
Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit zeigt das Verhältnis von Kundenerwartung zu Bedürfniserfüllung auf. Die Kundenzufriedenheit kann für den Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens entscheidend sein. Denn zufriedene Kunden sind

- Loyal
- Weniger preissensibel
- Bereit, Sie weiterzuempfehlen

Das ermöglicht wiederum Ihnen

- Ihre Zielgruppe zu erweitern
- Ihre Preispolitik weiterzuentwickeln
- Die Kundenbindung zu steigern
- das Produkt zu optimieren

Zudem bekommen Sie kostenlose Werbung und generieren Weiterempfehlungen und positive Referenzen. Die Kundenzufriedenheit zu kennen sollte daher jederzeit höchste Priorität haben.

Die Kundenzufriedenheit selbst hängt wie gesagt vom Grad der Erfüllung der Kundenanforderungen ab. Diese Kundenanforderungen werden grundsätzlich in Basisanforderungen und Leistungsanforderungen unterteilt:

- Basisanforderungen werden vom Kunden vorausgesetzt. Die Erfüllung dieser beeinflusst die Kundenzufriedenheit nicht. Werden die Basisanforderungen nicht erfüllt, so führt dies zu Kundenunzufriedenheit. Basisanforderungen werden in der Regel stillschweigend als selbstverständlich vorausgesetzt und werden nicht vom Kunden explizit genannt.
 - Beispiel: Das neue Auto hat Bremsen. Das macht den Kunden nicht zufrieden, das Fehlen von der Anforderung „Bremsen am Auto“ kann durchaus zu Kundenunzufriedenheit führen.
- Leistungsanforderungen hingegen sind explizit geäußerte Anforderungen, deren Erfüllung und Übererfüllung von Kunden honoriert wird – die Kundenzufriedenheit steigt!
 - Beispiel: das neue Auto hat Ledersitze.

TIPP: Basisanforderungen können zu Leistungsanforderungen werden und umgekehrt. Beispiel: Airbags waren lange Zeit eine Leistungsanforderung und gehören heutzutage zu den Basisanforderungen.

Das Kano Modell fügt dem Konstrukt Kundenzufriedenheit eine Reihe von weiteren Faktoren hinzu:

- Begeisterungsanforderungen werden vom Kunden nicht unbedingt erwartet, aber hoch geschätzt. Eine kleine Leistungssteigerung kann die Kundenzufriedenheit überproportional erhöhen. Beispiel Auto: Sonderausstattung, besonderes Design
- Unerhebliche Faktoren werden vom Kunden weder erwartet noch geschätzt, aber auch nicht zurückgewiesen. Beispiel je nach Kundengruppe: Schiebedach oder Automatikgetriebe.
- Rückgewiesene Faktoren werden vom Kunden als nicht vorhanden erwartet und führen zu Unzufriedenheit falls vorhanden, das Fehlen führt jedoch nicht zur Kundenzufriedenheit. Beispiel: Rostflecken, abgelaufener TÜV.

Um die Anforderungen der Kundenzufriedenheit unterscheiden zu können, empfiehlt sich eine Bipolare Kundenbefragung: Der Kunde antwortet zweimal auf die gleiche Frage, funktional und dysfunktional.

Beispiel: Der Kunde beantwortet 2 Fragen zum selben Merkmal:

- Was würden Sie sagen, wenn Ihr Auto über Bremsen verfügt?
- Was würden Sie sagen, wenn Ihr Auto über keine Bremsen verfügt?

Aus der Kombination der Antworten auf die funktionale und dysfunktionale Frage ist die Typisierung ableitbar; z. B.:

- Funktional: Das setze ich voraus + Dysfunktional: Das würde mich sehr stören → Basis-Merkmal
- Funktional: Das würde mich sehr freuen + Dysfunktional: Das würde mich sehr stören → Leistungs-Merkmal
- Funktional: Das würde mich sehr freuen + Dysfunktional: Das ist mir egal → Begeisterungs-Merkmal
- Funktional: Das ist mir egal + Dysfunktional: Das ist mir egal → Unerhebliches Merkmal
- Funktional: Das würde mich sehr stören + Dysfunktional: Das setze ich voraus → Rückweisungs-Merkmal

TIPP: bei der Auswertung sollten relevante demographische Kundendaten berücksichtigt werden. Vielleicht ist eine Basisanforderung für Männer über 50 eine Begeisterungsanforderung?

Ein sehr wichtiges Instrument zur Messung der Kundenzufriedenheit ist die Kundenbefragung. Durch die Kundenbefragung können Bedürfnisse der Kunden ermittelt werden, die Anforderungen strukturiert und bewertet werden, die Kundenwünsche offengelegt und die Erfüllung dieser evaluiert werden. Daraus können konkrete Entscheidungen getroffen und Maßnahmen abgeleitet werden, welche die Kundenzufriedenheit positiv beeinflussen.

I. Kundenzufriedenheitsanalyse

Die Kundenzufriedenheitsanalyse baut auf viele Instrumente auf, mit welchen die Zufriedenheit der eigenen Kunden ermittelt wird. Zur Kundenzufriedenheitsanalyse gehört die Beobachtung der Kunden, die Analyse des Kundenverhaltens aber vor allem auch die Befragung der Kunden.

Um ein ganzheitliches und nachhaltiges Meinungsbild der Kunden zu erhalten sollten folgende Aspekte beachtet werden:

- Setzen Sie die Online Kundenbefragung als Instrument ein ([Link zu Vorteilen](#)). Damit können Sie Ihre Kunden schnell, günstig und effektiv einbinden.
- Die Kundenzufriedenheitsanalyse betrifft nicht nur den Preis oder das Produkt. Bei der Befragung sollten alle Aspekte berücksichtigt werden wie Support, Point of Sale, Verpackung oder Unternehmensphilosophie.
- Eine einmalige Analyse der Kundenzufriedenheit hilft Ihnen weiter. Eine kontinuierliche Kundenzufriedenheitsanalyse hilft Ihnen noch viel mehr – Sie können die Entwicklung der Zufriedenheit jederzeit ablesen und mit aktuellen und vergangenen Maßnahmen in Verbindung

setzen. So lassen sich nachhaltig und langfristig die richtigen Maßnahmen für Kundenzufriedenheit und damit Unternehmenserfolg ableiten.

- Um exaktes Feedback zu erhalten, muss dieses Zeitnah an der Interaktion erhoben werden. Das bedeutet, dass ein angepasster Kundenfragebogen immer an die Aktion geheftet wird – bei der Kundenanfrage („Haben wir Ihnen weiterhelfen können?“), beim Kundensupport („Sind Sie zufrieden mit unserem Support?“), nach dem Kauf (Fragen zum Produkt, zur Transaktionsabwicklung, ..), und so weiter!
- Führen Sie die Kundenbefragung sowie alle anderen Aspekte zur Kundenzufriedenheitsanalyse anonym durch und kommunizieren Sie dies entsprechend. Sie benötigen nicht den Namen des Kunden, sondern seine ehrliche Meinung. Unternehmen schätzen heutzutage keine Privatsphäre, Kunden hingegen schon. Sie werden es Ihnen danken!

II. Kundenzufriedenheitsmessung

Das Konstrukt der Kundenzufriedenheit bezeichnet die Differenz zwischen Kundenerwartung und Bedürfnisbefriedigung. Kundenzufriedenheit beeinflusst das Kaufverhalten, die Empfehlungsrate und sowohl die Kundenbindung als auch Kundentreue. Somit hat Kundenzufriedenheit einen Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Somit sollte eine hohe Kundenzufriedenheit stete höchste Priorität genießen!

Um sowohl die Kundenerwartung als auch die Bedürfnisbefriedigung ermitteln zu können wird eine Kundenzufriedenheitsmessung durchgeführt. Die Kundenzufriedenheitsmessung ist somit Bestandteil der Kundenzufriedenheitsanalyse. Zum Instrumentarium der Kundenzufriedenheitsmessung gehört die Kundenzufriedenheitsbefragung.

Die Messung der Kundenzufriedenheit erfolgt in der Regel durch Beobachten, Befragen oder über die Erhebung von Kennzahlen. Die Kundenbefragung hat sich jedoch als ein zuverlässiges und effektives Instrument behaupten können!

1. Zehn gute Gründe, um eine Kundenzufriedenheitsmessung durchzuführen:

- a. Um die Kundenzufriedenheit zu steigern
- b. Um die Fluktuationsrate zu senken
- c. Um weiterempfohlen zu werden
- d. Um sich vom Wettbewerb zu erheben
- e. Um Prozessfehler zu identifizieren (Qualitätssicherung)
- f. Um die Umsetzung der Maßnahmen zu überprüfen
- g. Um Kennzahlen zu ermitteln (Benchmarking)
- h. Um das Beschwerdeaufkommen (bspw. beim Kundensupport) zu senken
- i. Um Maßnahmen (bspw. zur Kundenbindung) zu planen (und um die Kunden einzubinden)
- j. Um Fehlausgaben bei geplanten Investitionen (bspw. in Produktänderungen) zu vermeiden

2. Kundenzufriedenheitsmessung: hilfreiche Werkzeuge und Modelle

Das Kano Modell zur Kundenzufriedenheitsmessung

- Das Kano Modell zur Kundenzufriedenheitsmessung segmentiert Kundenanforderungen und Wünsche nach ihrer Wirkung auf die Kundenzufriedenheit. Durch den Einsatz des Kano Modells können Sie ganz gezielt auf Kundenwünsche eingehen und effektiv die Zufriedenheit steigern.

Kundenzufriedenheitsbefragung

- Wie bereits angemerkt, kann die Messung der Kundenzufriedenheit auch durch Beobachtung oder durch Erhebung bestimmter Kennzahlen (Wiederkaufquote, Supportaufkommen) erfolgen. Durch eine Befragung zur Kundenzufriedenheit kann jedoch der Kunde direkt Feedback, Anregungen und Kritik äußern!

Online Kundenbefragung zur Kundenzufriedenheitsmessung

- Die Online Kundenbefragung hat viele Vorteile gegenüber klassischen Befragungen. Sie sparen Zeit, Kosten (Porto, Auswertung, Versand) und können innerhalb kürzester Zeit tausende Kunden aus aller Welt individuell erreichen und befragen.

III. Kundenzufriedenheitsbefragung

1. Kundenzufriedenheitsbefragung

Die Kundenzufriedenheitsbefragung ist ein Instrument der Kundenzufriedenheitsanalyse und gehört zu den Variationen der Kundenbefragung. Wie der Name schon sagt ist die Kundenzufriedenheitsbefragung eine Befragung der Kunden zu deren Zufriedenheit. Das Ziel ist die Kundenzufriedenheitsmessung. Gründe und Vorteile der Messung und Steigerung der Kundenzufriedenheit werden unter anderem im Kapitel Kundenzufriedenheitsmessung erläutert.

Hier möchten wir speziell auf das Instrument Kundenzufriedenheitsbefragung eingehen. Natürlich können Sie die Zufriedenheit auch durch Beobachtung (der Kundenverhaltens) oder Erhebung bestimmter Kennzahlen (Umsatz, Supportaufkommen, Rücksendequote) messen. Die Kundenbefragung, vor allem online, bleibt jedoch der Königsweg.

2. 10 gute Gründe für eine Kundenzufriedenheitsbefragung (online):

1. Sie erreichen alle Ihre Kunden online (alle Kunden – auf allen Sprachen, in allen Ländern)
2. Sie belästigen Ihre Kunden nicht mit Anrufen oder persönlicher Ansprache
3. Sie sparen bares Geld (Portgebühren, Druck, Papier, Telefonkosten)
4. Sie sparen Zeit (Auswertung per Mausclick, gleichzeitig Tausende Kunden erreichbar,..)
5. Sie erhalten auf die richtige Frage bessere Einsichten als durch langes Beobachten
6. Sie vermeiden Interviewer-Effekte – Ihr Kunde wird nicht beeinflusst
7. Sie können Medien einbinden (Bilder, Videos) und Ihre Produkte präsentieren
8. Sie können kinderleicht tausenden Kunden individuelle Fragebögen anbieten
9. Sie erhalten sofort live alle Antworten und können sofort Maßnahmen planen
10. Sie können online Kundenzufriedenheitsbefragungen in Ihre Prozesse einbinden

Beachten Sie bitte auch die Vorteile der Kundenbefragung. (Kundenbefragung-1/Vorteile-Online-Kundenbefragung)

3. Kundenzufriedenheitsbefragung: Nachteile und Risiken

Es gibt keine Nachteile der Kundenzufriedenheitsbefragung, dafür aber Risiken. Wenn Sie jedoch unsere Tipps zur Planung der Kundenzufriedenheitsbefragung (<http://www.lamapoll.de/Kundenzufriedenheit/Planung-Kundenzufriedenheitsbefragung>) beachten und das richtige Tool zur Kundenbefragung gefunden haben (<http://www.lamapoll.de/Kundenbefragung-1/Software-Tool-Kundenbefragung>) können Sie nichts falsch machen. Wir möchten dennoch auf Anfrage

unserer Kunden die bedeutsamsten 4 größten Risiken der Kundenzufriedenheitsbefragung vorstellen und erläutern.

