



KUNDEN ZUFRIEDENHEITS BEFRAGUNG



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

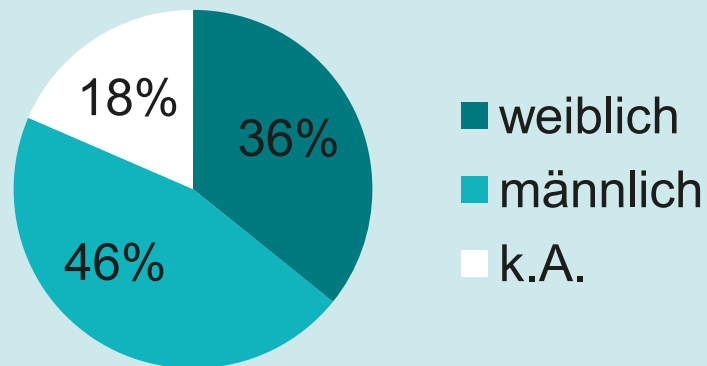
Tiefer blicken. Weiter sehen.

**Präsentation Klenke Kundenbefragung „Zufriedenheit“
Durch GO Research GmbH**

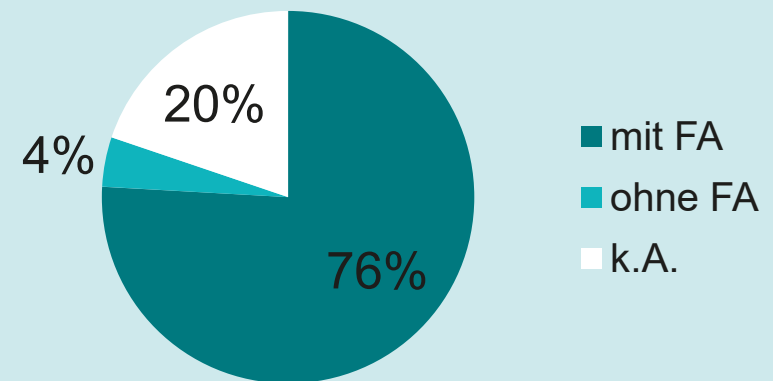
Demographische Daten der teilnehmenden Ärzte



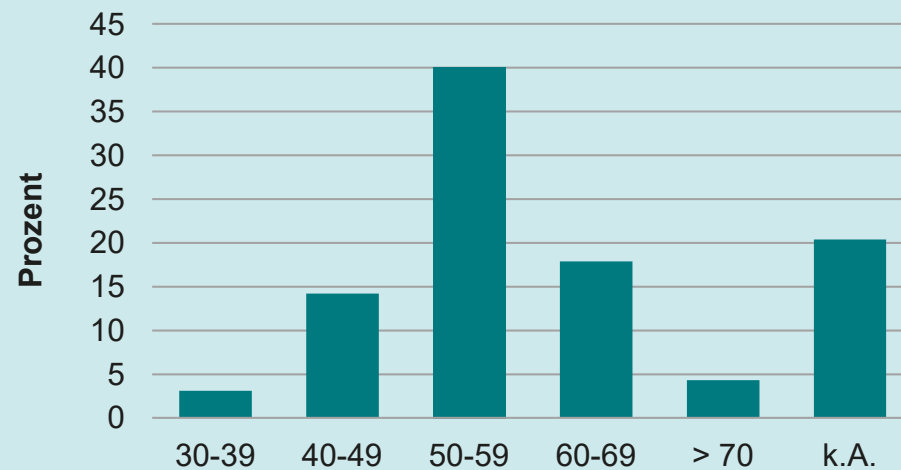
Geschlecht



Facharzt



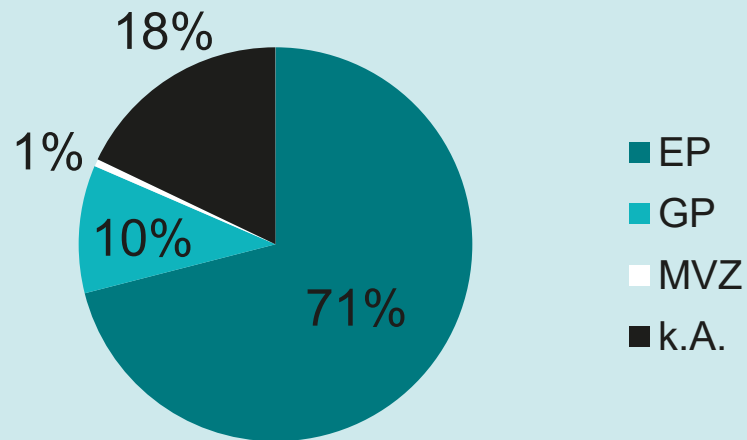
Alter



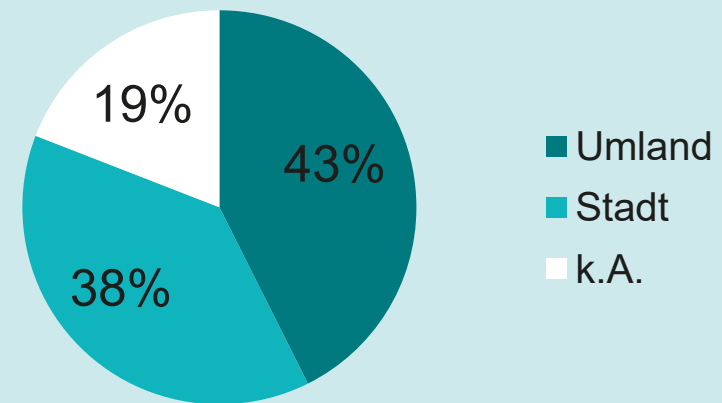
Demographische Daten der teilnehmenden Ärzte



Art der Praxis



Ort der Tätigkeit

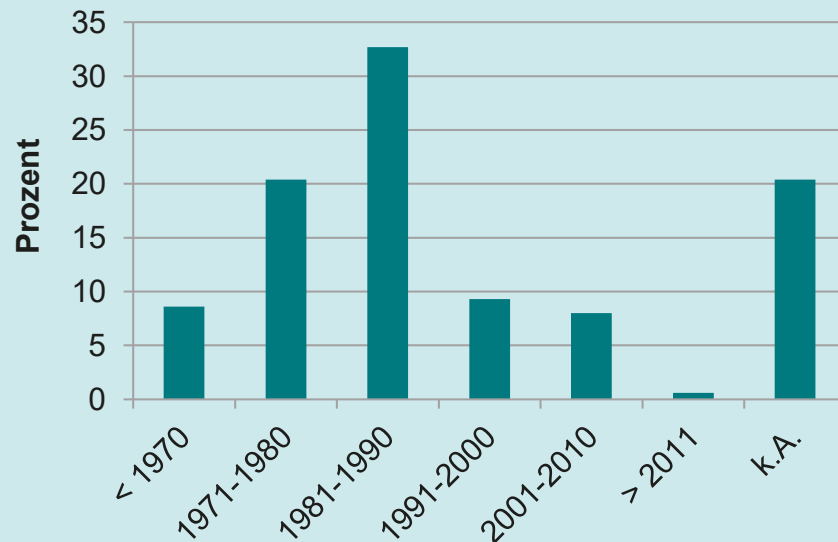


- Während überwiegend Ärzte aus Einzelpraxen teilgenommen haben,
- war hingegen das Verhältnis zwischen teilnehmenden Ärzten aus dem „Umland“ und einer „Stadt“ ausgewogen.

