

«Dank CertiQua haben wir viel mehr Feedback»

Interview und Bild **Raphael Briner**

Es kostet zwar etwas, aber es lohnt sich nur schon deshalb, weil unzufriedene Kunden einfacher erreicht und besänftigt werden können. Das ist einer der Gründe für Jasmin Hutter, um das Kundenbefragungssystem CertiQua jedem Maler- und Gipserbetrieb zu empfehlen. Hutter ist zuständig für Marketing und Kommunikation bei der Rolf Schlagenhauf AG.

So funktioniert das neutrale Kundenbefragungssystem CertiQua

- SMGV-Mitgliederbetrieb online unter www.certiqua.ch registrieren, Vertrag unterzeichnet zurücksenden und loslegen.
- Umfragepostkarten der Rechnung beilegen. CertiQua kontrolliert und wertet jede Bewertung aus. Für jeden Fachbetrieb wird laufend eine Durchschnittsnote aus allen eingegangenen Bewertungen errechnet.
- Im geschützten Onlinebereich kann die detaillierte Auswertung eingesehen werden. Wird der Betrieb regelmässig mit einer Durchschnittsnote zwischen «gut» und «sehr gut» bewertet, verleiht CertiQua dem Unternehmen das CertiQua-Qualitätslabel.
- Ausgezeichnete Betriebe werden auf der CertiQua-Website gelistet. Teilnehmende Betriebe, die diese Bewertung noch nicht erreicht haben, werden nicht veröffentlicht und haben so keine Nachteile.
- Der Jahresbeitrag beträgt 390 Franken plus MwSt. Die vorfrankierten Umfragepostkarten kosten 105 Franken plus MwSt. pro 100 Exemplare.

«Applica»: **Frau Hutter, was sind Ihre Erfahrungen mit CertiQua?**

Jasmin Hutter: Für uns ist das Feedback wichtiger als das Label an und für sich. Wir verwenden das Label nur auf unserer Website. Dort hat es auch einen Link, um die Bewertung online auszufüllen. Das wird ab und zu benutzt. Wir sind seit einem Jahr bei CertiQua dabei und haben in dieser Zeit insgesamt rund 290 Antworten per Karte und online bekommen.

In welchem Umfang hat das Kunden-Feedback zugenommen, seit Sie mitmachen?

Es hat um ein Vielfaches zugenommen. Wir bemühten uns schon vorher um Feedback mithilfe eines Onlineformulars. Wir schickten dem Kunden einen Link, der ihn zu einem im Vergleich mit CertiQua umfangreicheren Fragebogen führte. Offenbar war die Hemmschwelle zu gross, denn nur wenige Kunden füllten diese Umfrage aus.

Haben Sie sich deshalb entschieden, bei CertiQua mitzumachen?

Wir sahen, dass CertiQua für den Kunden einfacher zu handhaben ist und erhofften uns dadurch mehr Feedback. Es ist auch für uns einfacher, weil CertiQua die Auswertung macht. Wir müssen nur die Karte vorbereiten und mit der Rechnung verschicken. Wir bezahlen für jede Karte etwas, die wir bei CertiQua kaufen. Anschliessend kostet es uns nichts mehr. Es lohnt sich auf jeden Fall, nur

schon wegen jedes unzufriedenen Kunden, den wir besänftigen können.

Wie hoch ist die Rücklaufquote?

Sie liegt bei rund 40 Prozent. Das ist erstaunlich hoch. Zur guten Quote trägt sicher bei, dass die Karten vorfrankiert sind.

«Unsere Rücklaufquote beträgt 40 Prozent. Das ist erstaunlich hoch»

Wie häufig checken Sie die Auswertung?

Montag, Mittwoch und Freitag. Die positiven Rückmeldungen leite ich an die betreffenden Mitarbeitenden weiter. Die anderen schaue ich zusammen mit Rolf Schlagenhauf, dem Inhaber, an. Wir entscheiden dann, ob der Geschäftsführer oder der Projektleiter in der Filiale reagieren soll oder Herr Schlagenhauf selber. Es ist uns wichtig, dass wir auf alle Fälle eingehen können.

