

Buchungsformular Service Zertifizierung mit dem Siegel der Service WM

Hiermit buche ich die onlinebasierte Service Zertifizierung mit dem offiziellen Siegel der Service WM zum Preis von 249 EUR zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer.

Zahlbar:

50% bei Freischaltung des onlinebasierten Kundenkompass und 50% nach Lieferung Ihrer individuellen Auswertung als pdf-Datei.

Sie erhalten von uns eine schriftliche Auswertung Ihrer Kundenbefragung als pdf-Datei. Bei Erreichen der Siegelkriterien (mindestens 30 auswertbare Kundenstimmen und einen von uns errechneten positiven Kunden-Beziehungs-Index) erhalten Sie von uns zusätzlich das Service WM Siegel in gedruckter Form und als pdf-Datei.

Auftraggeber:

Firma _____

Vorname/Name _____

PLZ/Ort _____

Straße _____

Tel. _____

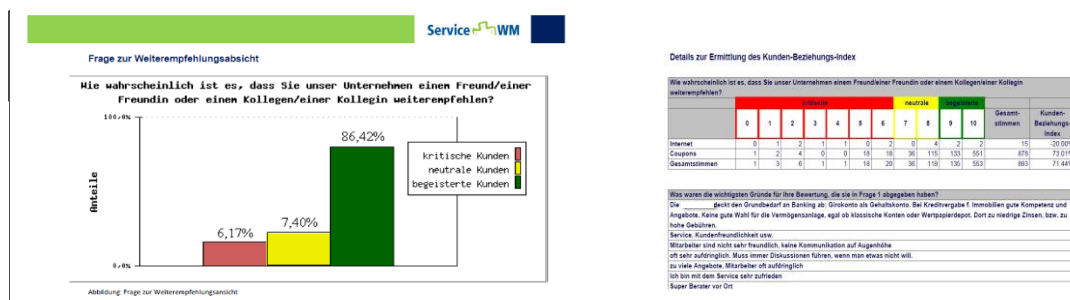
Mail _____

Unterschrift _____

Datum _____

Konkreter Ablauf Ihrer onlinebasierten Service Zertifizierung:

1. Wir liefern Ihnen den Link zu Ihrer individuellen Online-Kundenbefragung, den Sie an Ihre Kunden weitergeben können.
2. Sie haben 4 Wochen Zeit, um mindestens 30 Kundenstimmen einzuholen.
3. Wir errechnen aufgrund der Kundenfeedbacks Ihren individuellen Kundenbeziehungs-Index und liefern Ihnen die Auswertung Ihrer onlinebasierten Kundenbefragung als PDF.



4. Bei Erreichen der Siegelkriterien von mindestens 30 auswertbaren Kundenfeedbacks und einem positiven Kundenbeziehungs-Index erhalten Sie von uns die Service Zertifizierung mit dem offiziellen Service WM Siegel in gedruckter Form und als digitale Datei für Ihre Website.



Infos zum Kunden-Beziehungs-Index:

Der Kunden-Beziehungs-Index misst, wie gut die Beziehung Ihrer Kunden zu Ihrem Unternehmen ist. Je höher der Index, desto loyaler sind die Kunden, desto besser ist die Kunden-Beziehung und damit auch die Wiederkaufwahrscheinlichkeit und Weiterempfehlungsbereitschaft.

Der Kunden-Beziehungs-Index basiert auf dem NPS, dem Net Promoter Score. Der NPS wurde von dem amerikanischen Wirtschaftswissenschaftler Frederick F. Reichheld entwickelt und wird in vielen namhaften Unternehmen erfolgreich angewendet.

Die entscheidende Frage lautet:

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen einem Freund/einer Freundin oder einem Kollegen/einer Kollegin weiterempfehlen?

Bitte klicken Sie eine Zahl von 10 bis 0 an.
Je höher die Zahl, desto höher die Wahrscheinlichkeit.

äußerst
wahrscheinlich
 10
 9
 8
 7
 6
 5
 4
 3
 2
 1
 0
überhaupt nicht
wahrscheinlich

Kunden, die eine 10 oder eine 9 angekreuzt haben, gelten als Kunden-Fans. Die Kunden-Fans sind Ihre loyalen Kunden. Die Kunden, die Sie weiterempfehlen, zu denen Sie eine erstklassige Kundenbeziehung haben.

Kunden, die eine 8 oder 7 angekreuzt haben, gelten als Passiv Zufriedene. Die Gruppe Passiv Zufriedene sind Kunden, die wenig wertvoll sind. Diese Kunden sind wechselbereit. Wenn sich eine andere, scheinbar bessere Einkaufsmöglichkeit auftut, kann es sein, dass sie untreu werden.

Kunden, die eine 6, 5, 4, 3, 2, 1 oder 0 angekreuzt haben, gelten als Unzufriedene. Die Unzufriedenen sind für Sie die gefährlichste Gruppe. Das sind diejenigen, die negative Mundpropaganda betreiben und Ihnen so sehr viel Geschäft zerstören.

Berechnung des KBI:

Es wird errechnet, wie viel % von allen eingegangenen Kundenstimmen Kunden-Fans sind und wie viel % Unzufriedene. Nun wird von der Prozentzahl der Kunden-Fans die Prozentzahl der Unzufriedenen abgezogen. Daraus ergibt sich der Kunden-Beziehungs-Index.

$\% \text{ Kunden-Fans} - \% \text{ Unzufriedene} = \% \text{ Kunden-Beziehungs-Index}$