kontakt

Fragen? Wir helfen gerne weiter:



Consulimus AG

Gottfried-Hagen-Str. 20
51105 Köln

Tel.: (0221) 788 745 - 0

E-Mail: info@consulimus.de

Web: www.consulimus.de

