

Interne Kundenzufriedenheit

Viele Abteilungen bieten interne Serviceleistungen an. Die Akzeptanz der Leistungen durch die internen Kunden ist maßgeblich für reibungslose Prozesse. Es gilt, die entscheidenden Kriterien für die Zufriedenheit der internen Kunden herauszufinden und genau diese zu optimieren.

Die Leistungen von Serviceabteilungen – wie Rechtswesen, IT oder der Betriebsrat – unterliegen der ständigen Prüfung durch interne Kunden, durch eigene Kollegen. Kosten, Nutzen und Qualität der Leistungen dieser Abteilungen beeinflussen deren Loyalität zum internen Lieferanten.

Eigene Leistungen direkt durch die Leistungsempfänger im eigenen Unternehmen beurteilen zu lassen, bewirkt häufig eine schnellere und nachhaltigere Verbesserung des Angebotes als bei der Befragung externer Kunden, da hier die Erwartungshaltung der Kollegen an eine Optimierung auf Basis einer internen Befragung sehr hoch ist.



Abb.1: interne Kundenzufriedenheit

Die Optimierungsprozesse werden nicht nur kommuniziert, sondern direkt durch den Leistungsempfänger im Nachbarbüro erlebbar – Feedback eingeschlossen. Nur durch einen allumfänglichen Prozess wird die Zielerreichung auch in der Kundenwahrnehmung sichergestellt. Von der Kommunikation des Vorhabens über die Befragung und das Rückspiegeln der Ergebnisse an die internen Kunden bis hin zum Einbinden dieser Kollegen in den Optimierungsprozess unterstützen wir alle Schritte und somit den Erfolg des Projektes insgesamt.

Effektiv und effizient durch moderne Methoden.

Infobox

- Prozesse interner Kundenzufriedenheitsoptimierung unterscheiden sich zu externen
- Nur wenn die Ist-Leistung der internen Services gleich der Soll-Leistung ist, ist der Kunde zufrieden (Konfirmation)
- Begeistert ist ein Kunde bei positiver Diskonfirmation
- Loyalität entsteht durch eine Übererfüllung der Erwartungen

Es gilt, die wichtigsten Faktoren für die Wahrnehmung einer Leistung herauszufinden und diese wirkungsvoll zu optimieren.