



Management Service



Kundenzufriedenheitsbefragung 2014

Auswertungsband über alle bisher erhobenen Augenoptiker

Anton Optik e.K.

Februar 2015, V100



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Benchmark
5	Anhang



Zielgruppe	Kunden der Relaxed Vision Center			
Gegenstand	Erhebung der Kundenzufriedenheit für die Zertifizierung nach TMS Standard Kundenzufriedenheit			
Stichprobe	Kunden, die aktuell einen Augenoptiker aufgesucht haben			
Methode	Methodenmix aus schriftlicher Erhebung und Online-Kundenbefragung			
Rücklauf (Netto)	Gesamtrücklauf = 24.773 Davon:	Sammelbox 18.876	Post 5.403	Online 494



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Benchmark
5	Anhang

Übersicht zu den abgefragten Merkmalen



Management Service

Ladengeschäft	<ul style="list-style-type: none">- Ladeneinrichtung- Öffnungszeiten- Wartezeiten im Ladengeschäft
Ermittlung der Sehsituation	<ul style="list-style-type: none">- Abfrage Ihrer aktuellen Sehgewohnheiten / Sehleistung- Ermittlung Anforderungen an eine Brille
Messung	<ul style="list-style-type: none">- Messung mittels aut. Messgeräts- Messung durch einen klass. Sehtest- Anpassung an Ihre Gesichtsform- Erklärungen während der Messungen

Beratung	<ul style="list-style-type: none">- Produktberatung zu Brillengläsern- Produktberatung zu Kontaktlinsen- Produktberatung zur Brillenfassung- Modische Produktberatung zur Brille
Produktangebot	<ul style="list-style-type: none">- Sortiment an Brillenfassungen- Sortiment an Brillengläsern
Übergabe	<ul style="list-style-type: none">- Einhaltung der Terminzusagen- Anpassung der Brille

Übersicht zu den abgefragten Merkmalen



Management Service

Rechnung	<ul style="list-style-type: none">- Nachvollziehbarkeit der Rechnung- Preis- / Leistungsverhältnis
----------	---

Service	<ul style="list-style-type: none">- Freundlichkeit der Mitarbeiter- Umgang mit individuellen Wünschen- Einhaltung von Versprechen / Zusagen
---------	---

Beschwerde- management	<ul style="list-style-type: none">- Umgang mit Beschwerden- Lösung des Problems
---------------------------	--

Gesamt- zufriedenheit	<ul style="list-style-type: none">- Verbesserung Ihrer Sehleistung- Augenoptiker
--------------------------	---

Fragen zur Person	<ul style="list-style-type: none">- Gründe für Wahl Augenoptiker- Produktnutzung- Geschlecht- Alter- Dauer der Kundenbeziehung
----------------------	--

Übersicht Zertifizierung alle Wellen



Management Service

Anzahl der Augenoptiker bis einschließlich Welle 4	239
Zertifizierungskriterien erfüllt	208
Zertifizierungskriterien nicht erfüllt	31

Anmerkung:

Die Zertifizierungskriterien sind:

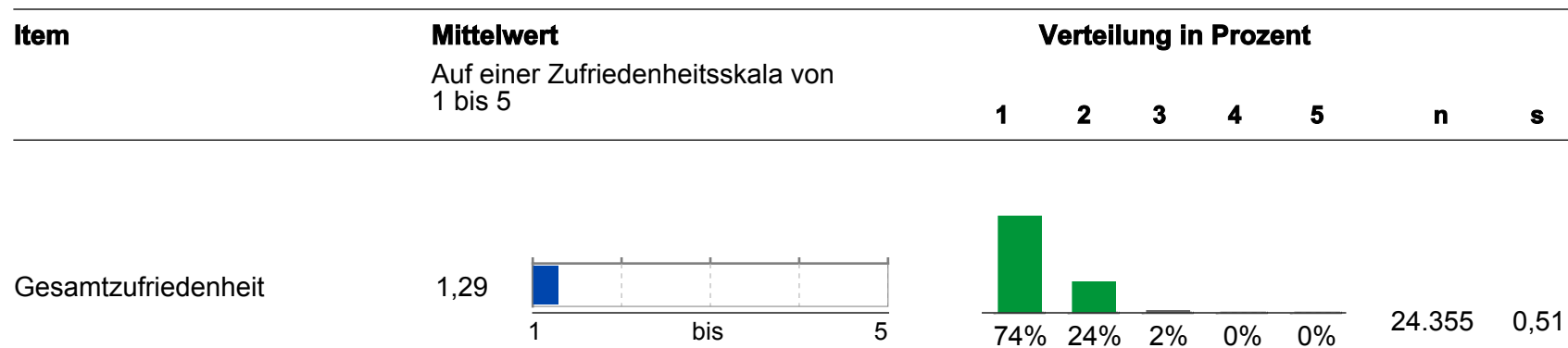
- a) Der Rücklauf muss mindestens 87 Antworten umfassen.
- b) Die erhobene Gesamtzufriedenheit muß mindestens 2,25 im Mittel erreichen.

