



Enterprise Feedback Management Guide

Feedback einfach managen.



Verbessern Sie Ihr Geschäft durch kontinuierliches Feedback.

Nutzen Sie Verbesserungsvorschläge von Kunden, Mitarbeitern und Partnern.

Überprüfen Sie Tag für Tag die Leistung Ihres Teams und Ihrer Organisation.

Erheben Sie wertvolle Daten über Ihr Geschäft in Echtzeit.

Zufriedene Kunden, trotz Reklamationen.

Managen Sie Ihr Feedback einfach richtig.

Zielgruppe

Dieser Feedback-Guide soll Unternehmern, Hotel- und Restaurant-Besitzern, Dienstleistern und Service-Anbieter dabei unterstützen, das richtige Feedback-Formular zu erstellen sowie schnell und einfach Feedback von Kunden, Mitarbeitern und Partnern einzuholen.

Was bringt Ihnen dieser Feedback-Guide?

In diesem Guide zeigen wir Ihnen, wie Sie ohne größeren Aufwand eigene Feedback-Formulare optimal erstellen und in Ihre Unternehmenprozesse integrieren. Über dem hinaus bekommen Sie zusätzlich wertvolle Tipps von Experten.

Inhalt

1. Kunde 3.0 – der Kunde von heute	4
2. Der erste Schritt im Feedback-Formular	4
<i>Der erste Schritt beim Erstellen eines Feedback-Formulars</i>	4
<i>Unsere Tipps, worauf man bei der Erstellung von Feedback-Formularen achten sollte</i>	6
3. Optimieren Sie Ihr Feedback-Formular	7
<i>Mobile Fragebögen lassen sich überall beantworten</i>	7
<i>Die Vorteile eines mobilen Fragebogens</i>	8
<i>Unsere Tipps für die Erstellung mobiler Fragebögen</i>	8
4. Sammeln Sie Feedback richtig ein	9
<i>Feedback via Tablet einsammeln</i>	9
<i>Feedback via Smartphone einsammeln</i>	10
<i>10 Vorteile der Befragung per Tablet/Smartphone</i>	10
<i>Kundenfeedback und Gutscheine</i>	11
5. Negatives Feedback, und nun?	11
<i>Unternehmen und Kundenkritik</i>	12
<i>Auf Kundenfeedback richtig reagieren – Unsere 5 Tipps</i>	12
<i>Kundenfeedback wichtig für Produktentwicklung</i>	13
<i>Warten Sie nicht auf negatives Kundenfeedback</i>	13
6. So integrieren und managen Sie Feedback im Unternehmen	13
<i>Kunden- und Mitarbeiter-Feedback integrieren und steuern</i>	13
<i>Vorteile vom Einsatz eines Enterprise Feedback Management</i>	14
<i>Empfehlung: Enterprise Feedback Management einfach gemacht</i>	14
7. Glossar	15

KUNDE 3.0

1. Kunde 3.0 - der Kunde von heute

Kennen Sie das: Sie haben Kunden, die immer mehr wollen und scheinbar alle eine Sonderbehandlung wünschen? Dann haben Sie wahrscheinlich viele Kunden 3.0.

Schön war die Zeit, als Kunden Sie noch persönlich im eigenen Geschäft besucht haben. Beratung und Verkauf machten noch Spaß, die Konkurrenz war sichtbar und berechenbar. Es gab noch kein: Internet, soziale Netzwerke, Blogs, Communities oder Foren, die jedes Gespräch, jeden Kontakt, jede Reklamation öffentlich gemacht haben.

Heute zwingen diese Dinge Unternehmer zum ständigen Umdenken. Durch den großen Einfluss des Netzes und dessen mobiler Verfügbarkeit kommt der Kunde kaum noch von allein oder durch Zufall ins Geschäft.

Er nutzt das Internet zur Recherche, erkundigt sich über Marken und Produkte in sozialen Netzwerken und tauscht sich mit Freunden kontinuierlich in Blogs und Communities aus. Er kauft wann und wo er will. Diese Themen sind mittlerweile fast allen erfolgreichen Unternehmen bewusst und Sie haben darauf reagiert. Sie haben es geschafft, mit dem Kunden 2.0 ins Internetzeitalter zu starten und achten heute sehr genau auf die Anzahl Ihrer Facebook-Fans, Twitter-Follower und beantworten die Anfragen und Kommentare aus allen Social Media Kanälen.

Der Kunde 3.0 verändert die traditionellen Ansätze in der Kundenkommunikation. Die Frage ist, wie gehen Sie damit um? An sich sollte es

ja kein Hexenwerk sein, Werte zu vermitteln, die man selbst für wichtig erachtet. Es ist eher erfreulich, wenn neben dem Produktnutzen für den Kunden wieder Vertrauen in den Vordergrund rückt.

Die große Chance besteht, Kunden wieder enger an sich zu binden, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und Kunden zu haben, die die eigenen Werte teilen und gemeinsam mit Ihnen weiterentwickeln wollen.

Feedback vom Kunden ist dazu ein wichtiges Instrument, dem Kunden zuzuhören und ihn mit ins eigene Boot zu holen. Die folgenden Schritte zeigen Ihnen, wie es geht.

2. Der erste Schritt im Feedback-Formular

„Antworten geben ist nicht schwer, Fragen stellen dagegen sehr.“

Nach diesem Motto möchten wir Ihnen Tipps geben, wie man mit einfachen Mitteln den eigenen Feedback-Fragebogen optimieren kann, um mehr Teilnehmer zum Ausfüllen der Umfrage zu motivieren.

Der erste Schritt beim Erstellen eines Feedback-Formulars

Der aller erste Schritt beim Erstellen eines Feedback-Formulars ist die Willkommensnachricht (auch: Einleitungstext). Eine Willkommensnachricht ermöglicht es Ihnen, Ihren Befragungsteilnehmern noch etwas mit auf den Weg zu geben, bevor diese mit dem eigentlichen Feedback beginnen.

Kunde 3.0

Inhalte. Werte. Vertrauen.

Wahrnehmung

Ich möchte vom Unternehmen als Mensch wahrgenommen werden.

Vertrauen

Ich erwarte die Unterbreitung von ehrlichen Angeboten.

Individualität

Ich möchte Service & Produkte selbst mit gestalten.

Sympathie

Der Nutzen rückt in den Hintergrund, das Vertrauen ist mir wichtiger.

Forderung

Ich gedulde mich nicht gern und bin fordernd gegenüber der Marke.



TIPPS

Eine gute Willkommensnachricht wird Ihre Umfrageteilnehmer dazu ermutigen, das Feedback-Formular vollständig auszufüllen.

Unsere Tipps, worauf man bei der Erstellung von Feedback-Formularen achten sollte

Tipp 1 – Willkommenstext: Sagen Sie Hallo
Vergessen Sie nicht, Ihre Umfrageteilnehmer zu begrüßen. Eine freundliche Begrüßung im Fragebogen gibt unsicheren Menschen das Gefühl, richtig und willkommen zu sein. Wie in einem persönlichen Gespräch sollten Sie es damit freilich nicht übertreiben.

*„Willkommen bei unserer Umfrage“
„Hallo! Wir freuen uns, dass Sie unseren QR-Code gescannt haben.“*

Tipp 2 – Umfragethema Holen Sie Ihren Kunden ab

Teilnehmer die beispielsweise einen QR-Code scannen und zu einer Umfrage gelangen, werden damit oftmals ins sprichwörtlich kalte Wasser geworfen. Mobile Umfragen sind eine neue Entwicklung. Der Kunde kennt meist nur die Umfragen am PC oder auf Papier. Deswegen: Holen Sie Ihre Kunden noch einmal ab und erklären Sie kurz, worum es geht:

*„Wir möchten Sie bitten, unseren Service zu bewerten“
„Mit Wunschessen Juni wählen Sie die Speisekarte für nächste Woche“*

Tipp 3 – Motivation: Und warum soll man sich anstrengen?

Wer macht schon gern etwas grundlos? Nennen Sie das Ziel der Umfrage und sagen Sie



Ihren Kunden, weshalb es so wichtig ist, dass sie Ihr Feedback abgeben. Wenn Ihr Kunde merkt, dass seine Stimme wirklich zählt, geht er viel motivierter in die Umfrage!