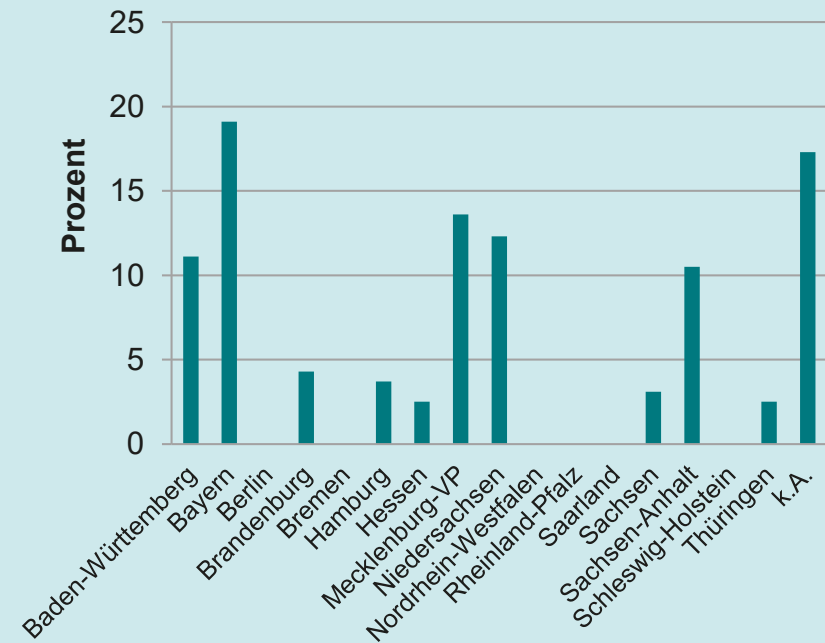
Demographische Daten der teilnehmenden Ärzte



Jahr der Approbation

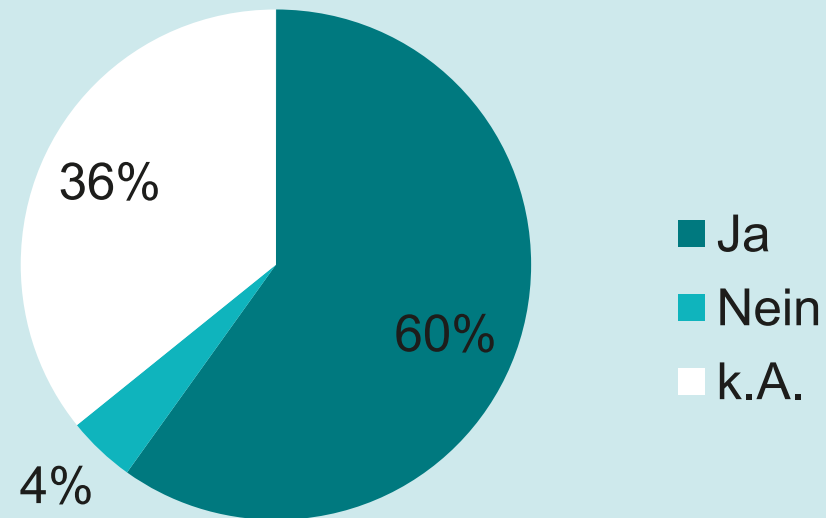


Bundesland



- Die Mehrheit der teilnehmenden Ärzte hat bereits zwischen 1981-1990 approbiert.
- Aus Berlin, Bremen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz und dem Saarland wurden keine Ärzte zur Zufriedenheit mit Klenke befragt.

Zustimmung zur Teilnahme



- Einige der teilnehmenden Ärzte, die an dieser Stelle mit „nein“ geantwortet haben oder hierzu keine Angaben gemacht haben, haben den Fragebogen dennoch ausgefüllt.

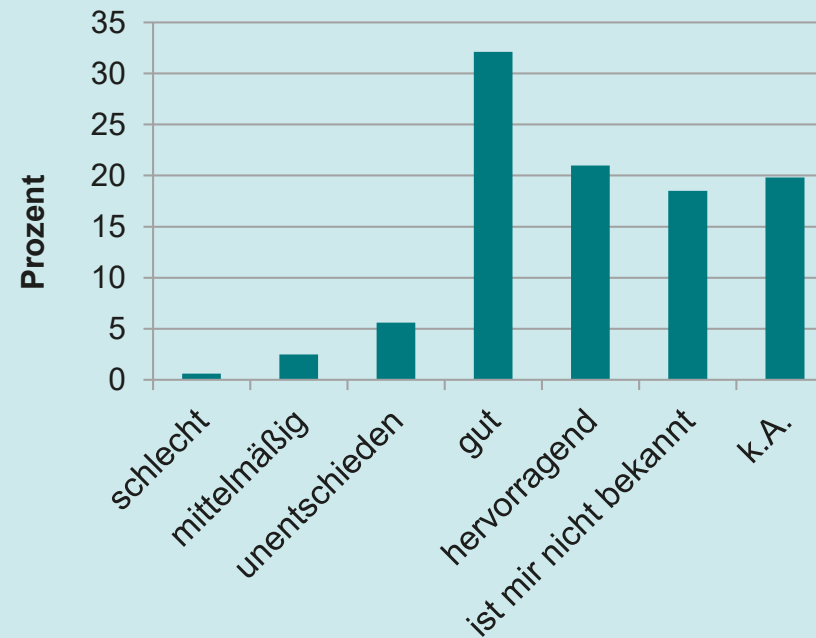
Fragen zum Image von Klenke

Unterstützung Kirsten Bruhn



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B1 Wie würden Sie das individuelle, persönliche Engagement von Klenke Medizintechnik bei der Unterstützung der erfolgreichsten deutschen paralympischen Goldmedaillengewinnerin Kirsten Bruhn bewerten?



- Rund die Hälfte der responden Teilnehmer bewertet das Engagement von Klenke zur Unterstützung der paralympischen Goldmedaillengewinnerin Kirsten Bruhn als „gut“ oder „hervorragend“.