Sagen statt Fragen: statt fokussierte Fragen zu stellen, werden häufig dem Kunden Antworten suggeriert oder Produktmerkmale aufgezählt. Bei einer erfolgreichen Kundenzufriedenheitsbefragung ist es genau andersherum: mit kurzen, knappen und präzisen Fragen muss eine ausführliche und ehrliche Antwort erzielt werden. Auch wenn Sie es gewohnt sind, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu präsentieren und vorzustellen – bei der Kundenzufriedenheitsbefragung geht es vor allem ums Zuhören!

Vorgaben statt Freiheit: viele Unternehmen neigen dazu, dem Kunden bei einer Befragung lange Matrizen mit vielen Kästchen vorzulegen. Das erhoffte Ziel sind vergleichbare Antworten. Das erreichte Ziel sind häufig Abbrüche und Frustration. Warum? Weil Sie niemals alle korrekten Antwortvorgaben für alle Kunden anbieten können. Sie stellen demnach Kunden vor der Wahl – eine nicht korrekte Antwort ankreuzen oder abbrechen. Geben Sie daher dem Kunden die Freiheit, die eigene Meinung kundzutun und eigene Antworten niederzuschreiben. Sie werden es Ihnen danken und die dadurch gewonnenen Erkenntnisse sind häufig tiefgehender!

Wie statt warum: Bei der Erstellung eines Kundenfragebogens zur Zufriedenheit neigt man oft dazu, nur nach dem „Wie“ (Wie zufrieden sind Sie mit... Wie bewerten Sie...) zu fragen. Dabei möchten Sie eigentlich was „Warum“ wissen. Und der Kunde möchte es in der Regel auch sagen! Fragen Sie daher immer Warum der Kunde zufrieden oder unzufrieden ist oder Warum seine Wertung so ausfällt.

Einmal und nie wieder: Wer nur einmal im Jahr eine Kundenzufriedenheitsbefragung durchführt, erfährt auch nur einmal im Jahr wie die Kunden einen sehen. Mit der richtigen Software ist eine regelmäßige Zufriedenheitsbefragung nicht teuer oder aufwendig! Nur mit regelmäßigen Befragungen können Sie nicht nur Schwachstellen identifizieren, sondern auch Maßnahmen erfragen und überprüfen.

IV. Kundenzufriedenheit Fragebogen

Wie bereits [beschrieben](#) (LINK zu Kundenzufriedenheit), hängt die Kundenzufriedenheit von einer Reihe von Anforderungen bzw. deren Erfüllungsgrad ab. Um die Kundenzufriedenheit zu ermitteln, müssen somit diese Faktoren durch einen Fragebogen zur Kundenzufriedenheit erfragt und bewertet werden.

Für den Fragebogen zur Kundenzufriedenheit gilt im Grunde die gleiche [Checkliste](#) (LINK Kundenbefragung-1/Checkliste-Kundenbefragung) wie für die Kundenbefragung allgemein.

Kurzum:

Der Fragenbogen zur Kundenzufriedenheit richtet sich natürlich an die Kunden. Somit befolgen Sie dieselben Regeln wie grundsätzlich bei der Kundenansprache. Verwenden Sie Ihr Unternehmensdesign, halten Sie sich kurz und knapp, schaffen Sie einen Mehrwert (Unterhalten Sie den Kunden mit Ihrem Fragebogen, binden Sie auch ein Gewinnspiel für die Teilnehmer ein). Ihr Fragebogen sollte an die [Ziele Ihrer Kundenzufriedenheitsmessung](#) ausgerichtet sein, wobei Sie auch die Auswertung bereits bei der Planung mit berücksichtigen – die Art Ihrer Fragen und vor allem der [Fragestellung innerhalb des Fragebogens](#) (LINK FRGAEN FORMULIEREN) wirkt sich auf diese aus.