Erhobene Gesamtzufriedenheit



Management Service

Alles in allem: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Augenoptiker?



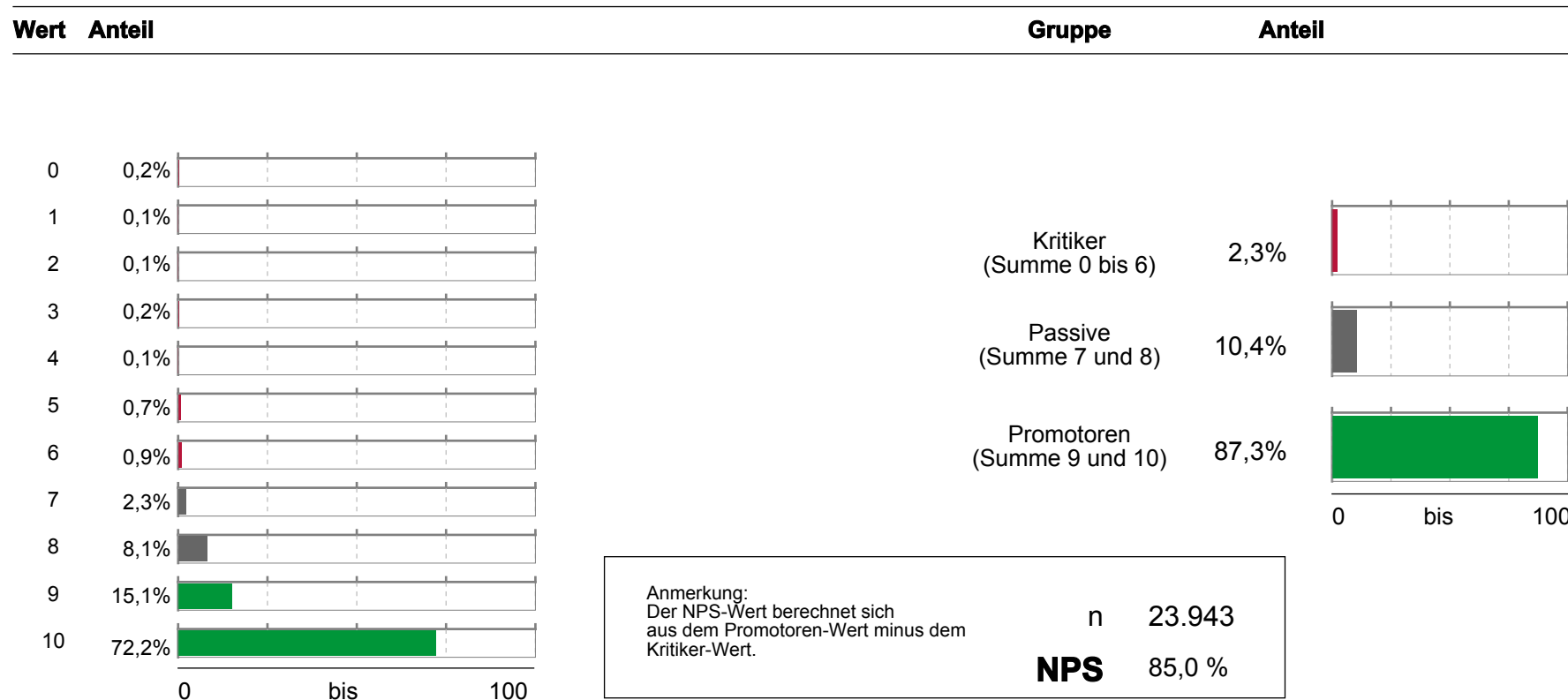
Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Weiterempfehlung



Management Service

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihren Augenoptiker einem/-r Freund/-in oder Kollegen/-in weiterempfehlen?
(0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich)



Legende:
n = Anzahl aller abgegebenen Bewertungen; Weiterempfehlungsbereitschaft von 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich
NPS = Net Promoter Score
Net Promoter ® Score ist eine eingetragene Marke von Bain & Company, Inc., Fred Reichheld und Satmetrix Systems, Inc
Erläuterungen zum NPS finden Sie im Anhang.



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Benchmark
5	Anhang

Mittelwerte Leistungsmerkmale (Top / Bottom 5)



Management Service

Top 5

Leistungsmerkmal	Gruppe	Mittelwert
Freundlichkeit der Mitarbeiter	Service	1,17
Einhaltung von Versprechen und Zusagen	Service	1,26
Anpassung der Brille für sicheren Halt	Übergabe	1,26
Einhaltung der Terminzusage für die Übergabe Ihrer Brille	Übergabe	1,27
Messung Ihrer Augen mittels eines automatischen ZEISS Messgeräts	Messung	1,27

Bottom 5

Leistungsmerkmal	Gruppe	Mittelwert
Preis- /Leistungsverhältnis	Rechnung	1,64
Sortiment an Brillenfassungen	Produktangebot	1,58
Öffnungszeiten	Ladengeschäft	1,55
Ladeneinrichtung	Ladengeschäft	1,50
Sortiment an Brillengläsern	Produktangebot	1,47

Anmerkung:
ohne Beschwerdemanagement

Lesebeispiel für die folgenden Charts



Management Service

Übergeordnete Frage im Fragebogen.

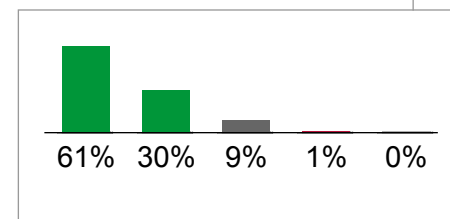
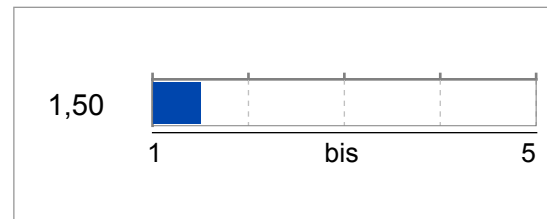
Ihre Kunden haben pro Leistungsmerkmal (Item) die Zufriedenheit bewertet. Die Zufriedenheit wurde auf der Skala „1 = vollkommen zufrieden“ bis „5 = unzufrieden“ bewertet. Die Balken stellen die Verteilung der Zufriedenheitswerte dar, sodass Sie schnell und optisch einen Eindruck über das Verhältnis der Angaben auf der Skala (Ausprägungen 1 bis 5) gewinnen können. In der Summe kann es in Folge von Rundungen zu Abweichungen vom 100%-Gesamtwert geben.

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen des Ladengeschäfts Ihres Augenoptikers?

n steht für die Anzahl der gültigen Nennungen bzw. Bewertungen Ihrer Kunden zu dem jeweiligen Item.

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			

Ladeneinrichtung



24.525	0,69	0,45
--------	------	------

Aspekt, der im Fragebogen von Ihren Kunden zu bewerten war (Item).

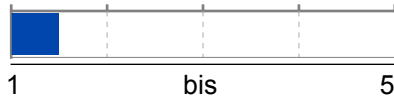
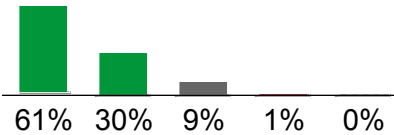

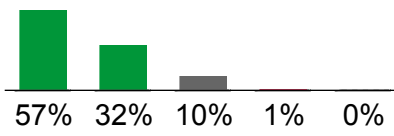
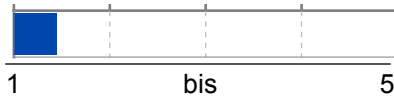
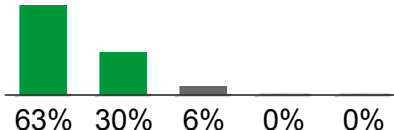
Der Mittelwert ist der Durchschnittswert über alle Bewertungen, die Ihre Kunden vorgenommen haben. Der Balken stellt den Mittelwert graphisch dar. Je kleiner der Mittelwert desto größer ist die Zufriedenheit. Mittelwert mit nachgestelltem „!“ stellen Zufriedenheitswerte schlechter als 2,25 dar. Bei den entsprechenden Leistungsmerkmalen wurde der TMS-Mindestwert nicht erreicht.

s steht für Standardabweichung. Die Standardabweichung ist ein Maß, um die Streuung der Angaben Ihrer Kunden um den berechneten Mittelwert darzustellen (siehe auch Anhang).

r steht für den Korrelationskoeffizient „r von Pearson“. Dieser ist ein Zusammenhangsmaß für das jeweilige Kriterium und die Gesamtzufriedenheit (siehe auch Anhang).

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen des Ladengeschäftes Ihres Augenoptikers?

Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			
Ladeneinrichtung	1,50			24.525	0,69	0,45			
Öffnungszeiten	1,55			24.331	0,72	0,42			
Wartezeiten im Ladengeschäft	1,45			24.302	0,64	0,46			

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Ermittlung Sehsituation



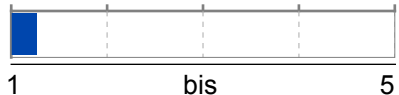

Management Service

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Ermittlung Ihrer Sehsituation?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Abfrage Ihrer aktuellen Sehsituation / Sehleistung	1,35		70%	26%	4%	0%	0%	24.302	0,57	0,52
Ermittlung Ihrer Anforderungen an eine Brille	1,32		72%	24%	3%	0%	0%	24.204	0,55	0,54

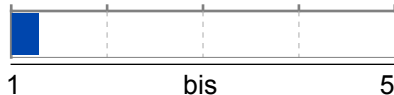
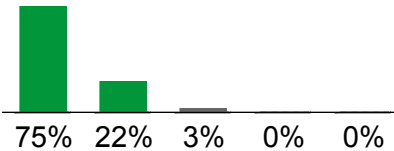

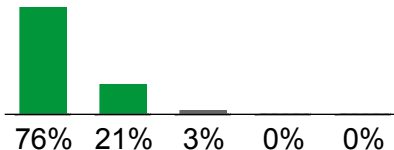
Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Messung Ihrer Augen?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			
Messung mittels eines automatischen ZEISS Messgeräts	1,27 	76%	21%	3%	0%	0%	22.475	0,51	0,48
Messung durch einen klassischen Sehtest	1,29 	75%	22%	3%	0%	0%	23.584	0,53	0,51

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

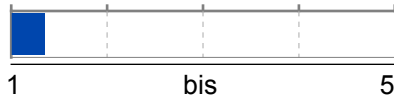
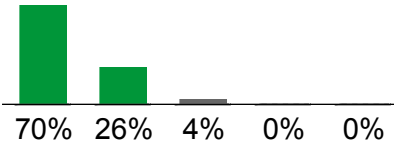
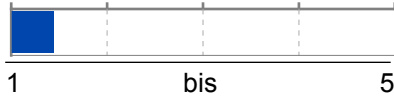
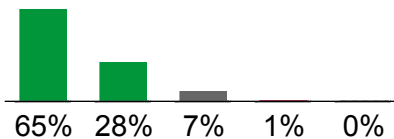
Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Messung Ihrer Augen?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			
Anpassung der Brille / Gläser durch ein ZEISS Zentriersystem	1,29			22.729	0,53	0,51			
Erklärungen Ihres Augenoptikers während der Messung Ihrer Sehstärke	1,28			24.019	0,54	0,54			

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Beratung Ihres Augenoptikers?


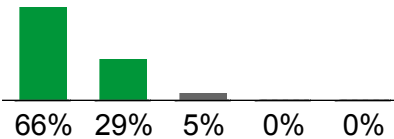
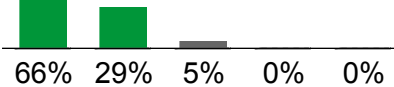
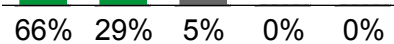
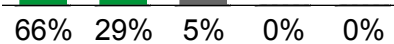
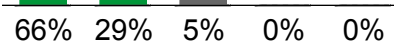
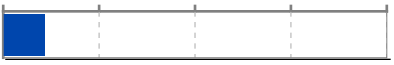
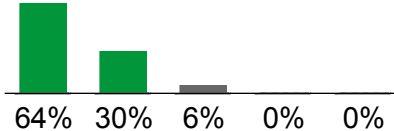
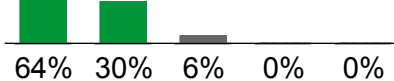
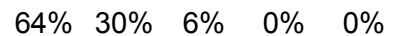
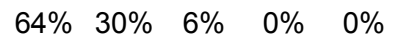
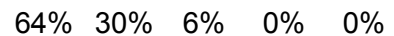
Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Produktberatung zu Brillengläsern	1,35			70%	26%	4%	0%	0%	24.235	0,57	0,56
Produktberatung zu Kontaktlinsen	1,44			65%	28%	7%	1%	0%	10.388	0,67	0,53