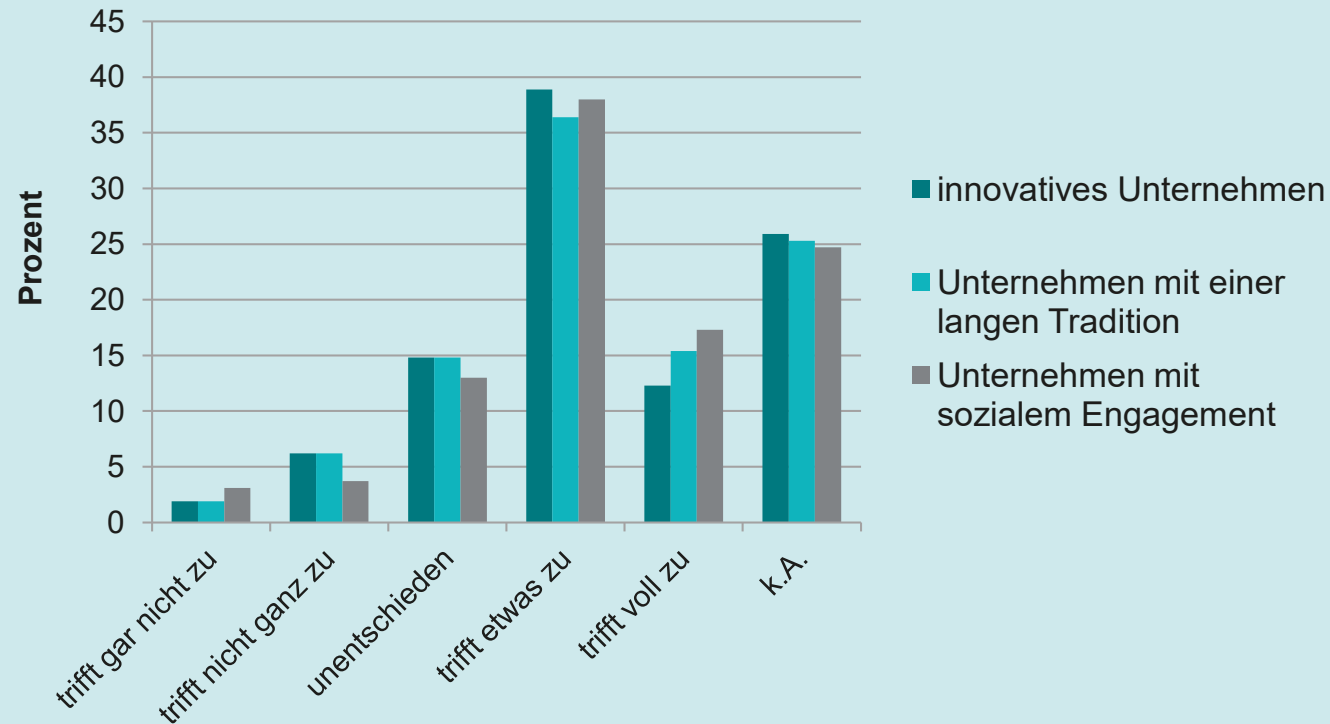
Fragen zum Image von Klenke

Wahrnehmung der Kunden



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B2 Wie würden Sie das Image von Klenke Medizintechnik beschreiben?



- Klenke wird von den meisten seiner Kunden als eher innovatives Unternehmen mit einer langen Tradition und sozialem Engagement wahrgenommen.

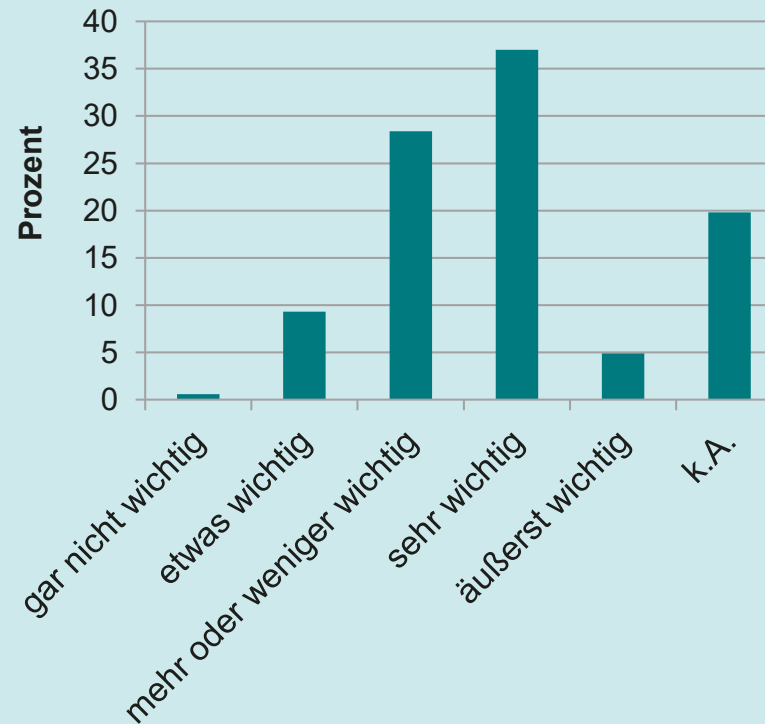
Fragen zum Image von Klenke

Soziales Engagement



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B3 Wie wichtig ist für Sie das soziale Engagement des Unternehmens?



- Den meisten responden Teilnehmern ist das soziale Engagement von Klenke wichtig.

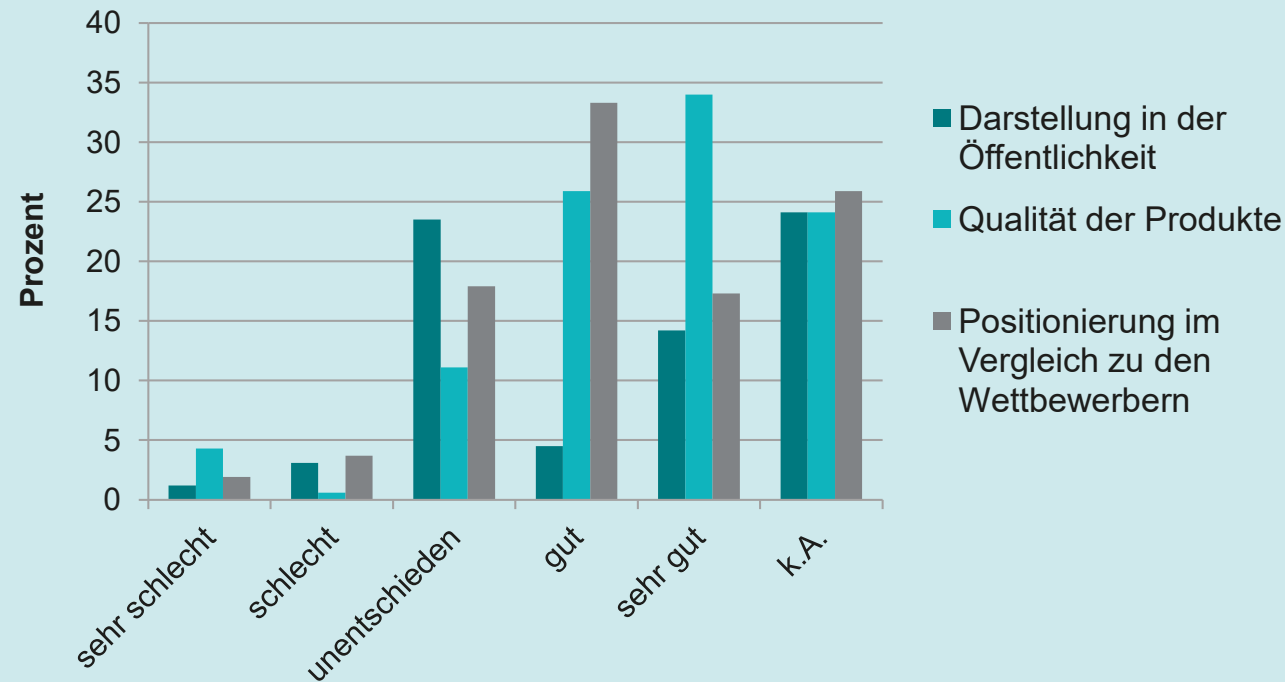
Fragen zum Image von Klenke

Eigenschaften



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B4 Wie bewerten Sie die folgenden Eigenschaften des Unternehmen?