*„Mit dieser Umfrage möchten wir...“
„Möchten Sie nächste Woche Ihr Lieblingsessen auf unserer Karte sehen? Dann...“*

Tipp 4 – Zeitumfang: Eine Frage der Zeit
Ein noch so motivierter Umfrageteilnehmer nützt nichts, wenn er aus Zeitgründen nach der 20. Frage die Umfrage abbrechen muss. Davon abgesehen, dass 20 Fragen schon recht viel sind, empfehle ich im Willkommenstext anzugeben, wie viel Zeit für den Fragebogen eingeplant werden muss.



*„Diese Umfrage besteht aus 6 Fragen“
„Zur Beantwortung dieser Umfrage benötigen Sie nur etwa 2 Minuten“*



Tipp 5 – Datenschutz: Und was passiert mit den Daten?

Datenschutz ist und bleibt ein brisantes Thema. Auch bei noch so kurzen Umfragen sollten Sie dem Teilnehmer versichern, dass seine Daten bei Ihnen in guten Händen sind. Vertraut Ihnen der Teilnehmer, steigt die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme.

„Ihre Angaben werden von uns selbstverständlich vertraulich behandelt.“

„Ihre Angaben werden anonym ausgewertet (es sei denn, Sie wünschen einen persönlichen Kontakt)“

Tipp 6 – Umfragelänge In der Kürze liegt die Würze

Dies ist der vielleicht schwierigste Punkt von allen. Trotz all der Empfehlungen, die wir Ihnen gegeben haben: halten Sie sich kurz. Denn ist die Willkommens-Nachricht zu lang, wird sie sehr wahrscheinlich überlesen. Hier ein Beispiel für eine komplette Willkommens-Nachricht:

„Willkommen bei unserer Zufriedenheits-Umfrage! Für Sie möchten wir immer unser Bestes geben. Helfen Sie uns dabei, indem Sie 9 kurze Fragen beantworten. Als Dankeschön fürs Mitmachen erhalten Sie an unserer Theke ein gratis Heißgetränk Ihrer Wahl. Ihre Angaben werden von uns selbstverständlich vertraulich behandelt und anonym ausgewertet. Wir wünschen Ihnen viel Spaß!“

Mit diesen Tipps können Sie Ihre Umfrage optimieren und kundenfreundlicher gestalten. Fühlt sich Ihr Kunde gut abgeholt und „wohl“, bekommen Sie garantiert auch mehr Feedback.

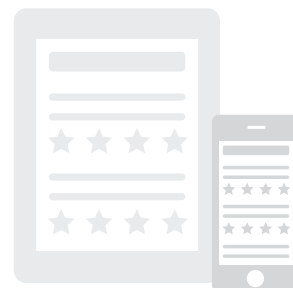
Das Erstellen Ihres nächsten Einleitungstextes sollte damit zum Kinderspiel werden.

3. Optimieren Sie Ihr Feedback-Formular

Mit der zunehmenden Digitalisierung steigt bei Unternehmen die Nachfrage nach mobilen Lösungen. Im Bereich Kundenbefragungen sind Paper-Pencil-Umfragen (Papier und Bleistift) schon längst veraltet. Heutzutage findet fast alles digital statt. Tablets und Smartphones sind auf dem Vormarsch und bringen dem Kundenfeedback völlig neue Möglichkeiten: Der mobile Fragebogen!

Mobile Fragebögen lassen sich überall beantworten

Zum einen können Feedback-Formulare orts- und zeitunabhängig beantwortet werden. Der PC zu Hause ist nicht mehr die einzige Möglichkeit, um auf den entsprechenden Fragebogen zuzugreifen. Eine Zugfahrt kann genauso für das Beantworten der Fragen genutzt werden, wie eine Mittagspause oder ein Stop-over auf dem Flughafen.



Zum anderen bieten mobile Fragebögen die Möglichkeit, Kunden genau im richtigen Moment anzusprechen, und zwar direkt am „Point-of-Interest“ und im „Moment-of-Truth“. Unternehmen haben damit die Möglichkeit, Feedback im entscheidenden Moment zu erhalten.



TIPPS

Auch die Verwaltung der Umfragen, sowie die Auswertung der Fragen erfolgt im Vergleich zu Papierfragebögen (Paper & Pencil) deutlich schneller. Für Unternehmen heißt das vor allem kürzere Reaktionszeiten. Bei Problemen kann zeitnah gegengesteuert werden. Und das wiederum stärkt den Dialog mit dem Kunden und damit auch nachhaltig die Kundenbindung.

