

VORBILDLICH ERFÜLLTE KUNDENWÜNSCHE 2019

Berichtsband zur Studie von FOCUS MONEY



VORBILDLICH ERFÜLLTE KUNDENWÜNSCHE 2019

Methodik | Überblick

Nur Unternehmen und Marken, die die Wünsche ihrer Kunden vorbildlich erfüllen, haben zufriedene Kunden. Und nur zufriedene Kunden greifen bei der nächsten Kaufentscheidung erneut zu diesem Produkt oder nehmen wiederholt die Dienstleistung in Anspruch. Diese Kundentreue, hervorgerufen durch die vorbildlich erfüllten Kundenwünsche, ist die größte Bestätigung für ein Unternehmen und zudem Garant für eine stabile Kundenbeziehung.

In der Studie „**Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche 2019**“ werden Social-Media-Beiträge zu 20.000 Unternehmen und Marken aus 260 Branchen zu diesem Thema untersucht. Bewertet werden neben der Sichtbarkeit der Unternehmen und Marken auch konkret Aussagen zu den Kategorien Qualität, Kundenzufriedenheit & Weiterempfehlung, Vertrauen, Service und Kundenberatung.

VORBILDLICH ERFÜLLTE KUNDENWÜNSCHE 2019

Methodik | Das Modell

Das Berechnungsmodell zur Studie „Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche“ hat sich aus einer Ableitung des **Customer-Lifecycles** entwickelt. Das Modell basiert auf der Frage: Was müssen Unternehmen und Marken leisten, damit der Kunde vor dem Wiederkauf nicht erneut die einzelnen Entscheidungsstufen durchläuft, sondern sich direkt für den Wiederkauf bzw. die erneute Nutzung einer Dienstleistung entscheidet. Drei Stellschrauben wurden dafür definiert:



Sichtbarkeit

Damit ein Produkt eine Option für den Kunden bleibt, muss es sichtbar sein. Ohne Sichtbarkeit entsteht keine Bekanntheit. Bekanntheit ist die Ausgangssituation, um Sympathie und Wiederkaufbereitschaft zu entwickeln – die nächsten Schritte auf dem Weg zum erneuten Kauf.



Informationsabdeckung

Wenn ein Verbraucher alle relevanten Fragen zu seinem Produkt beantwortet bekommt, ist er in der Lage, eine Kaufentscheidung zu treffen. Informationsdefizite zu einem Produkt erhöhen die Gefahr, dass sich der Kunde anderweitig informiert und dann ein Produkt des Wettbewerbs erwirbt.



Leistungserfüllung

Positive Bewertungen in der Leistungserfüllung bestärken Kunden in der Kaufentscheidung. Zudem entscheidet sich nur ein zufriedener Kunde für einen Wiederkauf. Wer unzufrieden ist, sucht Alternativen und tritt erneut die Customer Journey an.

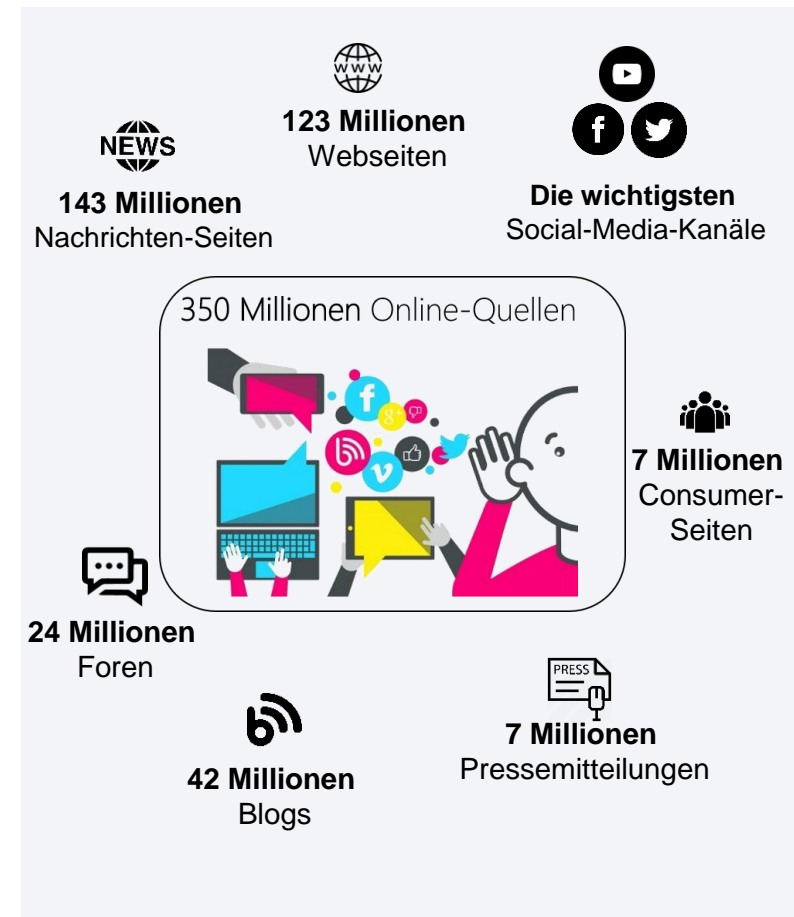
VORBILDlich ERFÜLLTE KUNDENWÜNSCHE 2019

Methodik | Social Listening: Datenerhebung

Die Datenerhebung für das **Social Listening** erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sogenannte Crawling: Zuerst werden von unserem Partner Ubermetrics Technologies **sämtliche Texte, welche die für eine vorbildliche Erfüllung von Kundenwünschen relevanten Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst**. Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:

- Eine deutsche („de“) oder deutschsprachige Domain („at“ und „ch“ werden ausgeschlossen)
- Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite; Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.