- Die meisten Ärzte bewerten die Öffentlichkeitsdarstellung, Produktqualität und Positionierung gegenüber Wettbewerbern von Klenke als gut.

Fragen zur Kundenzufriedenheit

Außendienst

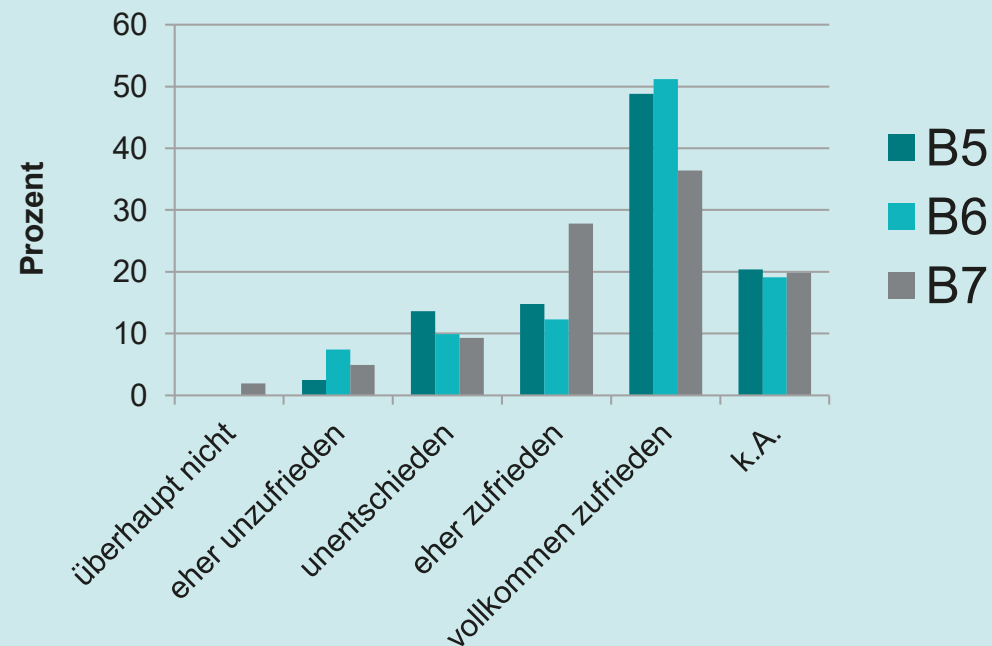


MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B5 Wie zufrieden sind Sie mit der Häufigkeit der Besuche durch den Außendienst?

B6 Wie zufrieden sind Sie mit dem persönlichen Auftreten und Freundlichkeit der Außendienst-Mitarbeiter?

B7 Wie zufrieden sind Sie mit der fachlichen Kompetenz und Beratung der Außendienst-Mitarbeiter?



Fragen zur Kundenzufriedenheit

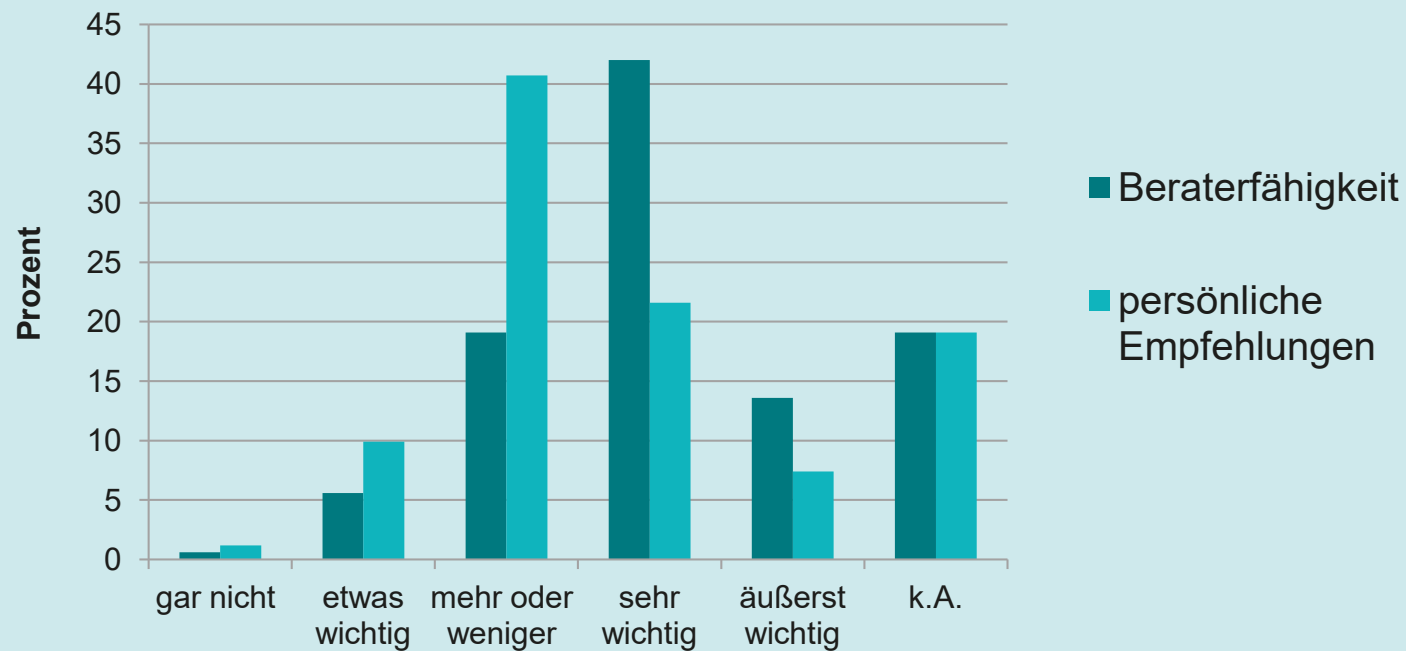
Wahl des Unternehmens



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B8 Wie wichtig sind Beraterfähigkeiten bei der Wahl zwischen den Unternehmen?

B9 Wie wichtig sind persönliche Empfehlungen bei der Wahl zwischen den Unternehmen?



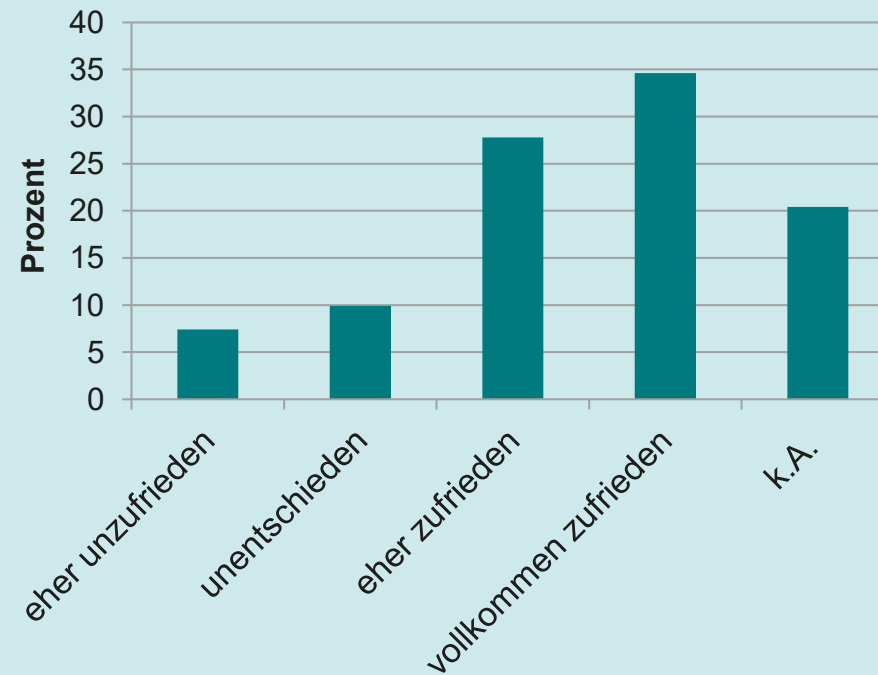
Fragen zur Kundenzufriedenheit

Organisation der Bestellung



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B10 Wie zufrieden sind Sie mit der organisatorischen Abwicklung Ihrer Bestellung?



- Die Mehrheit der Befragten ist mit der organisatorischen Abwicklung Ihrer Bestellung zufrieden.

Fragen zur Kundenzufriedenheit

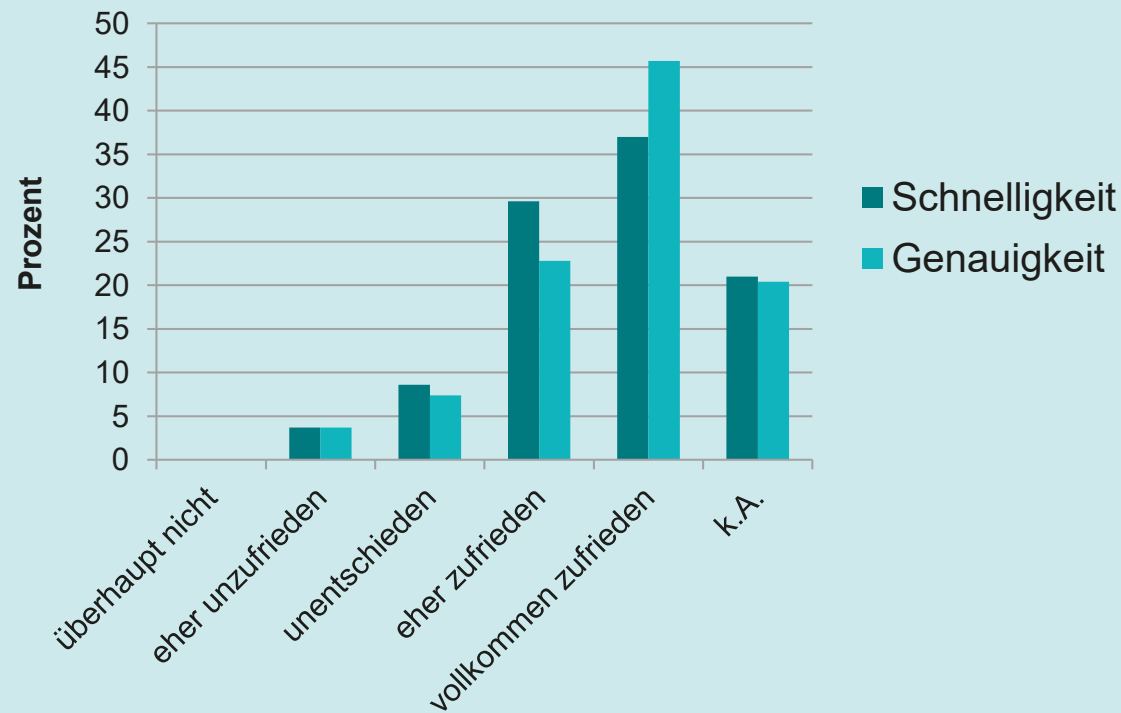
Lieferung



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B11 Wie zufrieden sind Sie mit der Schnelligkeit der Lieferung?

B12 Wie zufrieden sind Sie mit der Genauigkeit der Lieferung?



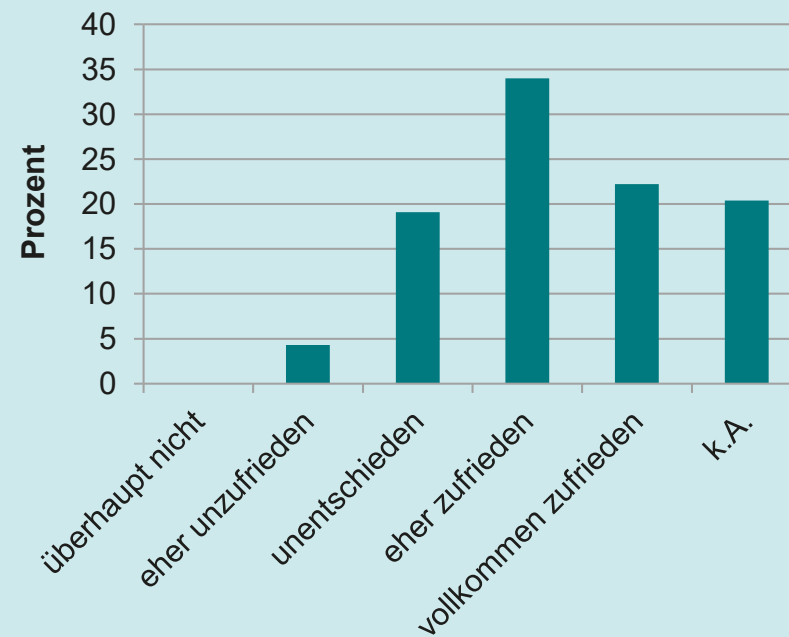
Fragen zur Kundenzufriedenheit

Produktpalette



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B13 Wie zufrieden sind Sie mit der Produktpalette?



- Die Mehrheit ist mit der Produktpalette des Unternehmens zufrieden.

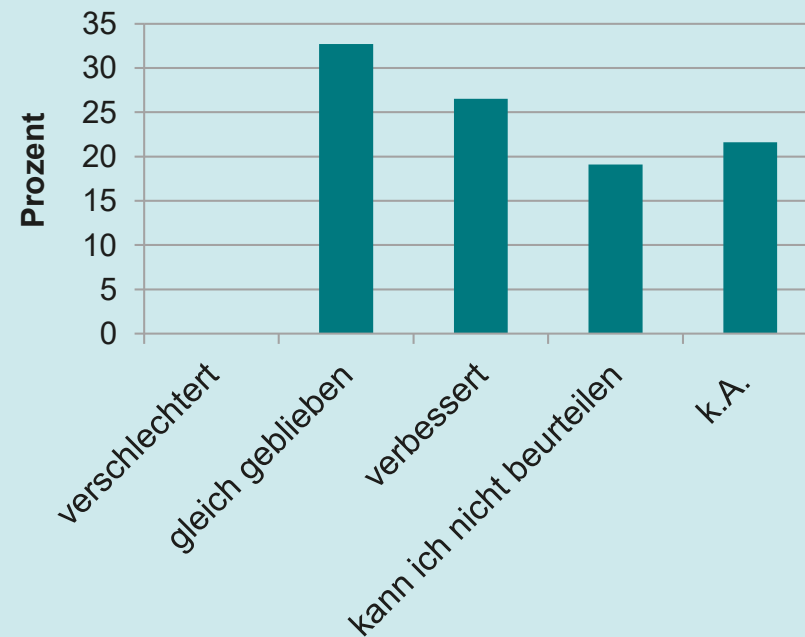
Fragen zur Kundenzufriedenheit

Leistung im letzten Jahr



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B14 Hat sich die Leistung von Klenke Medizintechnik im letzten Jahr verbessert , verschlechtert oder ist sie gleich geblieben?



