

## **Implementierung einer Kundenbefragung Porsche Zentrum Olympiapark**

### *Aufgabenstellung:*

Kundenzufriedenheitsstudie der Servicekunden des PZO München. Reale ungestützte Befragung mit gleichzeitiger Erhöhung der Responsequote. Ergebnisse der Kundenbefragung sollen das tatsächliche ungeschönte Niveau des Servicebereiches darstellen. Problem bisheriger Umfragen der verschiedenen Porsche Zentren ist die relativ geringe Responsequote.

### *Problemlösung:*

Durch intensives Audit, Entwicklung einer interaktiven, elektronischen Umfrage. Die Zielgruppenanalyse ergab einen außergewöhnlich hohen Anteil an PC-Internetusern. Die Umfrage wurde einerseits klassisch in Form eines Umfragebogens, den der Servicekunde im Fahrzeug nach einem Service findet, und der zurückzusenden ist, und andererseits durch senden eines Links per Email (vorherige Abfrage der Email Adresse bei der Serviceannahme – gleichzeitige Erhöhung des Email Adressenbestandes). Nach dem Service erhält der Kunde per Email einen Link, der es ermöglicht innerhalb kürzester Zeit an der Umfrage, die in beiden Fällen mit einem Gewinnspiel verknüpft ist, teilzunehmen.

### *Fazit:*

Nach Implementierung ergab sich eine überdurchschnittlich hohe Responsequote, teilweise weit über 60 %. Durch die suggerierte Anonymität der Umfrage reale ungeschönte Umfrageergebnisse.