

Vertriebsnetzanalyse

Analyse der externen und
internen Servicequalität

Vertriebsnetzanalyse

Analyse der externen und internen Servicequalität

■ Optimierung der internen Servicequalität für Filialen & externe Vertriebsnetze

„Exzellente Servicequalität in Filialen oder anderen externen Vertriebsorganisationen wird von Kunden und der Unternehmenszentrale zu Recht erwartet. Damit die Leistung zum Kunden stimmt, muss aber auch die Bereitstellung interner Dienstleistungen für das externe Vertriebsnetz funktionieren – oft eine große Herausforderung für das Management auf allen Unternehmensebenen.“

Insbesondere Filialstrukturen offenbaren durch die Dezentralisierung der Betriebsabläufe häufig Schwachstellen in der Service-Bereitstellung für das Vertriebsnetz. Einheitliche Messgrundlagen können helfen, diese Schwachstellen zu erkennen und gezielt abzustellen.

„Deshalb ist die kontinuierliche Messung der Servicequalität in den einzelnen Filialen des Vertriebsnetzes unerlässlich – sowohl in Bezug auf

- *den Service, der in der Filiale **extern** zum Kunden erbracht wird, als auch*
- *den Service, der **intern** als zentrale Dienstleistungen der Filiale bereitgestellt wird.“*

Um die Einhaltung der Servicequalität bestmöglich steuerbar zu machen, muss diese vergleichend in jeder Filiale anhand eines einheitlichen Untersuchungsansatzes gemessen werden, um...

- Performancewerte der **extern** erbrachten Services im Filialvergleich zu liefern
- Performancewerte der **intern** bereitgestellten zentralen Dienstleistungen im Filialvergleich zu liefern.

■ Die Gelszus Service-Analyse im Vertriebsnetz

Im Fokus stehen die Schnittstellen zum Kunden: Externe Endkunden und/oder Vertriebsmitarbeiter als interne Kunden der Zentrale

Wir identifizieren sowohl die wesentlichen Schnittstellen, die ein Kunde in Ihrem Vertriebs- bzw. Filialnetz als auch die Schnittstellen, die der Filial- / Vertriebsmitarbeiter bei den zentralen Dienstleistungen wahrnimmt. Hier erheben wir umfassend die wahrgenommene Servicequalität extern und intern. Damit bieten wir Ihnen ein komplettes und effektives Managementinstrument zur Steuerung der Servicequalität und beraten Sie bei der Serviceoptimierung Ihres Vertriebsnetzes.

Integrative Messinstrumente

Unsere Research-Ansätze bringen lösungsorientiert die wahrgenommene Servicequalität und Zufriedenheit mit bindungsrelevanten Kennwerten wie Wiederbesuch und Weiterempfehlung in Zusammenhang.

Bewertung der externen und internen Services im Filialvergleich (Auszug)

Beurteilung externer Dienstleistungen	Alle Betriebe	Betrieb A	Betrieb B	Betrieb...
Die Fachkenntnis des Personals	66%	57%	71%	...
Die Freundlichkeit des Personals	85%	81%	73%	...
Die Übersichtlichkeit in der Filiale	80%	80%	67%	...
Die Sauberkeit in der Filiale	72%	75%	71%	...
Die Ordnung in der Filiale	84%	85%	80%	...

Kundenbindungsrelevante Kennwerte	Alle Betriebe	Betrieb A	Betrieb B	Betrieb...
Wiederbesuch	58%	62%	44%	...
Weiterempfehlung	79%	81%	73%	...

Beurteilung interner Dienstleistungen	Alle Betriebe	Betrieb A	Betrieb B	Betrieb...
Warenanlieferung	66%	57%	71%	...
Schulungsmaßnahmen	85%	81%	73%	...
Arbeitshilfsmittel	80%	80%	67%	...
Ansprechpartner im Innendienst	72%	75%	71%	...

% Top Two Beurteilungen auf einer 5er-Skala

Was die Service-Analyse im Vertriebsnetz leistet

Sie erkennen auf einen Blick...

- wie einzelne Filialen im Vergleich untereinander und zur Gesamtheit aller Betriebe abschneiden
- wo einzelne Filialen Schwachstellen im Service haben
- was in bestimmten Filialen getan werden muss, um Zufriedenheit und Wiederbesuch der Kunden zu erhöhen
- welche zentralen Dienstleistungen für Filialen zuerst verbessert werden müssen, damit die Leistung zum Kunden stimmt.

Die Abfrage von Detail-Zufriedenheiten ermöglichen eine optimale Umsetzung der nötigen operativen Maßnahmen zur Erhöhung der Service-Qualität.

Detaillierte Berichtslegung auf Filialebene und aus der Zentrale

Wir erstellen übersichtliche Darstellungen der Ergebnisse für jede einzelne Filiale des Vertriebsnetzes.





Gelszus rmm Marketing Research

Gelszus rmm Marketing Research GmbH
Uhlandstraße 68
22087 Hamburg

Tel: +49 40 251 58 - 100
Fax: +49 40 251 58 - 111
E-Mail: info@gelszus-rmm.com

Steffen Kühnast
(Geschäftsführer)
Tel: +49 40 251 58 - 109
E-Mail: skuehnast@gelszus-rmm.com



 **ESOMAR** As listed in the ESOMAR Directory, this company complies with the ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice