

GENERATION Y

Wie Sie Kunden-Feedback effektiv einholen und es sinnvoll nutzen

Von Stephan Busch und Tom Wonneberger

11.03.2020 09:38, aktualisiert am 11.03.2020 10:21

Fast jeder sammelt in irgendeiner Art Bewertungen und Meinungen seiner Kunden ein. irgendwas im Netz: Hotel, Restaurant, „[...]das Brandenburger Tor (zu groß), Kriminalger weg).“ Bewertungen gelten als Aushängeschilder, Bewertungen vertrauen wir. 95 Proze muss klasse sein! Klar, im Schnitt 3,5 von 5 Sternen sind ausbaufähig. Aber was genau is

Gerade das erfahren sie mit Sternchen, Punkten oder Freitexten eher nicht. Die einschlä Werbung taugen. Allerdings bringen sie ihr Unternehmen nicht voran. Dafür müssen Si im hohen Maße bereit, Feedback zu geben. Sie selbst sind in einer Feedback-Kultur aufg Chance zu sich zu entwickeln.

Wie geht richtiges Feedback?

Zunächst einmal sollten Sie sich überlegen, was genau Sie mit dem Feedback bezwecke sagen? Wollen Sie die Qualität Ihrer Beratung oder ihrer Berater herausfinden? Wollen S Kundinnen Fragen hatten, die unbeantwortet blieben? Möchten Sie in Erfahrung bringe Dienstleistungen effizienter gestalten können?

Sie sollten das Feedback unvoreingenommen einholen. Das heißt, nehmen Sie das Ergel Bestätigung Ihrer Wahrnehmung oder Thesen. Feedback sollte konstruktiv sein. Desweg Freitexte eher ungeeignet. Formulieren Sie konkrete Fragen. Holen Sie systematisch Fee Kunden. Ansonsten verzerren Sie die Ergebnisse ins Positive oder Negative.

Holen Sie strukturiert Feedback ein. Ein Fragebogen ist da das Mittel der Wahl. Ansonst vertauschen die Reihenfolge. Holen Sie unmittelbar Feedback ein. Wenn zu viel Zeit zw verzerrt das ebenfalls die Ergebnisse. Nutzen Sie eine Mischung aus Bewertungen (Skal

zu konkreten Fragen.

Zu diesen Anlässen sollten Sie Feedback einholen

Wenn Sie Ihre Erstberatung abgeschlossen haben, sollten Sie dazu Feedback einholen. Egal ob Sie ganzheitlich beraten oder nur zu einem Produkt. Vorher war die Person im besten Fall Ihr Kunde. Sie sollten Sie nachzeichnen und auswerten können. Also zum Beispiel: Wie ist die Kundenreise (Customer Journey) aus der Perspektive der Kundin? Wie war die Beratung insgesamt gut oder außergewöhnlich? Was war ausbaufähig?

Daneben sollten Sie Ihre Bestandsbemühungen bewerten lassen. Wenn Sie einen strukturierten Prozess erfahrungsgemäß leichter. Doch auch bei vermittlungbezogener Bestandsarbeit sollten Sie Feedback einholen.

Das aus unserer Sicht wichtigste Feedback holen Sie nach der Schadenbegleitung beziehungsweise dem Schadensfall. Vor dem Schadensfall zeigt sich der Wert Ihrer Beratung deutlicher als im Leistungsfall. Vor dem Schadensfall ein Versicherungsvertrag, ein Stück Papier oder ein PDF. Nach einem Leistungsfall ein echtes Feedback.

So sollten Sie Feedback einholen und auswerten

Sie haben verschiedene Möglichkeiten, Feedback einzuholen: im Gespräch, analog durch Umfragetools. Wir empfehlen die letzte Variante. Einfache, anonyme Umfragen können Sie online erstellen. Wenn Sie keine personenbezogenen Daten erheben, brauchen Sie sich über Datenschutz keine Gedanken zu machen.

Für Google Forms brauchen Sie lediglich einen Google-Account und ein bisschen Zeit. Sie können Fragebogen erstellen. Sie können Bilder und Videos einbinden. Sie haben verschiedene Möglichkeiten, Ihre Umfrage in verschiedene Teile gliedern. Beschreiben Sie am Anfang, warum der Kunde etwa dafür benötigt.

Kunden aktiv angehen

Sie sollten ihren Frage-Gegenstand (zum Beispiel „Wie bewerten Sie die Beratungsqualität“) auf einer Skala (Schulnote, 0 bis 10 oder ähnliches) bewerten und anschließend Raum für Anmerkungen lassen. Sie können Ihre Fragen besser und tiefer auswerten. Außerdem können Sie Veränderungen in Ihrer Kundenreise einbringen. Sie bekommen automatisch eine grafisch aufbereitete Auswertung und CSV-Datei.

Bitten Sie ihre Kunden aktiv um Feedback. Entweder machen Sie das in Ihrem letzten Gespräch oder in einer separaten E-Mail. Haken Sie ruhig nach. Machen Sie deutlich, dass es Ihnen darum geht.

aktive Mithilfe Ihrer Kunden angewiesen.

Bestimmen Sie einen Turnus, in dem Sie gegebenenfalls mit ihren Mitarbeitern, die Fees einerseits, inwiefern sich die Zahlen-Bewertungen im Laufe der Zeit ändern. Andererseits Freitext-Antworten herauspicken und diese als Innovationsansätze verstehen. So machen sie aktiv in ihre Unternehmensentwicklung mit ein.

Wie sieht das Ganze bei uns aus? Über die folgenden Links können Sie unsere Bewertungen

<https://www.progress-dresden.de/kundenstimmen/>

<https://www.provenexpert.com/progress-finanzplaner/>



Stephan Busch und Tom Wonneberger

Stephan Busch und Tom Wonneberger sind Versicherungsmakler und In

MEHR ZU

- ▶ [BERUFSBILD BERATER](#) ▶ [BUNTES](#) ▶ [KOLUMNEN](#) ▶ [KOLUMNEN & EXPERTENBEITRÄGE](#) ▶ [MANAGEMENT & ORGA](#)
- ▶ [VERTRIEB](#)