Die Vorteile eines mobilen Feedback-Formulars

- *Mobile Feedback-Formulare sind im Vergleich zu Paper & Pencil kostengünstig.*
- *Sie sind schnell digital aufgesetzt und durchführbar.*
- *Die Ergebnisse stehen sofort bereit (in Echtzeit).*
- *Moderne Feedback-Tools bieten viele Möglichkeiten, den Teilnehmer beim Ausfüllen der Umfrage zu unterstützen (z.B. durch gutes User Interface)*
- *Die Teilnehmer fühlen sich im Vergleich zu persönlichen Interviews anonym und sind dadurch bei der Beantwortung der Fragen weniger voreingenommen.*
- *Das Beantworten der Fragebögen ist orts- und zeitunabhängig.*

Unsere Tipps für die Erstellung mobiler Fragebögen

Folgende Tipps sollten bei der Erstellung von mobilen Fragebögen beachtet werden:

Tipp 1 - Begrenzen Sie die Antwortvorgaben bei Multiple- und Single Choice-Fragen

Langes scrollen auf dem Bildschirm findet kein Teilnehmer schön. Außerdem läuft man Gefahr, dass ein Teil der Antwortvorgaben schon wieder vergessen wird. Daher die Regel: Nur so viele Antwortvorgaben, wie man auf einen Blick lesen kann!

Tipp 2 - Verwenden Sie Fragetypen, die sich für den mobilen Einsatz eignen

So ist es z.B. ratsam, ¹Matrixfragen zu ²Multiple- oder ³Single Choice-Fragen umzuformulieren. Für eine Matrix bietet ein Smartphone in der Regel nicht genügend Raum.

Tipp 3 - Achten Sie auf den Umfang und die Anzahl der Fragen

Weniger ist mehr! Im Gegensatz zu Umfragen für den PC, welche mitunter 30 Minuten oder länger dauern, haben lange und einseitige Umfragen nichts auf mobilen Geräten zu suchen. Die Befragung muss so konzipiert sein, dass sie die Aufmerksamkeit der Befragten bis zum Ende anhält und die Akkulaufzeit des mobilen Endgerätes beachtet. Da gerade bei der Erstellung von passenden Fragebögen aller Anfang schwer ist, bietet Feedbackstr zur Orientierung eine Reihe von Fragebogenvorlagen für verschiedene Branchen.

Tipp 4 - Wählen Sie das für Sie richtige Befragungstool

Probieren Sie verschiedene Anbieter und schauen Sie beispielsweise auf die Größe von Schrift, Buttons, Eingabefelder und Checkboxen: Diese müssen auch auf einem Smartphone groß genug sein, dass der Befragte sie mit dem Finger problemlos trifft.

Tipp 5 - Die Schriftgröße muss für Mobiltelefone geeignet sein.

Oft kommt es vor, dass eine Webseite mit einer Umfrage eingebunden wird - die Schrift ist dann natürlich winzig!

Tipp 6 - Keine gute Umfrage ohne Pre-Test! Für mobile Umfragen heißt es zusätzlich: Testen!

Wichtig ist, dass man die Umfragen auf den gängigen Endgeräten testet. Das heißt: Sehen Layout und Schriftgröße gut aus? Funktioniert der Fragebogen?



Haben Sie diese Tipps bei der Erstellung Ihres Feedback-Formulars beachtet? Dann sind Sie bereit Feedback von Ihren Kunden, Mitarbeitern oder Partnern einzusammeln.

4. Sammeln Sie Feedback richtig ein

Vorbei sind die Zeiten der Papier-Fragebögen! Durch die neuen Möglichkeiten Feedback-Fragebögen online zu erstellen und durchzuführen, entstehen zahlreiche Vorteile. Unternehmen erhalten Feedback direkt vor Ort und in Echtzeit.

Feedback via Tablet einsammeln

Kundenfeedback via Tablets einsammeln eignet sich ideal für Events, Messe-Veranstaltungen und Seminare, aber auch für die Gastronomie wie z.B. Hotels, Bars und Restaurants.