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

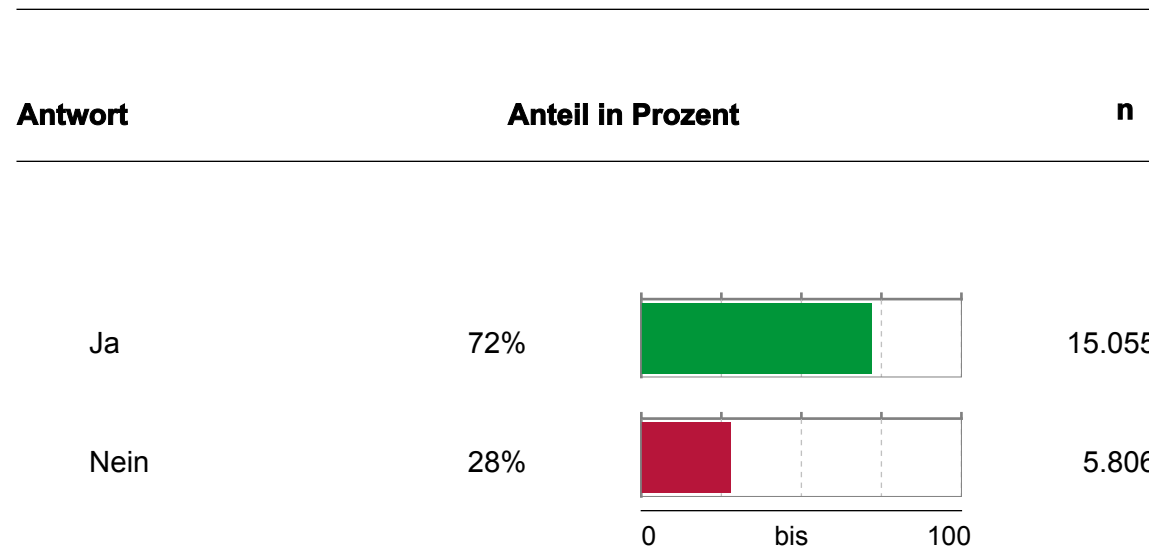
Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Beratung Ihres Augenoptikers?

Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Produktberatung zur Brillenfassung	1,39							23.747	0,60	0,56
Modische Produktberatung zur Brille	1,43							22.974	0,63	0,54

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

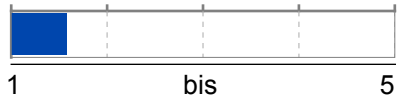
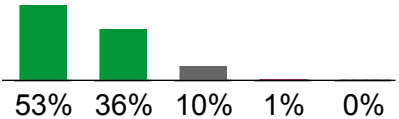
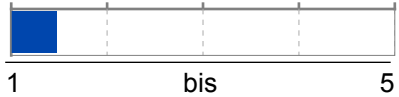
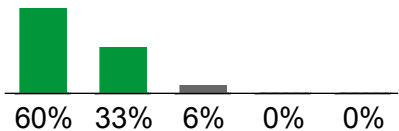
Haben Sie von Ihrem Augenoptiker eine Dokumentation bzw. ein Protokoll zu Ihrer Seh-Analyse erhalten?



Legende:
n = Anzahl gültiger Angaben

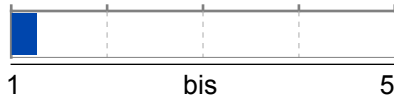
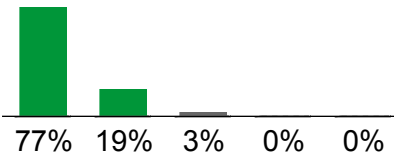

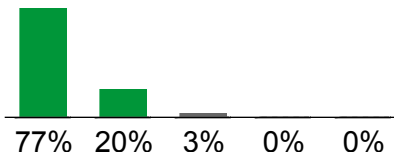
Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zum Produktangebot Ihres Augenoptikers?

Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Sortiment an Brillenfassungen	1,58			53%	36%	10%	1%	0%	24.185	0,70	0,48
Sortiment an Brillengläsern	1,47			60%	33%	6%	0%	0%	23.474	0,62	0,52