- Keiner der befragten Ärzte empfand die Leistung schlechter als im vorherigen Jahr.

Fragen zur Kundenzufriedenheit

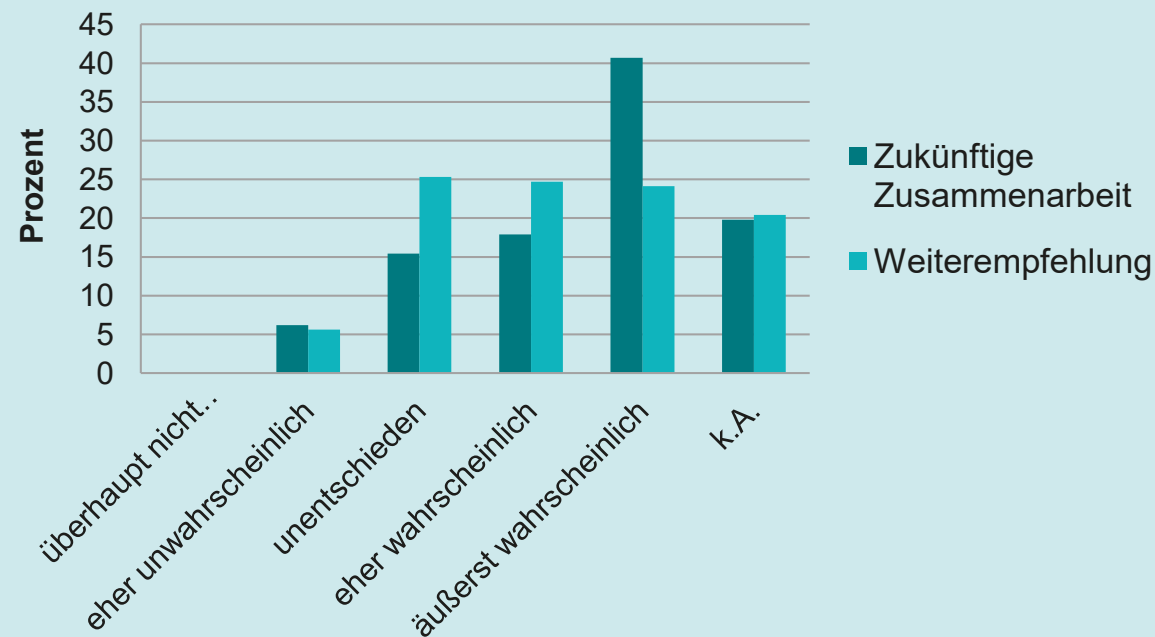
Zusammenarbeit & Weiterempfehlung



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B15 Wie wahrscheinlich werden Sie auch in Zukunft mit uns zusammenarbeiten?

B16 Wie wahrscheinlich werden Sie uns weiterempfehlen?



- Die zukünftige Zusammenarbeit scheint für die meisten Ärzte wahrscheinlich.
- Hinsichtlich einer Weiterempfehlung sind 25% der Befragten unentschieden.

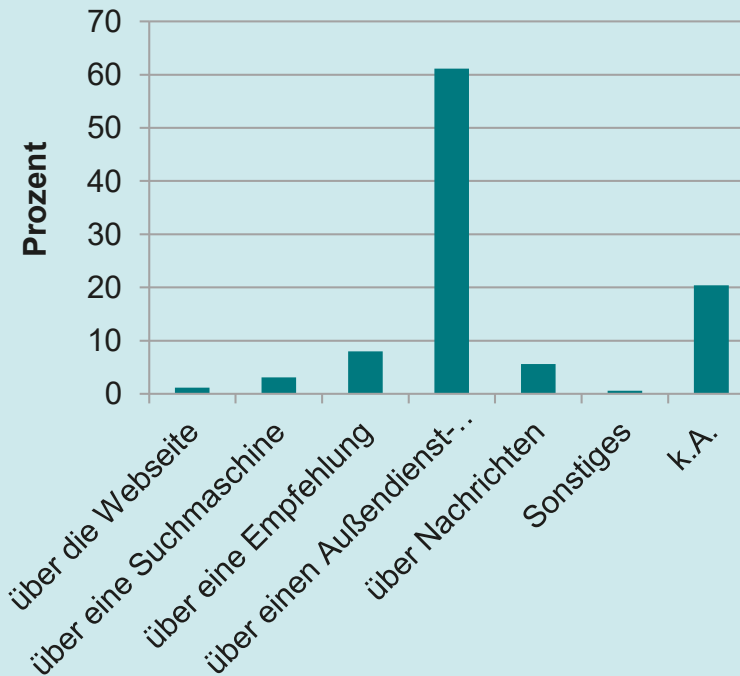
Fragen zur Kundenzufriedenheit

Erster Kontakt zu Klenke



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B17 Wie haben Sie zum ersten Mal von unserem Unternehmen erfahren?



- Mit 60% hat die Mehrzahl der Befragten zum ersten mal von Klenke durch einen seiner Außendienst-Mitarbeiter erfahren.