Mithilfe moderner online Feedback-Tools werden heutzutage Kunden- und Gäste-Umfragen durchgeführt. Die professionelle Erstellung, Durchführung und Auswertung von Kunden- bzw. Gäste-Umfragen, bspw. zu den Hospitality Angeboten, dem Service und zur Gastronomie, dient der Optimierung weiterer Events und Veranstaltungen. So können zum Beispiel Hostessen, ausgestattet mit Tablets, die Gäste um Feedback bitten.

Durch die Nutzung von Tablets als Kunden- und Gäste-Umfrage-Gerät entstehen komplett neue Befragungs- und Feedback-Situationen. Zusätzlich zum Hostessen-Einsatz können die tragbaren Geräte beispielsweise als Terminal (also in einem befestigten Ständer) eingesetzt werden. Auf diese Weise kann der Kunde bzw. Gast selbstständig während dem Event, Einkauf oder Messe-Veranstaltung und Seminar sein Feedback abgeben.

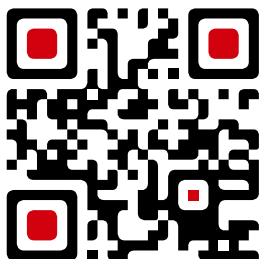




Die einzige Voraussetzung für die Nutzung der Umfragen auf Tablets ist eine stabile Netzverbindung. Wenn diese nicht bestehen sollte, nutzen Sie einfach die Offline-Variante. Bei der Offline-Variante kann der Fragebogen zunächst online erstellt und gespeichert werden. Dieser wird dann auf dem Tablet, welches Sie für die Befragung nutzen, vorinstalliert. Die Befragung kann dann ohne Internetverbindung durchgeführt und anschließend bei bestehender Verbindung synchronisiert und ausgewertet werden.

Feedback via Smartphone einsammeln

Neben der Kundenbefragung via Tablet können Kunden auch ihr eigenes mobiles Endgerät zum Einsatz bringen. Viele Kunden haben heutzutage ihr eigenes Tablet oder Smartphone jederzeit dabei. Anhand von Werbemitteln, welche mit einem Link oder einem QR-Code versehen sind, geben die Kunden Feedback ab, indem sie den QR-Code einscannen oder den Link online aufrufen. Die Möglichkeiten der Platzierung von QR-Code oder Link sind breitgefächert. Ob auf Speisekarten im Restaurant, auf Visitenkarten oder auf Werbeplakaten an Ihrem Messestand – der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt.



[Tipps zum Einsatz von QR-Codes](#)

10 Vorteile der Befragung per Tablet/Smartphone

- 1. Zahlreiche Funktionen zur anspruchsvollen Gestaltung der Fragebögen*
- 2. Schnelle, einfache und direkte Feedback-Variante für den Kunden*
- 3. Automatische Auswertungen in Echtzeit und grafische Aufbereitung*
- 4. Einfaches Filtern der Antworten für eine detaillierte Übersicht des Kundenfeedbacks*
- 5. Kontrolle und schnelle Reaktion auf Kundenmeinungen, durch E-Mail-Benachrichtigung (Alertfunktion), als Tageszusammenfassung oder für jedes einzelnes Feedback*
- 6. Treten Sie mit Ihren nach abgegebenen Feedback Kunden in den Dialog*
- 7. Individuelle Führung des Kunden z.B. zur Homepage über Linkintegration im Fragebogen*
- 8. Export der Daten auf Knopfdruck in Excel-Tabellen oder als CSV-Datei*
- 9. Nutzung tagesaktueller Daten die Produktentwicklung und Verbesserung des Services*
- 10. Elegante Art der Kundenbindung hilft die Kundenzufriedenheit zu verbessern*

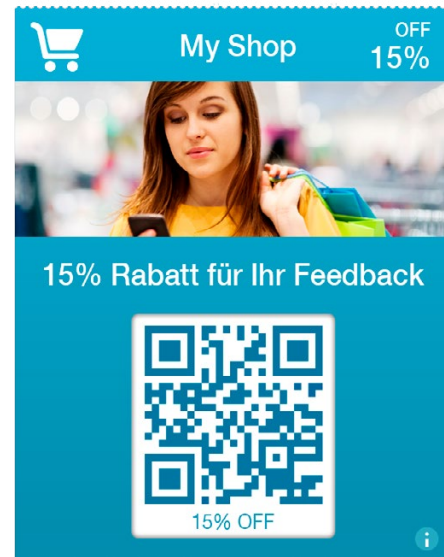
Kundenfeedback und Gutscheine

Sie und Ihre Kunden sind ein Team! Ihre Kunden sagen Ihnen gern, dass Sie zufrieden waren, wenn Sie die Möglichkeit dazu haben. Sagen Sie Ihren Kunden dafür Danke, denn manchmal sind es die kleinen Aufmerksamkeiten, die den Kunden glücklich machen. Ein besonderes Angebot, einen Rabatt für den nächsten Besuch oder einfach nur ein Dankeschön.

Motivieren Sie Ihre Kunden oder Gäste Feedback zu geben, indem Sie einen Gutschein als Dankeschön für die Teilnahme hinterlegen. Nachdem der Kunde den Feedbackbogen beantwortet hat, erhält er Ihren Gutschein per E-Mail. Der Gutschein enthält einen Code, mit dem Ihr Kunde ein Gratisgeschenk oder einen Preisnachlass von Ihnen erhalten kann. Durch Vergünstigungen und Freebies (gratis Angebote) punkten Sie bei Ihren Kunden.

Die Möglichkeiten sind vielfältig und Sie können selbst entscheiden, welche Incentives (Anreize) für Ihre Kunden hinterlegt werden. So schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe. Zum einen erhalten Sie Feedback und nützliche Tipps, mit welchen Sie Verbesserungspotenzial ausfindig machen. Zum anderen binden Sie Ihre Kunden mit einem Gutschein. Es wird ein Anreiz geschaffen und Ihre Kunden kommen gern wieder zu Ihnen. Publizieren Sie Ihre Rabattaktionen. Empfehlungen und positive Mundpropaganda ist die beste Werbung für Ihr Unternehmen.

Achten Sie darauf, dass das von Ihnen ausgewählte online Feedback-Tool das



Gutschein-Feature enthält, d.h. dass Sie Gutscheine oder Vouchers in Ihren Feedbackbogen hinterlegen können.

Tipps zu Gutscheinen und Kundenbindung

Verzichten Sie auf lästige Papier-Fragebögen, es raubt Ihnen nur kostbare Zeit und umständliches Auswerten. Sie haben gelesen, welche Vorteile Ihnen der Einsatz von Tablets und Smartphones bringt und wie Sie Ihre Kunden und Gäste zusätzlich motivieren können, Feedback abzugeben. Mit dem richtigen online Feedback-Tool sammeln Sie im Handumdrehen Kundenfeedback ein.

5. Negatives Feedback, und nun?

Mit negativem Kundenfeedback muss jedes Unternehmen rechnen. Wichtig ist hierbei die richtige Reaktion. Ignoranz ist an dieser Stelle ein absolutes Tabu. Kundenfeedback ist keine Einwegkommunikation, also reagieren Sie! Oftmals wechselt der Kunde aus Enttäuschung wortlos den Dienstleister. Wird jedoch Kritik geäußert, ist der Kunde nicht ganz verloren und Sie haben noch die Chance zu handeln. Holen Sie sich Ihren Kunden zurück.



Unternehmen und Kundenkritik

Seien Sie sich im Klaren, dass Kritik oftmals eine Momentaufnahme ist, auch Ihrem Kunden sollte dies bewusst gemacht werden. Nehmen Sie sich der Kritik Ihres Kunden an und signalisieren Sie ihm, dass dessen Meinung Ihnen wichtig ist. Das wird einen guten Eindruck hinterlassen. Versuchen Sie mit einem neutralen Blick die Situation zu sehen. Fühlen Sie sich vor allem nicht persönlich angegriffen und akzeptieren Sie erst einmal die Meinungen Ihres Kunden. Sicherlich kann es hin und wieder der Fall sein, dass nicht jede Kritik von konstruktiver Natur ist.

Auf Kundenfeedback richtig reagieren – Unsere 5 Tipps

Damit Sie Kundenkritik entspannter entgegen sehen können, empfehlen wir folgende Tipps zu berücksichtigen.

Tipp 1 - Hören Sie Ihrem Kunden aktiv zu
Betrachten Sie Kundenmeinungen als konstruktiv und gehen Sie negativen Kundenbewertungen nicht aus dem Weg.

Tipp 2 - Inwieweit ist Kritik eigentlich berechtigt?

Nehmen Sie sich zum Anfang jeder Meinung an, bis Sie ein Gefühl dafür bekommen, welche konstruktiv ist und welche einfach aus „purem Frust“ abgegeben wurde. In jedem Fall sollten Sie auf die Meinungen Ihres Kunden eingehen bzw. reagieren. Damit können Sie Ihre Kundenbeziehungen stärken und Vertrauen aufbauen.



Tipp 3: Hinterfragen Sie Details zur Kundenbewertung

Damit wägen Sie ab, wie schwerwiegend die Kritik ist oder fragen Sie alternative Verhaltensvorschläge ab, z.B. was Sie seiner Meinung nach im speziellen verändern sollten. So erfahren Sie Hintergründe und können Kritik besser annehmen und umsetzen. Des Weiteren zeigen Sie mit diesem Verhalten Verständnis.

Tipp 4: Suchen Sie nach einer geeigneten Lösung

Und bieten Sie gegebenenfalls einen Kompromiss an, zum Beispiel in Form eines Gutscheins, für den nächsten Einkauf oder überraschen Sie Ihren Kunden mit etwas, womit er nicht rechnet. Er wird erfreut sein, dass seine Meinung ernst genommen wurde und anschließend positiv über Ihr Unternehmen sprechen.

Tipp 5: Einmal Kundenfeedback erhalten, sollten Sie schnell reagieren.

Lassen Sie also Taten folgen, vor allem bei negativem Feedback und zeigen Sie dem Kunden, dass Sie Ihren Service oder Ihr Produkt verbessern wollen. Nutzen Sie es als Chance sich weiterzuentwickeln. Mit Kundenfeedback können Sie Ihre Stärken und Schwächen herausfinden. Setzen Sie sich neue Ziele!

Kundenfeedback wichtig für die Produktentwicklung

Kundenbeschwerden können Ihnen neue Ideen bringen, z.B. für neue Dienstleistungen oder Produkte, die Sie zusätzlich anbieten können. Binden Sie Kundenfeedback in Ihre Produkt- und Serviceentwicklung ein und richten Sie sich noch mehr an den Kundenbedürfnissen aus. Ein besseres Feedback werden Sie nicht bekommen.

Warten Sie nicht auf negatives Kundenfeedback

Um negatives Kundenfeedback vorzubeugen sind gute Dienstleistungen und Produkte gefragt. Warten Sie also nicht bis die erste Beschwerde geäußert wurde, sondern informieren Sie sich schon im Vorfeld nach den Bedürfnissen Ihrer Kunden. Die anonyme Kundenbefragung ist eine Möglichkeit, erstes Feedback zu Ihrem Produkt oder Service zu erhalten. Keine Scheu vor Kundenfeedback! Fordern Sie es aktiv oder auch passiv ein. Versuchen Sie es und Sie werden über die zahlreichen Informationen überrascht sein, welche Sie von Ihrem Kunden bekommen.

Mit diesen hilfreichen Tipps sollten Sie nun auch für negatives Feedback gerüstet sein. Haben Sie keine Angst! Nehmen Sie sich dem Feedback an und wandeln es in neue Unternehmenstärke.



5. So integrieren und managen Sie Feedback im Unternehmen

Sie wissen nun, wie Sie Ihr Feedback-Formular erstellen und für mobile Endgeräte optimieren. Sie wissen auch, wie wichtig es ist auf negatives Feedback zu reagieren. Nun wollen wir Ihnen zeigen, wie Sie Feedback in Ihre Unternehmensprozesse integrieren und effektiv managen können.



Nutzen Sie Feedback, um die Kundenbindung zu stärken und nützliche Hinweise für alle Bereiche des Unternehmens zu erhalten. Um die Übersicht über Mitarbeiter- und Kundenfeedback zu behalten, gibt es Enterprise Feedback Management Lösungen.

Kunden- und Mitarbeiter-Feedback integrieren und steuern

Kundenfeedback lässt sich über Fragebögen erfassen oder indem die Gesprächsinformationen, bspw. aus der Kundenservice-Abteilung aufgenommen werden. Zur Erfassung einer Reklamation können die Feedback-Fragen mit dem Kunden besprochen und im internen System hinterlegt werden. Die Ursache eines Kunden- oder Mitarbeiter-Problems wird dadurch ermittelt. Durch kontinuierliches Mitar-



beiter- und Kundenfeedback verbessert sich die Kommunikation mit dem Kunden, Kundenanliegen werden schneller geregelt und Sie erhalten Informationen darüber, an welchen Stellen im Unternehmen die Leistungen zu optimieren sind.

