

## GfK DiRA

Kündigungen als Chance für Ihr Unternehmen zur Ausrichtung des kundenorientierten Qualitätsmanagements

Growth from Knowledge

GfK Custom Research GmbH

# Ausgangssituation – I



Die **Kundenzufriedenheitsanalyse** ist in der Marktforschung ein häufig genutztes Standardinstrument, um die Zufriedenheit der Bestandskunden mit den Leistungen und Services eines Unternehmens zu ermitteln. Mit Hilfe dieser Untersuchungsmethodik können ebenfalls Erwartungen und Bedürfnisse von Kunden erkannt werden und Probleme frühzeitig aufgedeckt werden.

Aber was ist mit den **ehemaligen Kunden**, warum haben sie gekündigt? Waren sie unzufrieden mit dem Unternehmen oder gab es andere Gründe, die zur Beendigung des Verhältnisses führten?

## Ausgangssituation – II

Die wahrgenommene Unzufriedenheit des Kunden kann bei fehlendem Entgegenwirken des Unternehmens beständig wachsen. Wenn diesen negativen Kundenbeziehungen nicht entgegengewirkt werden, ziehen die Kunden daraus ihre Konsequenz - **Kündigung**.

Die Kündigungsgründe können vielseitig sein. Die Analyse derer bedeutet aber definitiv eine Chance für Ihr Unternehmen.



Hier setzt die GfK Austria mit dem Erhebungsinstrument **GfK DiRA (Dismissal Reasons Analysis)** an.

# Vorteile und Gewinn für Ihr Unternehmen – I

4

Das Tool **GfK DiRA** ist ein wichtiger zusätzlicher Baustein für eine umfassende Kundenzufriedenheitsanalyse.

Ein deutlicher Vorteil liegt in der Analyse einer sonst nicht befragten Zielgruppe:








**Die (sehr) unzufriedenen Kündiger**



## Vorteile und Gewinn für Ihr Unternehmen – II




5

Für Sie als Unternehmen ziehen Sie folgenden Informationsgewinn:

-  Was sind die Kündigungsgründe?
-  Welche Erwartungen oder Wünsche konnten nicht erfüllt werden?
-  Gibt es Unterschiede innerhalb der unterschiedlichen Kundengruppen?
-  Wie groß ist die Chance der Rückgewinnung?
-  Wo sind die Service- und Leistungsdefizite in Ihrem Unternehmen?
-  Wie ist das Image des Unternehmens im Vergleich zu den Mitbewerbern?
-  Gibt es einen "Hauptwettbewerber"? Was macht ihn für Ihre ehemaligen Kunden so attraktiv?

## Vorteile und Gewinn für Ihr Unternehmen – III

Weiterhin können die Ergebnisse für folgende Handlungsstrategien genutzt werden:

-  Neupositionierung bei den Rückgewinnungsmaßnahmen
-  Neupositionierung bei den Kundenbindungsmaßnahmen
-  Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit bei den Bestandskunden



# Ansprechpartner

7

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne lassen wir Ihnen ein maßgeschneidertes Lösungskonzept zukommen!



**Dipl.- Demogr.  
Christina Praßdorf**  
Account Manager

GfK Custom Research

Tel. + 43 1 71710 – 103

Fax. + 43 1 71710 – 189

[christina.prassdorf@gfk.com](mailto:christina.prassdorf@gfk.com)

[www.gfk.at](http://www.gfk.at)