

Messung von Kundenzufriedenheit im E-Commerce

Köln, 19. März 2013

Dipl. Bw. Meike Schumacher
Hochschule Aschaffenburg



Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V.

WIR GESTALTEN DAS INTERNET.

eco

Fragestellung:

Akzeptanz von Systemen – ein wichtiges Thema im IMI:



EUROPÄISCHE UNION
EUROPAISCHER SOZIALFONDS

ESF IN BAYERN
WIR INVESTIEREN IN MENSCHEN

ESF-geförderte
Projekte:



„amazon (wie auch andere) ist ein Automat !“

- Akzeptanz gründet auf Vertrauen und(!) Qualität: Also die Frage: Empfindet der Kunde Vertrauen und Qualität?
- Aber: Direktes Fragen bringt nicht immer ein verwertbares Ergebnis, wegen der notorischen Kompetenzdefizite
- Beitrag unsererseits:
 - 1) Auflisten der methodischen Ansätze und ihre Bewertung
 - 2) Kleine Umfrage (Florian Herzog) unter Vertretern der Betrieblichen Praxis

Gründe für (Kunden-) Feedbacks und (Kunden-) Zufriedenheitsprognosen

- werben mit der Kundenzufriedenheit
- Verbesserung des Images / der Reputation
- Bessere Einschätzung des typischen Kundenverhaltens
- Verbesserung des Verkaufs-/ Lieferprozesses
- Vergleiche mit dem Wettbewerb anstellen
- Trends frühzeitig erkennen
- Selbstüberschätzung vorbeugen
- ...

→ **Welche Methode eignet sich für welches Ziel?**

Einige Methoden zur Messung oder Verbesserung der Kundenzufriedenheit

- Repräsentative Kundenbefragung
- Expertenbefragung
- Delphi-Befragung
- Kundenrezension
- Open Innovation
- Usability Test
- Case-Based Evidence

Repräsentative Kundenbefragung

Die Befragung mittels Fragebogen ist der „Klassiker“ unter den Kundenfeedbacks!



Repräsentative Kundenbefragungen eignen sich vor allem:

- Befragungsgegenstände geringer „Komplexität“
- für Marketingzwecke
- um den „typischen Kunden“ beschreiben zu können
- um grobe Schwachstellen beim Verkaufs- oder Lieferprozess aufzudecken

Expertenbefragung

Das Experteninterview kommt zum Einsatz, wenn nur eine kleine Anzahl von Personen mit der notwendigen Expertise zur Verfügung steht.

Experten könnten Personen sein, die:

- als Kunden einen hohen Umsatz machen
- als Kunden ein breites Produktspektrum kaufen
- die Branche gut kennen
- In einem bestimmten Bereich des E-Commerce (z.B. Zahlungsprozesse) ein vertieftes Wissen haben

→ Einschätzung der Marktentwicklung und zukünftiger Trends

→ Evaluation des Unternehmensimages

→ Erkennung von Entwicklungspotenzialen

Delphi-Befragung

Der Delphi-Ansatz ist eine Befragung von Experten mit mehrstufige Rückkopplung. Sie ist ein Prognoseverfahren, das vorwiegend dazu eingesetzt wird, um

- einen Ausblick auf eine zukünftige Entwicklung zu geben
- einen Konsens oder Dissens unter Experten festzustellen



Quelle: http://www.wsl.ch/fe/wisoz/projekte/entrepreneurship/delphic_oracle.jpg

→ nicht-kausal !

→ „bewährt“ bei komplexen, zukunftsorientierten Sachverhalten

Kundenrezension

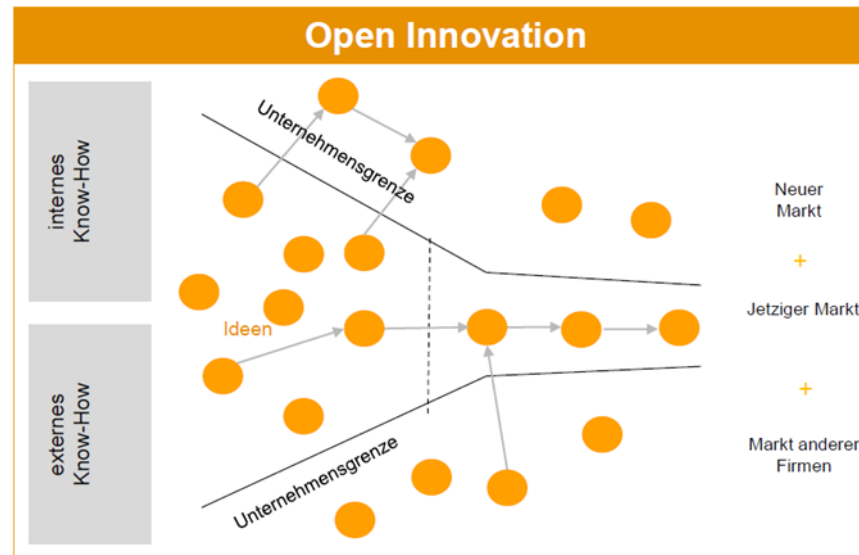
Kunden bewerten Produkte für andere Kunden:

The screenshot shows the Amazon.de website interface. At the top, there's the Amazon logo and navigation links like 'Mein Amazon', 'Angebote', 'Wunschzettel', 'Gutscheine', and 'Geschenke'. A search bar contains 'Elektronik & Foto'. Below the search bar, there are category filters: 'Heimkino, TV & Video', 'Bestseller', 'Fernseher', 'Projektoren', and 'Blu-ray-Player'. The main content area is titled 'Kundenrezensionen' for the product 'Samsung UE40ES6300 101 cm (40 Zoll) 3D-LED-Backlight-Fernseher, Energieeffizienz'. It displays '102 Rezensionen' and a 'Durchschnittliche Kundenbewertung' of 4.5 stars. A bar chart shows the distribution of reviews: 5 Sterne (68), 4 Sterne (17), 3 Sterne (11), 2 Sterne (2), and 1 Stern (4). There is a button 'Eigene Rezension erstellen' and a section for 'Die hilfreichste positive Rezension'.

- Hinweise auf Verbesserungspotenzial, z.B. bei der Produktbeschreibung
- Informationen über den Zweck des Einkaufs (z.B. Geschenk)
- Marketing / Verkaufsförderung

Open Innovation

Kunden, Lieferanten oder sonst. Externe werden zu aktiv Beteiligten im Innovationsprozess



→ eignet sich vor allem um ganz neue Ideen und Denkansätze in ein Unternehmen oder eine Organisation zu bekommen!

Usability Test

Eine Usability Test wird in der Regel durchgeführt um die Gebrauchstauglichkeit einer Soft- oder Hardware mit den potenziellen Benutzern zu überprüfen.



Foto: Usability.de

→ Realisierung als „A/B-Test“, in Laborumgebung oder als Feldtest

Case-based Evidence – Analogien

→ Ansatz der „Fallbasierten Hinweise“

Suche nach ähnlichen Fällen, um Rückschlüsse auf das aktuell vorliegende Problem zu gewinnen.

Annahme, dass sich bestimmte funktionale Mechanismen von einer Branche auf eine andere übertragen lassen.

→ Nicht kausal

→ „bewährt“

Quelle: Hofmann, Schumacher (2012)

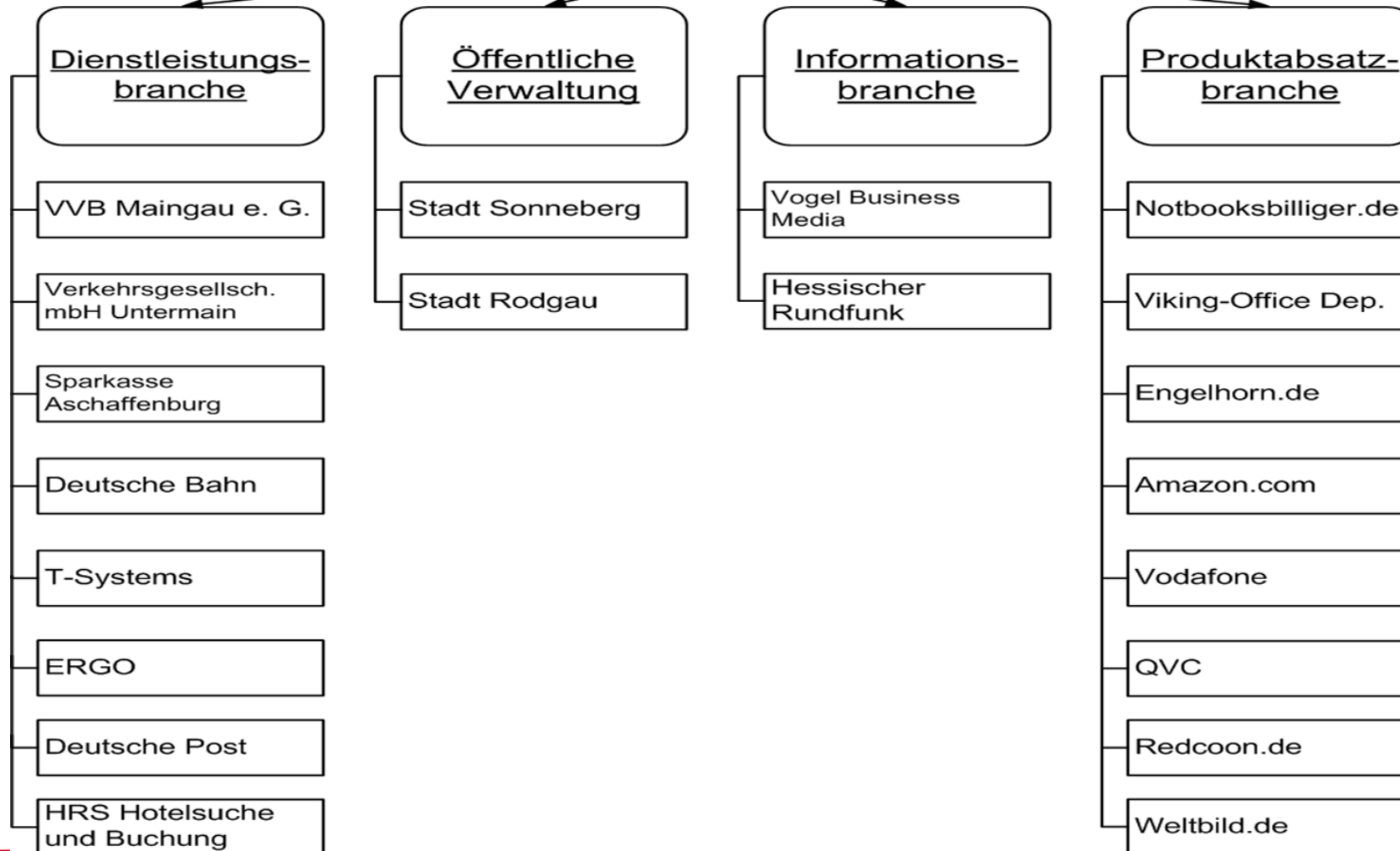
Vergleich der Methoden

Methoden	Vorteil	Nachteil
Kundenbefragung	Unmittelbare Meinungen	Setzt Interesse und Kompetenz voraus
Expertenbefragung	Höherwertige Ergebnisse	Gültigkeit der Expertenvermutung
Delphi-Befragung	Kollektives Meinungsbild der Experten	Nicht-kausale Methode
Kundenrezension	Meinungen interessierter und kompetenter Kunden	Meinungsäußerungen „Unberufener“
Open Innovation	Offener Diskurs (kritisch-rationaler „Schwarm“)	Bewertung der Argumente
Usability Test	Experimentelle Befunde	Design des „Experiments“
Case-based Evidence	(Historische) Erfahrungen werden genutzt	Schwierige Suche nach brauchbaren Analogien

Befragung ausgewählter Unternehmen zur Messung der Kundenzufriedenheit

- Die Befragten:
Es wurden Verantwortliche für Marktforschung oder IT, in Unternehmen mit einem bereits etablierten E-Commerce-Kanal befragt.
- Probleme bei der Erhebung:
Viele der befragten Unternehmen hielten sich bedeckt und gaben keine Informationen heraus. Von den etwa 60 angefragten Unternehmen waren lediglich 17 bereit an der Befragung teilzunehmen.

Befragte Unternehmen
aus dem Bereich...



Einige Ergebnisse der Befragung (1)

- Die Kundenbefragung mittels Fragebogen erfreut sich gefolgt von Kundenrezensionen erwartungsgemäß der größten Beliebtheit.
- Beim Kundenfeedback werden alle Aspekte des E-Commerce adressiert (suchen, bestellen, zahlen, liefern,...)
- Häufigkeit der Erhebungen:
 - Kundenrezension und Open Innovation werden permanent durchgeführt (Online).
 - Kundenbefragungen und Expertenbefragung 1-4 / Jahr
- Die Befragten Unternehmen waren sehr zufrieden mit Ihren Methoden und würden keine anderen wählen.

Einige Ergebnisse der Befragung (2)

- Anreize erhöhen die Rücklaufquote – mit Prämiensystemen wurden durchweg gute Erfahrungen gemacht und es konnte ein leichter Anstieg der Beteiligung an den Befragungen festgestellt werden.
- Das Kundenfeedback hat eine hohe Bedeutung für das eigene Qualitätsmanagement.
- Es lassen sich Handlungsmaßnahmen zur Sicherung/Verbesserung der Qualität aus der Messung ableiten.
- Soziale Medien spielen eine erhebliche Rolle bei der Ermittlung der Kundenzufriedenheit – Tendenz steigend!

Offene Fragen

Woher kam der „Anstoß“ für welche Veränderungsmaßnahmen im E-Commerce?

- Entwicklung eines Referenzmodells, welche Methode sich für Hinweise auf bestimmte unternehmerische Fragestellungen eignet!
- Vorhandene Studien analysieren und befragen in der Regel zur Erklärung des Kundenverhaltens den Kunden direkt – quasi systemimmanent, es kann aber auch der Blick in eine andere Richtung weiterführend sein!
- Die Kauf-Entscheidung ist nur zu einem Teil rational

Vielen Dank

Kontakt



Meike Schumacher

meike.schumacher@h-ab.de

Tel.: 06021-4206-746

www.h-ab.de

www.mainproject.eu

Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V.