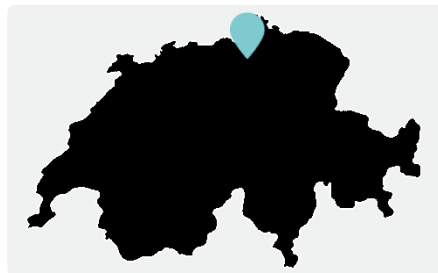


Evolution durch Feedback

Um im Wettbewerb erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen die Bedürfnisse ihrer Kunden nicht nur kennen, sondern auch die Qualität der Kundenbeziehungen überwachen und dynamisch verbessern. Equatex entschied sich für eine individualisierte Kundenzufriedenheitsbefragung, die nun regelmässig erhoben wird und vergleichbare Indizes liefert, anhand deren konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können.

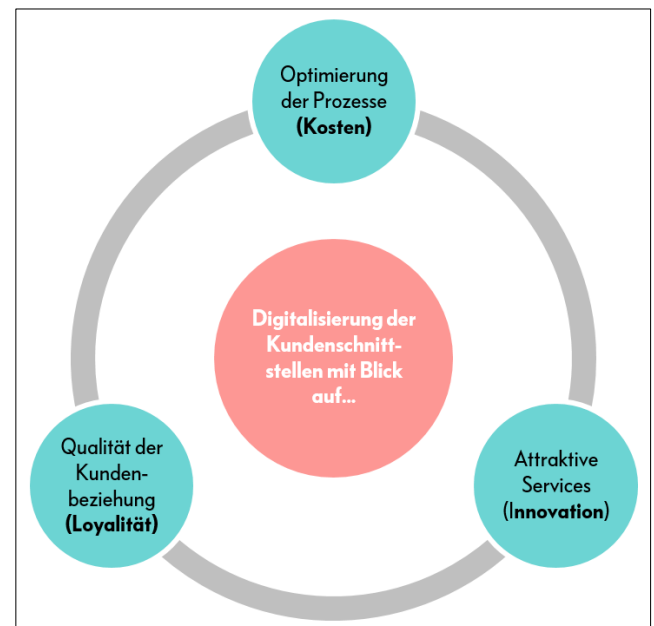


Equatex, Hauptsitz: Zürich, Schweiz

Über Equatex

Equatex unterstützt mit individuellen, web-basierten Komplettlösungen derzeit rund 100 internationale Unternehmen in Europa, Asien, Australien und Amerika bei der Administration ihrer Beteiligungs- und Vergütungsprogramme. Das Unternehmen ist eine Ausgründung der Schweizer Grossbank UBS.

Während die Services, die Equatex bietet, auf langjährigem Know-how beruhen, ist das Unternehmen selbst noch sehr jung – es erblickte erst am 23. Februar 2015 das Licht der Welt. Dennoch wollte die Geschäftsführung noch im selben Jahr das Stimmungsbild ihrer Kunden einfangen: Wissen, wie die Eigenständigkeit bzw. das Mehr an Autonomie der ehemals bei der UBS angesiedelten Abteilung bei den Kunden ankommt, und vor allem, wie Kunden die Services der Equatex bewerten. Antworten auf diese Fragen sollte eine Kundenzufriedenheitsbefragung liefern. Um das Projekt professionell durchführen zu können, entschied man sich für eine Zusammenarbeit mit Information Factory. Das Schweizer Software- und Managementberatungsunternehmen ist bereits seit mehreren Jahren beratend im Bankenbereich tätig und verfügt über langjährige Expertise im Bereich Kundenzufriedenheit und online gestützter Feedbackverfahren. Viele Unternehmen fokussieren sich mit der Digitalisierung vor allem auf die Optimierung von Prozessen, was meist mit der Senkung von Prozesskosten einhergeht. Optimalerweise verbindet man damit aber auch attraktive neue Services.



Equatex setzt mit dem Ansatz, Kundenfeedback abzuholen, auf eine der drei wichtigen Säulen von Digitalisierungsprozessen.

Das IF-Erfolgsrezept für Kundenfeedback - 6 Kriterien für den Erfolg

- Das Management mit an Bord holen
- Fragebogen relevant halten und auf das Wesentliche beschränken. Wichtig: Nur fragen, was man auch verändern kann
- Bei der Ergebnisanalyse nicht defizitorientiert vorgehen, sondern auch Stärken fokussieren
- Einen strukturierten und systematischen Follow-up-Prozess anschliessen
- Mit dem Kunden gemeinsam die Ergebnisse analysieren
- Befragung regelmässig wiederholen, mit Zeitreihen die Entwicklung monitorieren

Modernes, adaptives Fragebogendesign nach bewährtem Konzept

Für die Feedbackbefragung musste zunächst ein Fragebogen konzipiert werden, der die wichtigsten Aspekte zum Thema Kundenzufriedenheit abdeckt. Zeigt die Ausgründung Auswirkungen auf die Zufriedenheit der Kunden, d. h. werden die Services besser, gleich oder schlechter bewertet? Wie ist man im Verhältnis zu anderen Unternehmen am Markt in puncto Kundenzufriedenheit aufgestellt? Information Factory optimierte die Fragen aus methodischem Blickwinkel und beriet Equatex bei der Wahl einer geeigneten Skala. Grundsätzlich basierte der Fragebogen auf dem Information Factory Erfolgskonzept für umsetzungsorientierte Kundenfeedbacks. Dieses zeichnet sich unter anderem durch die starke Einbeziehung des Managements, einem kurzen, fokussierten Fragebogen, einer zielorientierte Ergebnisanalyse mit Fokus auf die Unternehmensstrategie und einem strukturierten, systematischen Follow-up-Prozess aus.

Das Fragebogeninstrument beinhaltete neben neuen Fragen auch Items, die bereits in vorangegangenen Erhebungen zum Einsatz kamen. Damit wurden zugleich Daten zu Fragen gewonnen, die bereits in der Vergangenheit erfasst wurden, was historische Vergleiche ermöglichte. Zudem wurde der zukünftige Unternehmenserfolg anhand des Net Promoter Score (NPS) abgebildet. Schliesslich flossen noch Fragen mit ein, deren Antworten einen Vergleich mit den Er-

gebnissen einer externen, internationalen Benchmarking-Umfrage zum Thema Kundenzufriedenheit ermöglichen sollten. Am Ende stand ein runder und dennoch schlanker Fragebogen, der in sich stimmig als auch wissenschaftlich abgesichert war. Information Factory ermöglichte die Online-Befragung im Responsive Design, sodass Nutzer mühelos via Smartphone oder Tablet Feedback geben konnten. Im Fokus der Befragung standen alle Equatex-Kunden aus dem In- und Ausland. Die Teilnahme erfolgte entweder online über einen Link in der Einladungs-E-Mail oder durch einen Call Center-Mitarbeiter. Nach dem dreiwöchigen Befragungszeitraum erstellte Information Factory grafisch aufbereitete Berichte, stellte sie in einer Management-Präsentation vor und unterstützte auch bei der Interpretation der Ergebnisse.

Hoher Erkenntnisgewinn durch Nutzung von Big Data

Die Resultate zeigen, dass Equatex einen gelungenen Start hinlegen konnte. Der NPS-Wert, also das Verhältnis zwischen Kunden, die Equatex weiterempfehlen und Kunden, die keine Weiterempfehlung aussprechen, blieb auch nach der Ausgründung von UBS auf einem hohen Niveau.

Zusätzlich setzte man bei Equatex die Resultate in Verhältnis zu einer vorangegangenen internen Mitarbeiterbefragung. Bei dieser internen Befragung zeigte sich, dass das Engagement der Mitarbeitenden über durchschnittlich hoch ist und dass sich die

Mitarbeitenden bereits stark mit der neuen Marke Equatex identifizieren. Die Verknüpfung von Fragen bzw. Ergebnissen, die das interne Mitarbeitenden-Engagement messen, mit dem Bild der externen Zufriedenheit und Bindung, ist sehr wertvoll. Die Zusammenhänge zwischen dem Engagement der Mitarbeiter und der Kundenzufriedenheit sind schon seit längerem erwiesen. Viele Unternehmen nutzen jedoch die Verknüpfung von Daten aus unterschiedlichen „Töpfen“ bisher noch nicht, um Massnahmen abzuleiten. Equatex erweiterte damit nicht nur die Sichtweise, sondern ebnete sich damit auch den Weg, um in Zukunft Folgemaassnahmen in beide Richtungen anstossen zu können – bei den Kunden, als auch bei den Mitarbeitenden. Aus dem Feedback der Kunden konnten darüber hinaus unmittelbar nach der Befragung bereits erste Folgemaassnahmen umgesetzt werden, z. B. eine technische Optimierung der Equatex-Plattform, die zu einer noch höheren Kundenzufriedenheit führen soll.

Aufgrund der positiven Erfahrungen mit dem Online-Instrument selbst und dem Projektmanagement seitens Information Factory plant Equatex, das Feedbackinstrument dauerhaft einzusetzen, um einen kontinuierlichen Kundendialog zu etablieren und die eigenen Produkte und Services regelmässig weiterentwickeln zu können, ganz nach dem Motto „No Progress without Feedback“.

Über Information Factory

Information Factory ist ein Beratungsunternehmen und Softwarehaus für massgeschneiderte Führungs- und Performance-Prozesse. Als strategischer Partner entwickelt das Unternehmen für seine Kunden und ihre Führungskräfte individuelle Lösungen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Zu den Kunden von Information Factory zählen unter anderem Volkswagen, Daimler, Fitness First, Migros, Interhyp, Tchibo, uniVersa, UBS, Zürcher Kantonalbank, die Universität St. Gallen sowie Organisationen der öffentlichen Verwaltung. Das Unternehmen hat Standorte in Zürich und Nürnberg.

Weitere Informationen

www.information-factory.com

Kundenzufriedenheitsumfrage

www.information-factory.com/produkte/flower

www.information-factory.com/projekte/mitarbeiterbefragung