Wie reagieren Sie auf negative Rückmeldungen?

Zuerst prüfen wir intern, warum das Problem aufgetreten ist. Danach rufen wir den Kunden an, finden Genaueres heraus und korrigieren das. So sind am Schluss alle zufrieden.



Was unternehmen Sie intern?

Wenn bei uns etwas falsch gelaufen ist, versuchen wir herauszufinden warum und korrigieren das.

Was heisst das konkret? Schicken Sie Mitarbeitende oder ein Team, die in einem Punkt mehrmals negativ auffallen, in eine Weiterbildung?

Das haben wir noch nie gemacht. Das Thema Sauberkeit haben wir aber an einer unserer monatlichen internen Informationen aufgegriffen. Wir bringen die positiven und negativen Themen

«Rund ein Drittel der retournierten Karten enthält Kommentare»

auch immer wieder an unseren grösseren, halbjährlichen Mitarbeiterinformationen. Wenn wir merken würden, dass etwas in einem bestimmten Betrieb immer wieder vorkommt, würden wir schon spezifischer reagieren.

Wie reagieren die Mitarbeitenden?

Sie freuen sich selbstverständlich, wenn Sie ein positives Feedback bekommen.

Gibt es kritische Stimmen? Nicht jeder hat es gern, wenn er kontrolliert wird.

Ich habe bis jetzt intern noch keine Kritik gehört. Unsere Mitarbeitenden wollen ja auch, dass die Kunden zufrieden sind. Vielleicht entwickelt sich die Sache

mit der Zeit so, dass die Mitarbeitenden darauf hinarbeiten, Feedback zu bekommen und den Kunden zum Ausfüllen der Karte auffordern. Das könnte die Qualität verbessern.

Erstellen Sie Statistiken?

Bisher noch nicht regelmässig, wir planen das jetzt aber fix ein. Weil wir ein Jahr dabei sind, habe ich die Antworten aus dem Onlinetool gezogen und selber in Excelgrafiken ausgewertet. Das betrifft aber nur die Bewertungen. Die Kommentare erscheinen nicht in der Tabelle, die das System generiert. Wir sehen Sie nur online.

Was haben Sie aus der Statistik herausgelesen?

Preis/Leistung und Sauberkeit sind die zwei schlechtesten Kategorien. Das gilt übrigens nicht nur für unsere Firma. Es ist für den Kunden nie zu sauber und nie zu günstig. (schmunzelt)

Wie werten Sie die CertiQa-Statistik aus?

Zuerst schaue ich, wo die Beurteilung liegt. Ist sie im normalen Rahmen oder reisst sie nach einer Seite aus. Besonders wichtig sind natürlich die Kommentare. Rund ein Drittel der retournierten Karten enthält Kommentare.

Wie ist das Verhältnis von guten zu schlechten Bewertungen?

Der allergrösste Teil der Kunden ist zufrieden, bewertet mit gut oder sehr gut.

Sauberkeit und Preis/Leistung werden in der Regel schlechter beurteilt als die übrigen Kategorien. Jasmin Hutter wertet die Rückmeldungen aus.

Empfehlen Sie CertiQa anderen Maler- und Gipserbetrieben?

Ja. Ich finde es wichtig, dass der Kunde die Möglichkeit bekommt, etwas zu sagen. Wenn wir uns bei den Kunden melden, um ein Problem anzugehen, sind die Reaktionen jeweils super. Zudem haben die Firmen mit CertiQa keinen grossen Aufwand.

«Positive Rückmeldungen leite ich an die Mitarbeitenden weiter»

Schlagenhauf ist ein grosses Unternehmen mit diversen Standorten.

Empfehlen Sie CertiQa auch kleinen Betrieben?

Kleine Betriebe sind näher beim Kunden, sodass ein persönliches Feedback möglich ist. Grundsätzlich eignet sich CertiQa aber auch für diese Betriebe. Sie müssen sich vielleicht überlegen, wem sie die Karte schicken. Den besten Kollegen eher nicht. (lacht) ■