Jegliche Quellen von Feedback-Informationen (sei es vom Mitarbeiter, Kunden oder Partnern) können mit dem Enterprise Feedback Managementsystem (EFM) erfasst, gesteuert und verfolgt werden. Über das EFM sammeln Sie kontinuierlich Feedback ein und alle Unternehmensbereiche haben darauf Zugriff. Dieses Wissen wiederum ist die Grundlage für Prozessoptimierung und Qualitätsverbesserung im gesamten Unternehmen.

Vorteile vom Einsatz eines Enterprise Feedback Management

Qualitätssteigerung durch EFM

Mit der Erfassung von Kundenproblemen können Analysen erstellt und dadurch die Ursache des Problems erörtert werden. Damit wird die Qualität des Produktes oder Services gesichert und im besten Fall gesteigert.

Kundenbindung und Kundenachfrage durch EFM steigern

EFM trägt dazu bei, die Kommunikation mit dem Kunden zu verbessern und Kundenbedürfnisse zu verdeutlichen. Durch diese Kundeninformationen, die regelmäßig in betriebliche Abläufe integriert werden, können sich Unternehmen auf Kundenanliegen einstellen und bspw. die Kundenbedürfnisse bei der Produktentwicklung berücksichtigen. Entscheidungen können

auf allen Kundentypen basierend getroffen werden, egal welche Kanäle (Telefon, E-Mail, Homepage, Social Media Kanäle) Sie nutzen.

Kosten- und Zeitersparnis durch EFM

Durch die zentrale Sammlung von Feedback werden die Prozesse der unterschiedlichen Abteilungen zusammengefasst und kostspielige Doppelerhebungen bleiben damit erspart. Eine Entscheidungsfindung auf Basis von Kundeninformationen wird vereinfacht.

Empfehlung: Enterprise Feedback Management einfach gemacht

Das Online-Feedback-Tool Feedbackstr bietet Ihnen die Möglichkeit individuelle Fragebögen, maßgeschneidert auf Ihr Unternehmen oder Ihre Zielgruppe zu erstellen. Passen Sie die Umfrage Ihren einzelnen Unternehmensbereichen an, ob Fragebögen zur Produkt-Entwicklung, Kunden- oder Mitarbeiterzufriedenheit. Sie sind vielseitig einsetzbar.

Um eine kontinuierliche Prozessverbesserung zu erreichen, nehmen Sie im Dashboard die Analyse und Überwachung Ihrer Daten vor und verbessern aus den gewonnenen Erkenntnissen Ihre Leistung. Feedbackstr bietet des Weiteren die Möglichkeit mit Kunden in Dialog zu treten. Nutzen Sie diese Funktion um Ihre Kundenbindung zu stärken. Verwenden Sie die Enterprise Funktionen und Schnittstellen, um Feedbackstr mit Ihren Customer-Relationship-Management und Enterprise-Resource-Planning Systemen zu verbinden und zu synchronisieren.



Glossar

- 1 Single Choice** **8**

Befragte können aus einer Reihe von Antwortvorgaben nur eine einzelne Antwort auswählen.

- 2 Multiple Choice** **8**

Befragte können aus einer Reihe von Antwortvorgaben eine oder mehrere Antworten auswählen.

- 3 Matrix-Frage** **8**

Der Befragte erhält eine Liste von Fragen oder Begriffen, welche anhand einer einheitlichen Skala bewertet werden sollen. Pro Frage kann ein Wert auf der Skala ausgewählt werden. Zwischen den beiden Endpunkten können Befragte ihr Urteil abstufen. So können etwa die Fähigkeiten eines Dienstleisters (Freundlichkeit, Kompetenz, Pünktlichkeit) an einer einheitlichen Schulnotenskala (1=Sehr gut, 6=ungenügend) bewertet werden.

Kontakt: Feedbackstr
Theaterstraße 6
01067 Dresden
info@feedbackstr.com
www.feedbackstr.com



Feedbackstr ist ein Produkt der Spectos GmbH