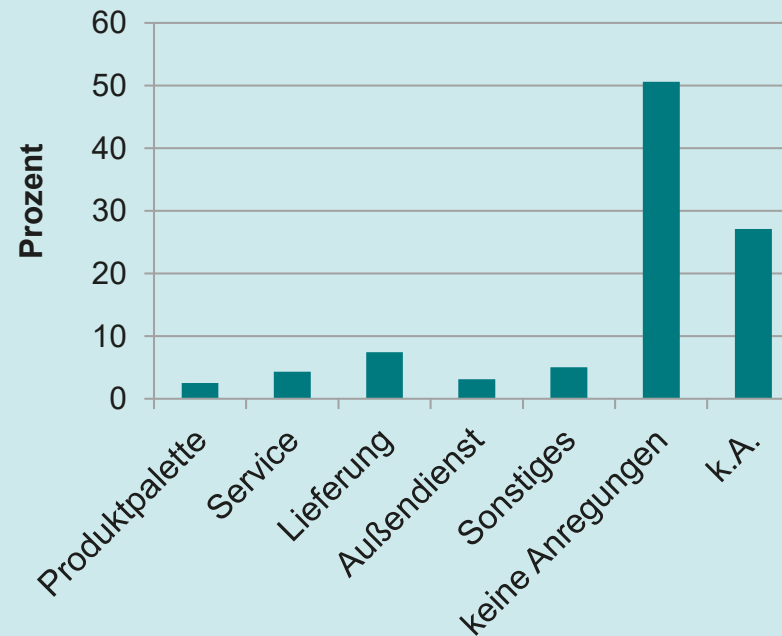
Fragen zur Kundenzufriedenheit

Anregungen zur Verbesserung



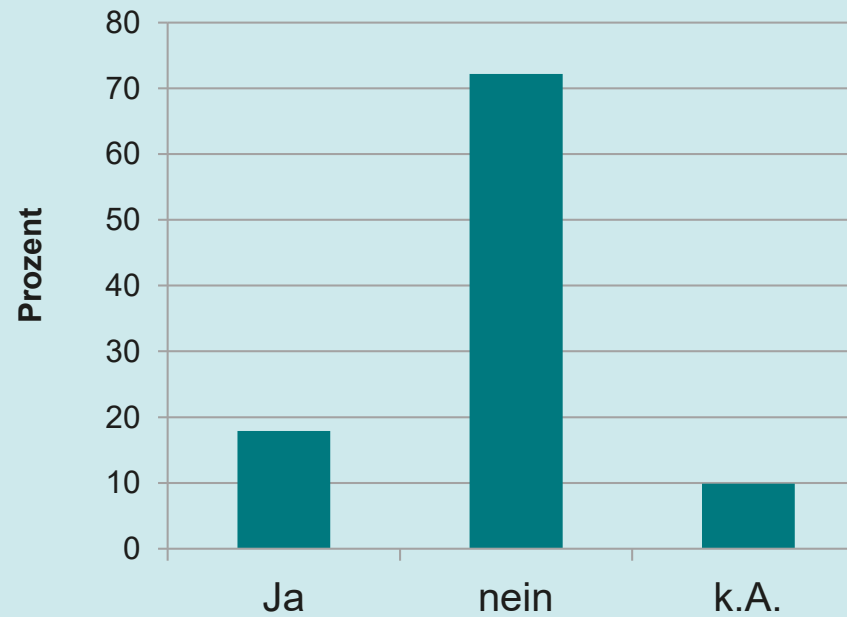
MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B18 Haben Sie Anregungen zur Verbesserung?



- Die Hälfte der Teilnehmer hatten keine Anregungen zur Verbesserung.

Datenschutzerklärung



- 72% der Teilnehmer dieser Befragung sendete keine unterzeichnete Datenschutzerklärung mit.

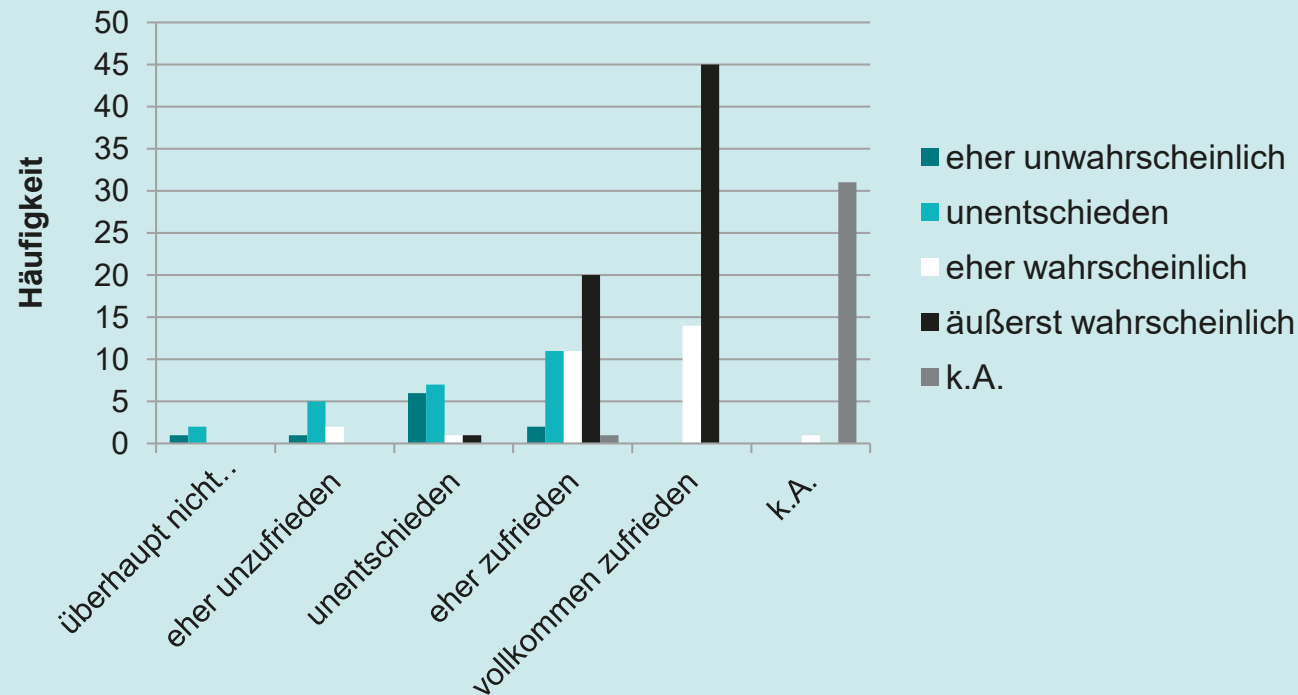
Weitergehende Analyse

Zufriedenheit & zukünftige Zusammenarbeit



B7 Zufriedenheit mit der fachlichen Kompetenz und Beratung des Außendienstes

B15 Wahrscheinlichkeit der zukünftigen Zusammenarbeit



- Nur 2 der Befragten, die angaben, dass sie mit der fachlichen Kompetenz und Beratung des Außendienstes zufrieden sind, sehen die zukünftige Zusammenarbeit mit Klenke als unwahrscheinlich an.

Weitergehende Analyse

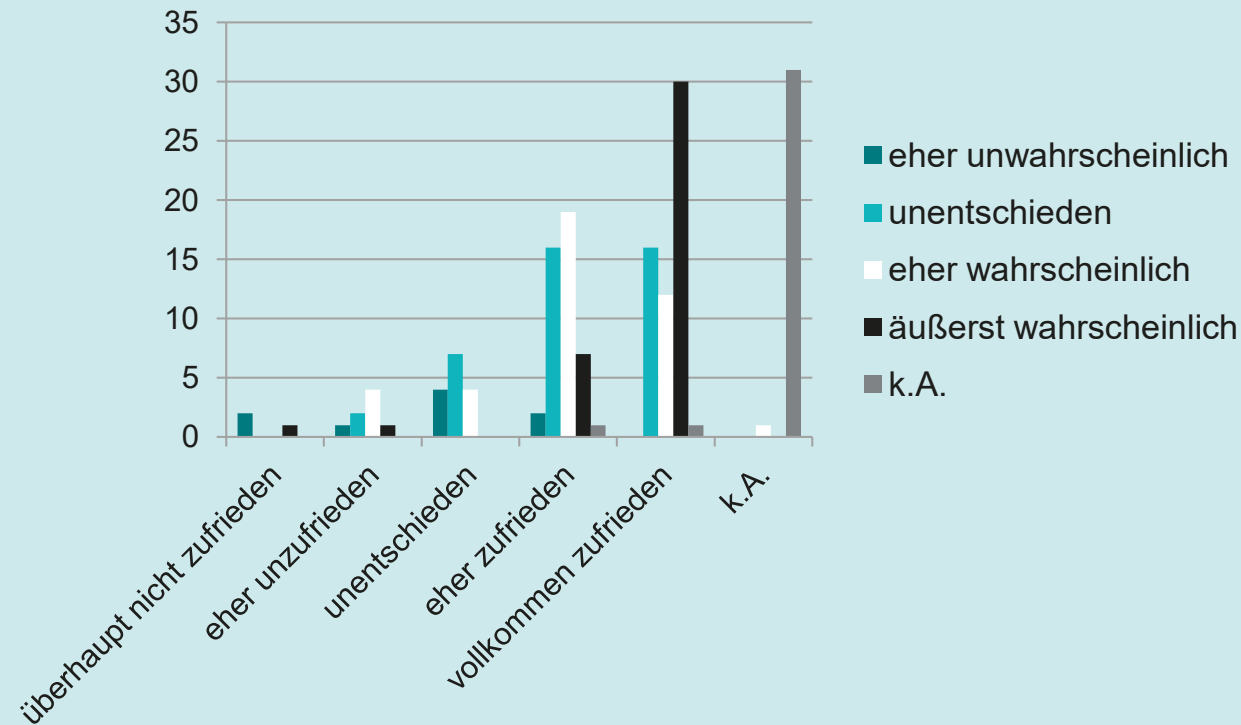
Zufriedenheit mit dem Außendienst & Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