1. 5 Goldene Regeln des Fragebogens zur Kundenzufriedenheit

1. Unterhaltung ist König

- a. Sie brauchen viele Antworten um reliable Maßnahmen treffen zu können. Also müssen viele Kunden alle Fragen beantworten. Damit sie nicht abbrechen, sollte Ihr Fragebogen unterhaltsam sein – Binden Sie Medien ein (Bilder, Videos), integrieren Sie ein [Gewinnspiel](#). Netter Nebeneffekt – Ihr Fragebogen wird geteilt, weiterempfohlen und aus der Kundenzufriedenheitsanalyse wird Weiterempfehlung und kostenlose Werbung.
2. Der Kunde ist Imperator!
 - a. Der Fragebogen zur Kundenzufriedenheit richtet sich in der Regel an tausende Kunden. Jedoch gilt hier wie bei Ihrem Marketing Mix – dies ist keine gesichtslose Masse. Ein einzelner Kunde hat heutzutage einfache Möglichkeiten, wiederum tausende Menschen zu beeinflussen. Gestalten sie den Fragebogen demnach individuell. Das bedeutet, dass jeder Kunde einen eigenen Antwortpfad entlanggeht oder dass Sie abgegebene Antworten in Folgefragen integrieren. Mit der [richtigen Software ist das kinderleicht!](#)
3. Weniger ist mehr - oder auch nicht
 - a. Weniger Fragen führen zu mehr Antworten, so paradox das auch klingt. Stellen Sie nur eine Frage, wird diese vermutlich von allen Kunden beantwortet werden – der Aufwand ist überschaubar. Beim Design des Fragebogens ist es jedoch nicht so einfach. Sie können alle Fragen auf einer langen Seite erstellen – dann kann Ihr Kunde sofort den Aufwand einschätzen. Sie können aber auch viele kurze Seiten einbinden, dann muss der Kunde nicht scrollen. Anderes Beispiel: die Matrixfrage komprimiert viele kurze Fragen zu einem Block. Somit wirkt der Fragebogen kürzer. Matrixfragen führen jedoch oft zu Frustration und Abbruch.
4. Nutzen Sie das gesamte Antwortspektrum!
 - a. Die Antwort auf die Frage „Sind Sie mit unserem Support zufrieden – Ja / Nein“ ist weitaus weniger aussagekräftig als bei der Frage „Wie zufrieden sind Sie?“. Das „Wie“ mit den Antwortmöglichkeiten sehr, weniger zufrieden, etc. lässt Sie zusätzlich die Kunden gruppieren!
5. Rückwärts ist vorwärts
 - a. Fangen Sie mit den Zielen an, und dann denken Sie an die zum Schluss zu treffenden Maßnahmen. Welche Fragen liefern die notwendigen Antworten? Ihre Fragearten beeinflussen die Auswertung.

2. Die 5 größten Fehler des Fragebogens zur Kundenzufriedenheit

1. Langer komplexer Fragebogen
 - a. Der Fragebogen sollte sich auf ein Ziel beziehen und die Kundenzufriedenheit in einem Bereich oder zu einem Produkt erfragt werden. Überfordern Sie Ihre Kunden nicht mit doppelten Verneinungen, Schachtelsätzen oder zu vielen Fragen!
2. Auswahlfragen ohne Ausweg
 - a. Sie können davon ausgehen, dass Sie niemals für absolut jeden Kunden zutreffende Antwortoptionen bereitstellen können. Wenn der Kunde dann zwischen nur eine falsche Antwort geben kann, um den Fragebogen fortführen zu können, wird er abbrechen. Die Option „keine Antwort“ oder ein freies Eingabefeld kann Ihre Rettung sein!
3. Zusammengefasste Fragen
 - a. Jede Frage sollte genau ein Item abfragen. Wenn Sie die Frage stellen „Waren Sie mit der Erreichbarkeit und der Freundlichkeit von unserem Support zufrieden?“, stellen Sie im Grunde 2 Fragen. Manchmal könnte die Kundenantwort hier „Jein!“ sein.
4. Pflicht und Kür