Damit ist das Quellenset sehr umfangreich und umfasst u.a. zehntausende Online-Nachrichten und mehrere Millionen Social-Media-Adressen. Die nebenstehende Illustration zeigt das Prinzip des Crawlings bei Ubermetrics.



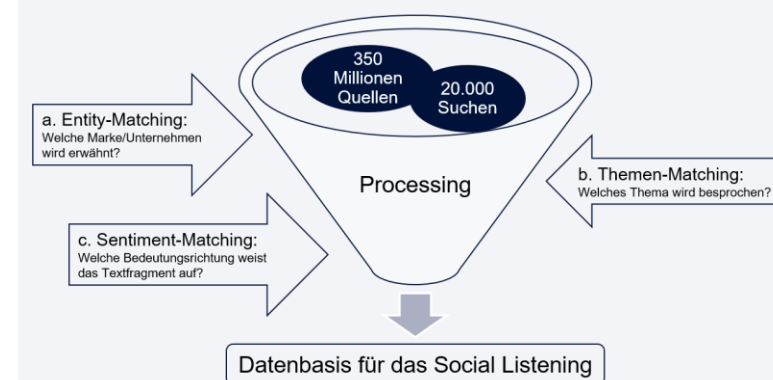
VORBILDlich ERFÜLLTE KUNDENWÜNSCHE 2019

Methodik | Social Listening: Datenanalyse

Die zweite Stufe, das sogenannte Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

Die umfangreiche Datenbasis wird von unserem Partner Beck et al. Services in **Textfragmente** aufgesplittet und anschließend in drei Stufen **mittels Verfahren des maschinellen Lernens** analysiert:

- Welches **Unternehmen** bzw. welche **Marke** wird erwähnt?
- Welches **Thema** wird besprochen? Welchem Thema kann das Textfragment also zugeordnet werden? Die Zuordnung erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die sprachlichen Variationen sehr breit abbilden.
- Welche **Tonalität** weist das Textfragment auf?
Jedes Textfragment wird mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.



VORBILDLICH ERFÜLLTE KUNDENWÜNSCHE 2019

Methodik | Das Bewertungsmodell

Die Werte der einzelnen Kategorien („Stellschrauben“) berechnen sich wie folgt:



Sichtbarkeit

Berücksichtigt die Anzahl der **Gesamtnennungen zum Unternehmen/der Marke** im Verhältnis zum Branchendurchschnitt (Reichweite) und deren **Tonalitätssaldo***.

Gewichtungsfaktor:
20%




Leistungserfüllung

Berücksichtigt den **Tonalitätssaldo*** der Nennungen zu folgenden Themen:

- **Qualität**
- **Kundenzufriedenheit & Weiterempfehlung**
- **Vertrauen**

Gewichtungsfaktor:
40%

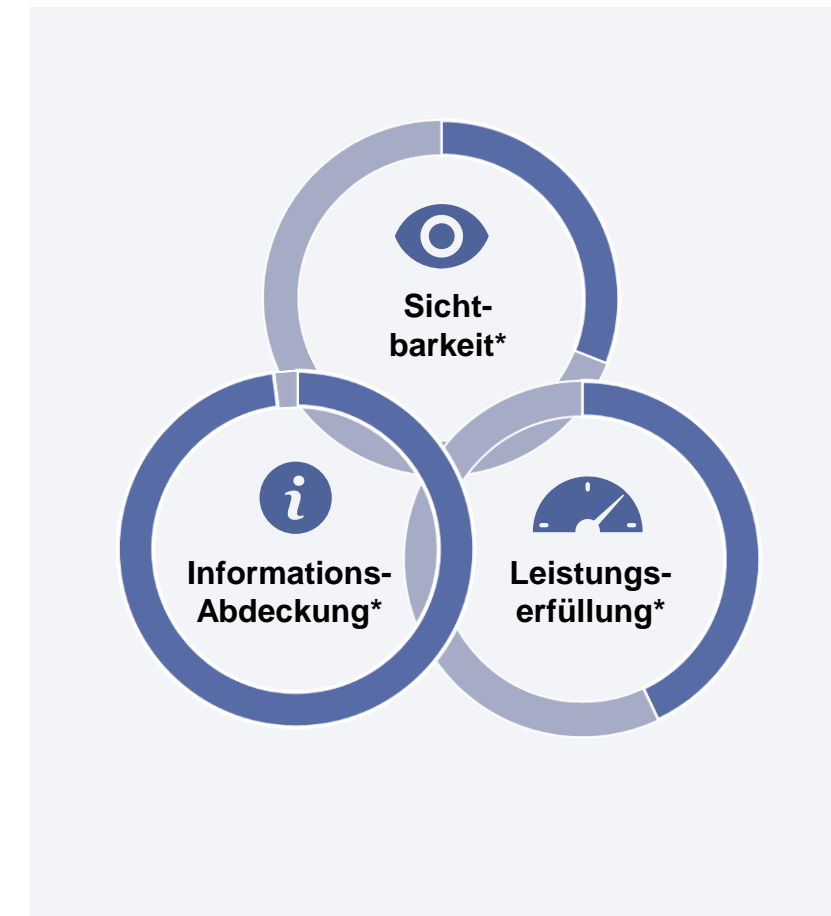


Informations-Abdeckung

Berücksichtigt den **Tonalitätssaldo*** der Nennungen zu folgenden Themen:

- **Service**
- **Kundenberatung**

Gewichtungsfaktor:
40%



* Differenz aus den positiven/neutralen Nennungen und den negativen Nennungen, wobei die negativen Nennungen doppelt ins Gewicht fallen