B7 Zufriedenheit mit der fachlichen Kompetenz und Beratung des Außendienstes

B16 Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung



- Die Wahrscheinlichkeit zur Weiterempfehlung scheint im Zusammenhang mit der Zufriedenheit der fachlichen Kompetenz und Beratungsfähigkeit der Außendienstmitarbeiter von Klenke zu stehen.

Zusammenfassung der Ergebnisse



- Klenke wird von den meisten der respondenden Teilnehmer als eher innovatives Unternehmen mit einer langen Tradition und sozialem Engagement wahrgenommen.
- Hinsichtlich der Öffentlichkeitsdarstellung, der Produktqualität und der Positionierung gegenüber den Wettbewerbern wird das Unternehmen ebenfalls größtenteils als positiv bewertet.
- Rund 20% der Teilnehmer wollten bei der Befragung keine Angaben machen.
- Sowohl die Beraterfähigkeiten der Außendienst-Mitarbeiter als auch persönliche Empfehlungen spielen bei der Wahl des Unternehmens für die Ärzte eine Rolle.
- Da nicht jedes Bundesland bei der Befragung vertreten wurde, konnte die Umfrage keine für Deutschland repräsentativen Ergebnisse abbilden.

Zusammenfassung der Ergebnisse



- 45% sind mit der Genauigkeit der Lieferung vollkommen zufrieden.
- Ebenso gibt die Mehrheit der Befragten an, mit der Produktpalette des Unternehmens „vollkommen zufrieden“ oder „eher zufrieden“ zu sein.
- Die zukünftige Zusammenarbeit scheint für die meisten Ärzte wahrscheinlich.
- Hinsichtlich einer Weiterempfehlung sind 25% der Befragten unentschieden.
- Mit 60% hat die Mehrzahl der Befragten zum ersten mal von Klenke durch einen seiner Außendienst-Mitarbeiter erfahren.

Empfehlungen von GO an Klenke Medizintechnik



Basierend auf den Daten der Befragung, bieten sich erneut 3 Handlungsfelder für die Klenke Medizintechnik an:

1. Fokus auf funktionierenden Außendienst

Da mit 60% die Mehrzahl der Befragten angaben, dass der erste Kontakt mit dem Unternehmen über den Außendienst erfolgte, sollten eine wesentlicher Aspekt in der weitergehenden Schulung der Außendienst-Mitarbeiter liegen, um nach einem potentiellen ersten Kontakt positiv in Erinnerung zu verbleiben.

Zwar gaben rund 50% der Befragten an, mit dem Außendienst von Klenke zufrieden zu sein, jedoch äußerten

- 2,5%, dass sie mit der Häufigkeit der Besuche unzufrieden waren
- 7,4%, dass sie mit dem persönlichen Auftreten und Freundlichkeit der Außendienst-Mitarbeiter unzufrieden waren
- und 6,8% waren mit der fachlichen Kompetenz der Außendienst-Mitarbeiter unzufrieden

Obwohl diese Werte sehr gering sind und es erwartungsgemäß nicht möglich ist, jeden Kunden zufrieden zu stellen, ist angesichts der Tatsache, dass für die Mehrheit der Befragten die Beraterfähigkeit des Unternehmens eine wichtige Rolle bei der Wahl zwischen den Unternehmen spielt, der weitergehende Ausbildung des Außendienstes empfehlenswert. Es ist zu erwarten, dass dadurch auch die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung von Klenke Medizintechnik gesteigert wird und eine positive Entwicklung zukünftiger Zusammenarbeiten entsteht.

Empfehlungen von GO an Klenke Medizintechnik



2. Kontaktaufnahme mit potentiellen Kunden

Die Rückmeldungen zur Frage B17 verdeutlicht das Potential zur Erweiterung des Online-Auftritts von Klenke Medizintechnik. Weniger als 5% der Ärzte gaben an, durch Online- Auftritte erstmals auf Klenke Medizintechnik gestoßen zu sein. Der hohe Anteil an Teilnehmern der Altersgruppen Ü50 könnte hierauf zwar eine mögliche Erklärung liefern, jedoch zeigt es auch, dass Informationskanäle jüngerer Zielgruppen recherchiert und möglicherweise bearbeitet werden sollten. Bekanntermaßen ist der Außendienst nach wie vor das wichtigste Akquise-Instrument, jedoch gewinnen online Aktivitäten generell an Bedeutung und könnten zu einer Erweiterung der Kundenzielgruppe führen. Eine gezielte Suchmaschinen-Optimierung sowie die Erstellung einer fachgruppenspezifischen Internetpräsenz wird würde sich daher empfehlen. Letzteres kann möglicherweise auch dem Feedback zur Frage B4 entgegenwirken. Hier äußerten nahezu 25% der Teilnehmer offene Bedürfnisse bei der Außendarstellung des Unternehmens.

Empfehlungen von GO an Klenke Medizintechnik



3. Prozessoptimierung

Im Hinblick auf die Erkenntnis, dass etwa 17% der Teilnehmer jeweils offene Bedürfnisse hinsichtlich Schnelligkeit/ Genauigkeit und der organisatorischen Abwicklung der Lieferung äußern, sollten die konkreten Produktionsschritte erfasst und ausgewertet werden. Ob die Angaben in den Fragen B10-B12 zur Schnelligkeit/ Genauigkeit und organisatorischen Abwicklung unmittelbar zusammenhängen oder auch außenstehende Faktoren dieser Bewertung zugrunde liegen, konnte im Rahmen dieser Befragung zur Kundenzufriedenheit nicht ermittelt werden. Daher wäre ein zukünftiger Schritt, der Aufdeckung dieser offenen Bedürfnisse nachzugehen, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und damit den Absatz des Unternehmens zu steigern.



MEDIZINISCHE
MARKTFORSCHUNG

Tiefer blicken. Weiter sehen.

Vielen Dank!

GO Research GmbH

Niddastr. 98-102

60329 Frankfurt am Main

Telefon: 069 / 24 26 25 0

bbrust@go-research.de / www.go-research.de