- a. Die Option „Pflichtfrage“ kann dazu führen, dass Sie wichtige Erkenntnisse zur Kundenzufriedenheit mit Ihrem Fragebogen sammeln können. Bei langen und vielen Pflichtfragen fühlt sich der Kunde jedoch oft gegängelt und überfordert. Das Resultat – er bricht ab. Pflichtfragen sollten daher nur mit Bedacht eingesetzt werden und sich keineswegs durch Ihren gesamten Fragebogen ziehen.
5. Aus großer Macht folgt große Verantwortung
 - a. Mit Ihrer Fragestellung können Sie die Antwort des Kunden manipulieren. Ein Beispiel, wie die gleiche Frage komplett unterschiedlich beantwortet werden kann, finden Sie [Hier: Kundenbefragung-1/Fragen-formulieren-Kundenbefragung](#)

3. Vorlage/Muster/Beispiel Fragebogen Kundenzufriedenheit

a) Seite: Das Anschreiben des Fragebogens

Lieber [Kunde],

Ihre Meinung ist uns wichtig!

Wir möchten Sie bitten, die Neuausrichtung von unserem Kundensupport mitzugestalten. Wir möchten Maßnahmen treffen, welche auf Ihre Anforderungen und auf Ihr Feedback basieren!

Als kleines Dankeschön haben Sie die Möglichkeit unverbindlich und ohne Verpflichtungen an unserem Gewinnspiel mitzumachen. Jeder [zweite] Teilnehmer bekommt [*Beispiel: einen Gutschein für seinen nächsten Einkauf bei uns*]!

Sie können den Fragebogen in wenigen Minuten beantworten!

Herzlichen Dank

Ihre Musterfrau

info@lamapoll.de

Der Fragebogen ist anonym. Erhebung, Verarbeitung und Sicherung erfolgen gemäß dem deutschen Bundesdatenschutzgesetz.

[Mehr Informationen zum Datenschutz >>](#)

b) Seite: (Filterung der Relevanten Kunden)

Haben Sie oder hatten Sie in den letzten 30 Tagen mit unserem Kundensupport (per E-Mail oder Telefon) zu tun?

a) Ja

b) Nein

[TIPP: in einem Online Fragebogen zur Kundenzufriedenheit könnte der Kunde, welche mit „Nein“ antwortet, direkt zum Ende des Fragebogens geleitet werden und muss keine für Ihn relevanten Fragen beantworten]

c) Seite: Relevanz

Bitte verteilen Sie auf folgende Optionen maximal 10 Punkte.

Hinweis: Je wichtiger eine Option für Sie ist, desto mehr Punkte sollte diese bekommen

- a) Erreichbarkeit des Kundenhotline**
- b) Antwortzeit auf Support-E-Mails**
- c) Freundlichkeit der Supportmitarbeiter**
- d) Fachliche Kompetenz der Mitarbeiter**

[TIPP: in einem Online Fragebogen zur Kundenzufriedenheit können Sie auch eine Rankingfrage einsetzen, bei welcher die Elemente nach Wichtigkeit geordnet werden können. Rankingfragen sind interaktiv und werden von Kunden gern beantwortet]

Was vermissen Sie bei unserem Support, was stört Sie am meisten?

[TIPP: Hier können Sie auch die Frage stellen, was dem Kunden am meisten gefällt. Die Entscheidung liegt bei Ihnen. Mit der negativen Frage zu Beginn könnten Sie kritischere Antworten erhalten – und Sie benötigen kritische Antworten mehr als Lob.]

d) Seite: Bewertung

1 Frage: Die Reaktionszeit, mit der meine E-Mails beantwortet werden empfinde ich als

Sehr schnell

schnell

Lang

Zu lang

2 Frage: Die telefonische Erreichbarkeit der Supporthotline ist

Sehr gut

Gut

Schlecht

Sehr schlecht

3 Frage: Ihre Support Mitarbeiter sind

Sehr freundlich

Freundlich

Weniger freundlich

Unfreundlich

4 Frage: Ihre Support Mitarbeiter sind

Sehr kompetent

Kompetent

Weniger kompetent

Inkompetent

e) Seite: Verbesserungsvorschläge

Haben Sie Anregungen, Kritikpunkte und Verbesserungsvorschläge

Was gefällt Ihnen am **meisten** an unserem Support?

[TIPP: Wir empfehlen, die Frage „Was gefällt Ihnen am meisten“ ans Ende zu stellen, um den Kunden positiv zu verabschieden]

f) Seite: Endseite

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Dieser Fragebogen wird am xx.xx.xx geschlossen.

Wenn Sie an die Ergebnisse sowie an unsere geplanten Maßnahmen interessiert sind, können Sie hier Ihre E-Mail-adresse eingeben:
