

MÄRZ
21

NICHT
ÖFFENTLICHES
SYMPOSIUM

an der

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Wirtschaft



DAS ENDE DER KUNDENBEFRAGUNGEN?

Ort, Datum und Zeit für neue Ideen:

Teilnehmende:

Verantwortliche für die Gestaltung von Kundenbeziehungen und/oder von Kundenbefragungen. Teilnahme **kostenlos**, nur auf Einladung möglich!

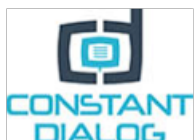
Datum, Zeit:

Dienstag, 21. März 2017, 16.00 bis ca. 18.00 Uhr

Ort:

Hochschule Luzern - Wirtschaft, Zentralstrasse 9, 6000 Luzern
Raum 4.26, im 4. Stock

(Der Raum ist ebenfalls auf einem Bildschirm beim Eingang angegeben.)



Organisatoren:

Curd H. Loosli



Was wir diskutieren. Was wir bewegen.

Stellen Sie ebenfalls fest, dass die Messung der Kundenzufriedenheit und -bindung immer schwieriger wird? Wer Kunden befragt, steht vor folgenden Herausforderungen:

- Die **Mitmachbereitschaft** sinkt wegen zu vieler und zu langer Befragungen.
- Die Findung von wirkungsvollen **Massnahmen** wird wegen anhaltend (zu?) guter Zufriedenheitswerte immer schwieriger.
- Herausfordernde neue Befragungsmethoden, bei denen nur noch **begeisterte Promotoren** zählen, führen zu volatilen Ergebnissen. Die Befragung hat einen mehr und mehr im Griff – und nicht umgekehrt. Man kann zu wenig nachvollziehen, wie die Ergebnisse zustande kommen. Deswegen gelingt es nicht, die Werte signifikant zu erhöhen.

Kurz gesagt: Die bisherigen Methoden zur Messung der Kundenzufriedenheit und -bindung haben ausgedient. Neue, aussagekräftigere und vor allem umsetzungsorientierte Methoden tun Not. Am Symposium wird eine mögliche Lösung, die Kundenbefragungen revolutionieren könnte, diskutiert.

Die Teilnehmenden erhalten auf Wunsch die Möglichkeit, an einer Pilotstudie teilzunehmen, bei der neue Ansätze in der Analyse der Kundenbeziehung zum Einsatz kommen.

DAS PROGRAMM

Kundenbeziehungen in der Praxis

Impuls und Begrüssung durch die Organisatoren: *Jürg Sutter (réalités), Christoph Fasel (IdeeTransfer), Jelica Stanojlovic-Delic (REAL CC), Klaus Suchan (Suchan + Partner) und Curd H. Loosli*

Referat 1: „DAS ENDE DER KUNDENBEFRAGUNG? ZEIT FÜR NEUE IDEEN!“

Referent: *Jörg Hilber*

Master of Advanced Studies in Services Marketing & Management, Dozent für Marktforschung an der Hochschule Luzern - Wirtschaft, Verwaltungsratspräsident des international anerkannten Markt- und Sozialforschungsinstituts CONSTANT DIALOG AG

Der Referent zeigt auf, warum die aktuellen Methoden für Kundenbefragung in die Leere laufen und welches Umdenken, respektive welche methodische Revolution notwendig wäre, um Kundenbefragungen für die Befragten wieder attraktiv und für die Befrager wieder aussagekräftig und umsetzungsorientiert zu machen.

Referat 2: „KURZ, IN ECHTZEIT UND EXTREM KUNDENORIENTIERT“

Der Praxis- Benchmark

Referenten: *Reto Gamper und Beat Schwarz*

Leiter Marketing/Verkauf respektive Leiter Marketing Professional von Steinfels Swiss und gemeinsam verantwortlich für die Revolution der Steinfels-Befragung von Business-to-Business-Kunden.

Voll automatisch werden die Kunden mit einem aus nur einer Seite bestehenden, ansprechenden Power-Fragebogen zu den wichtigsten Aspekten ihrer Zufriedenheit befragt. Die Entwicklung verfolgt Steinfels Swiss in Real Time. Negative Kundenerlebnisse werden systematisch erhoben, und es wird sofort und persönlich reagiert.

Steinfels Swiss ist eine Division der Coop-Gruppe. Sie ist der führende, rein schweizerische Hersteller von Wasch-/Reinigungsmitteln und Pflegeprodukten. Produziert wird in Winterthur, und zwar bekannte Marken wie Flup, Maga, Naturaline, Oecoplan oder Sherpa Tensing.

Vorstellen des PILOTPROJEKTS „Analyse der Kundenbeziehung 2020“

Diskussion / Gemeinsames Aperó