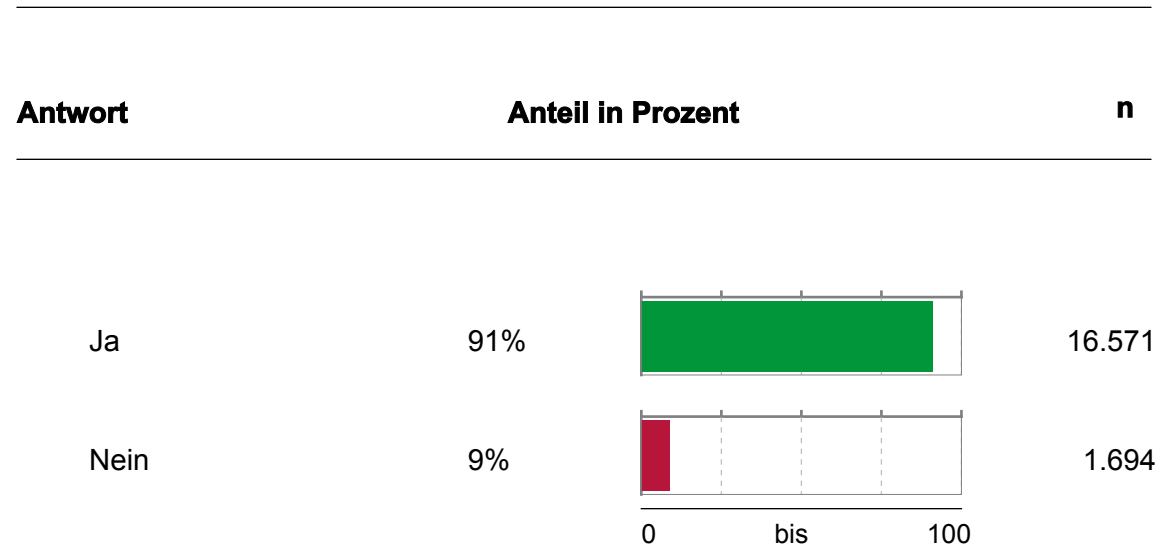
Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Übergabe Ihrer Brille?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			
Einhaltung von Terminzusagen für die Übergabe der Brille	1,27			24.295	0,54	0,51			
Anpassung der Brille für sicheren Halt	1,26			24.247	0,52	0,55			

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

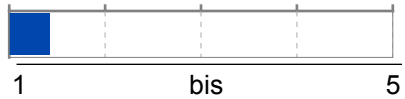
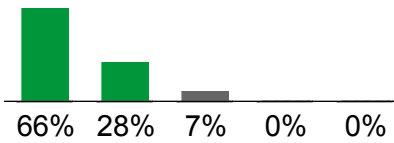
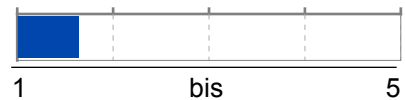
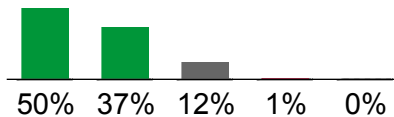
Haben Sie einen Brillenpass und / oder Begleitunterlagen erhalten?



Legende:
n = Anzahl gültiger Angaben

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Rechnung Ihres Augenoptikers?

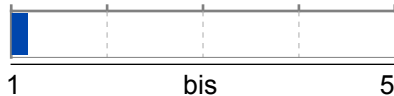

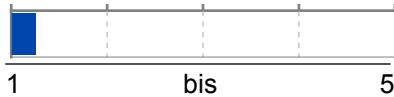
Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Nachvollziehbarkeit der Rechnung	1,42			66%	28%	7%	0%	0%	23.737	0,63	0,51
Preis- / Leistungsverhältnis	1,64			50%	37%	12%	1%	0%	23.782	0,73	0,51

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

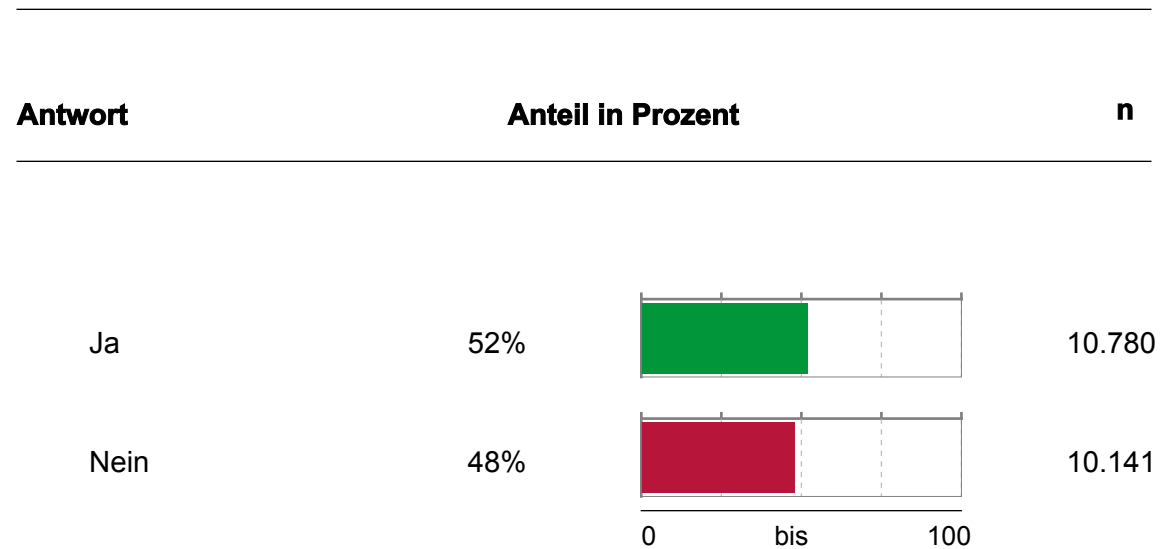
Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen des Service Ihres Augenoptikers?

Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Freundlichkeit der Mitarbeiter	1,17		84%	14%	1%	0%	0%	24.600	0,41	0,54
Umgang mit individuellen Wünschen	1,27		76%	22%	2%	0%	0%	24.058	0,50	0,58
Einhaltung von Versprechen / Zusagen	1,26		77%	20%	2%	0%	0%	24.126	0,52	0,60

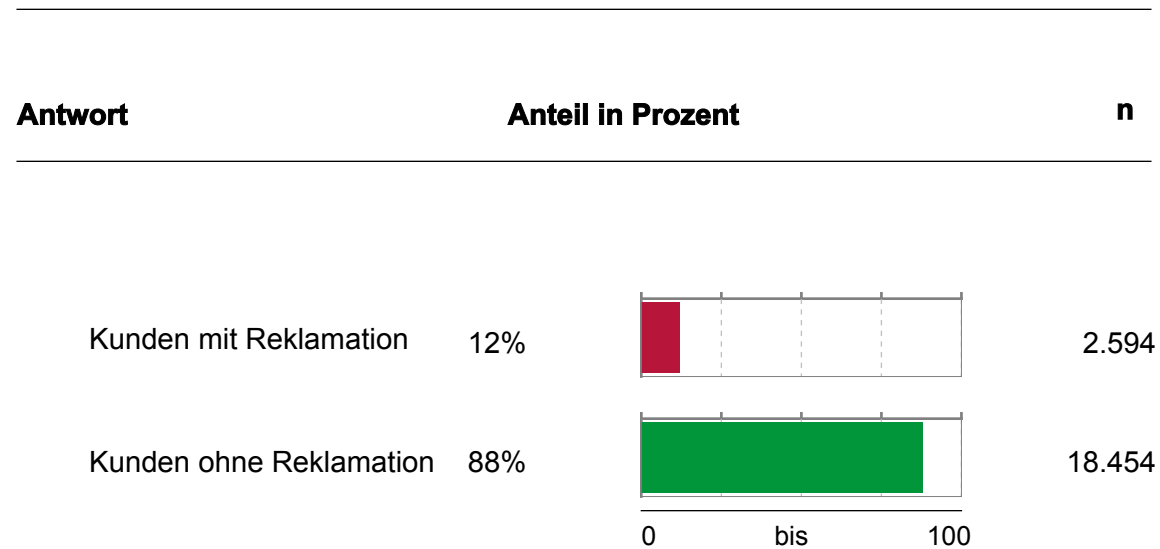
Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Erhalten Sie regelmäßig Info-Post von Ihrem Augenoptiker?



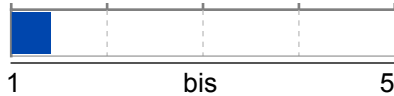

Legende:
n = Anzahl gültiger Angaben

Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten mit einer Beschwerde oder Reklamation an Ihren Augenoptiker gewendet?



Legende:
n = Anzahl gültiger Angaben

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen des Beschwerdemanagements?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	
		1	2	3	4	5			
Umgang mit Beschwerden	1,41		68%	25%	5%	1%	1%	3.761	0,70
Lösung des zugrundeliegenden Problems	1,41		70%	22%	6%	1%	1%	3.761	0,74

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Gesamtzufriedenheit



Management Service

Alles in allem: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem / der ... ?

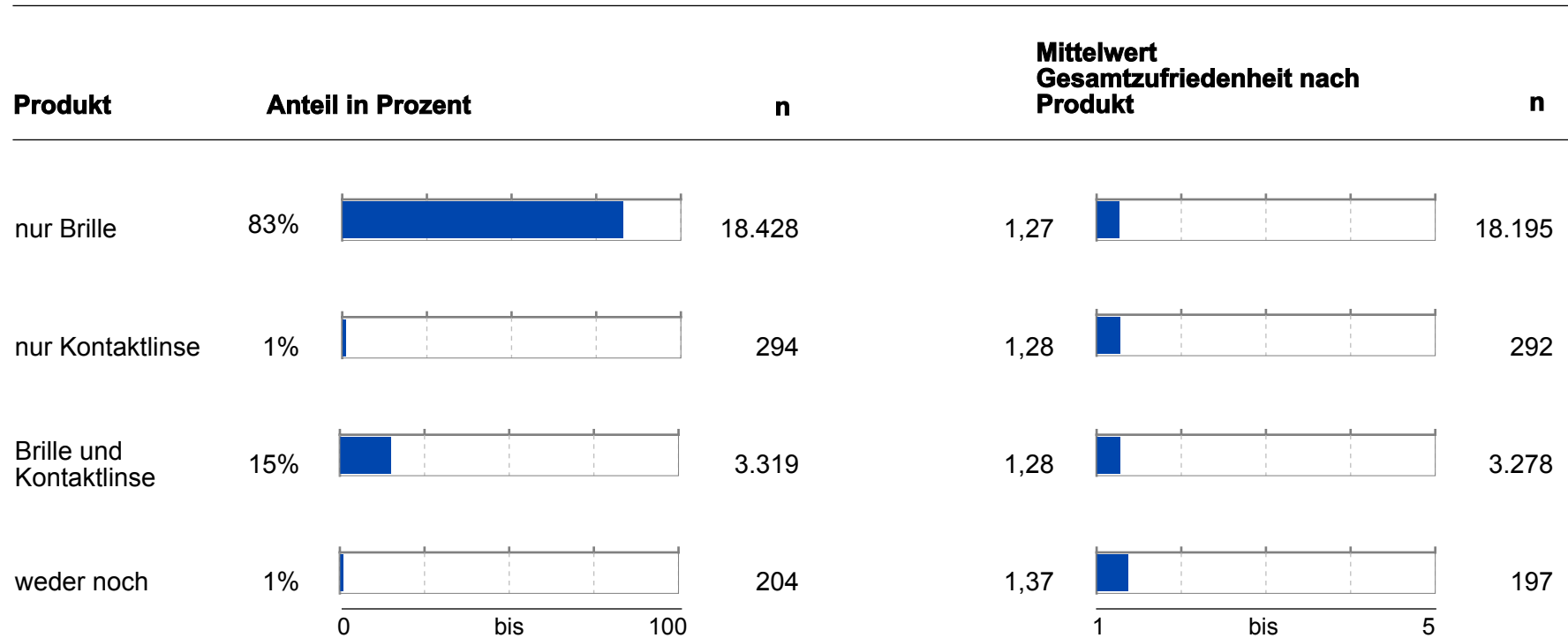
Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	
		1	2	3	4	5			
Verbesserung der Sehleistung	1,37		67%	29%	4%	0%	0%	23.697	0,57
Augenoptiker	1,29		74%	24%	2%	0%	0%	24.355	0,51

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Zufriedenheit / Produkt



Anteil der Teilnehmer an der Erhebung nach genutztem Produkt / Gesamtzufriedenheit nach genutztem Produkt. Management Service



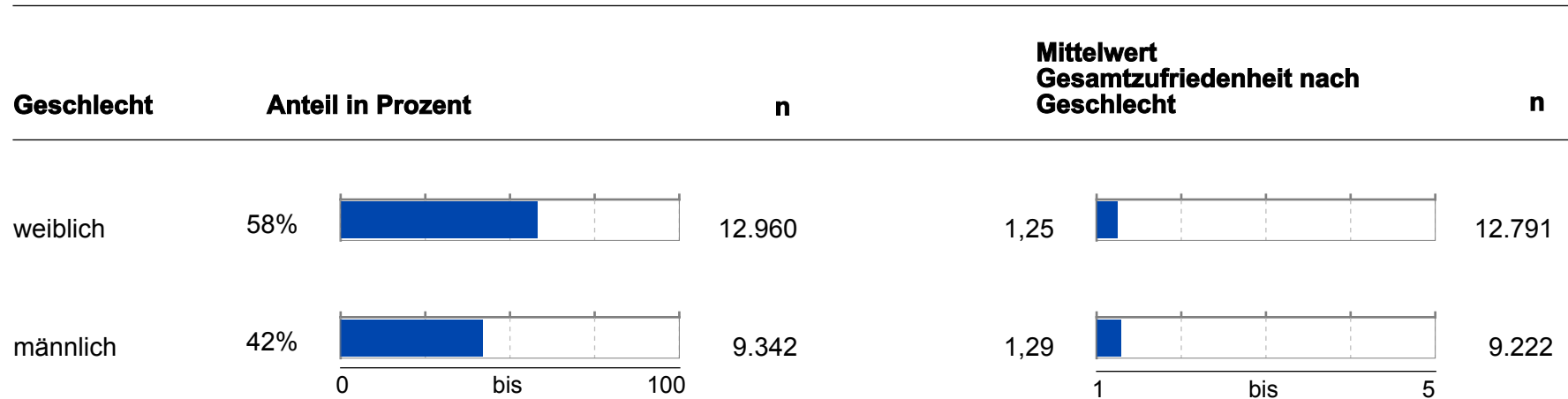
Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Zufriedenheit / Geschlecht



Management Service

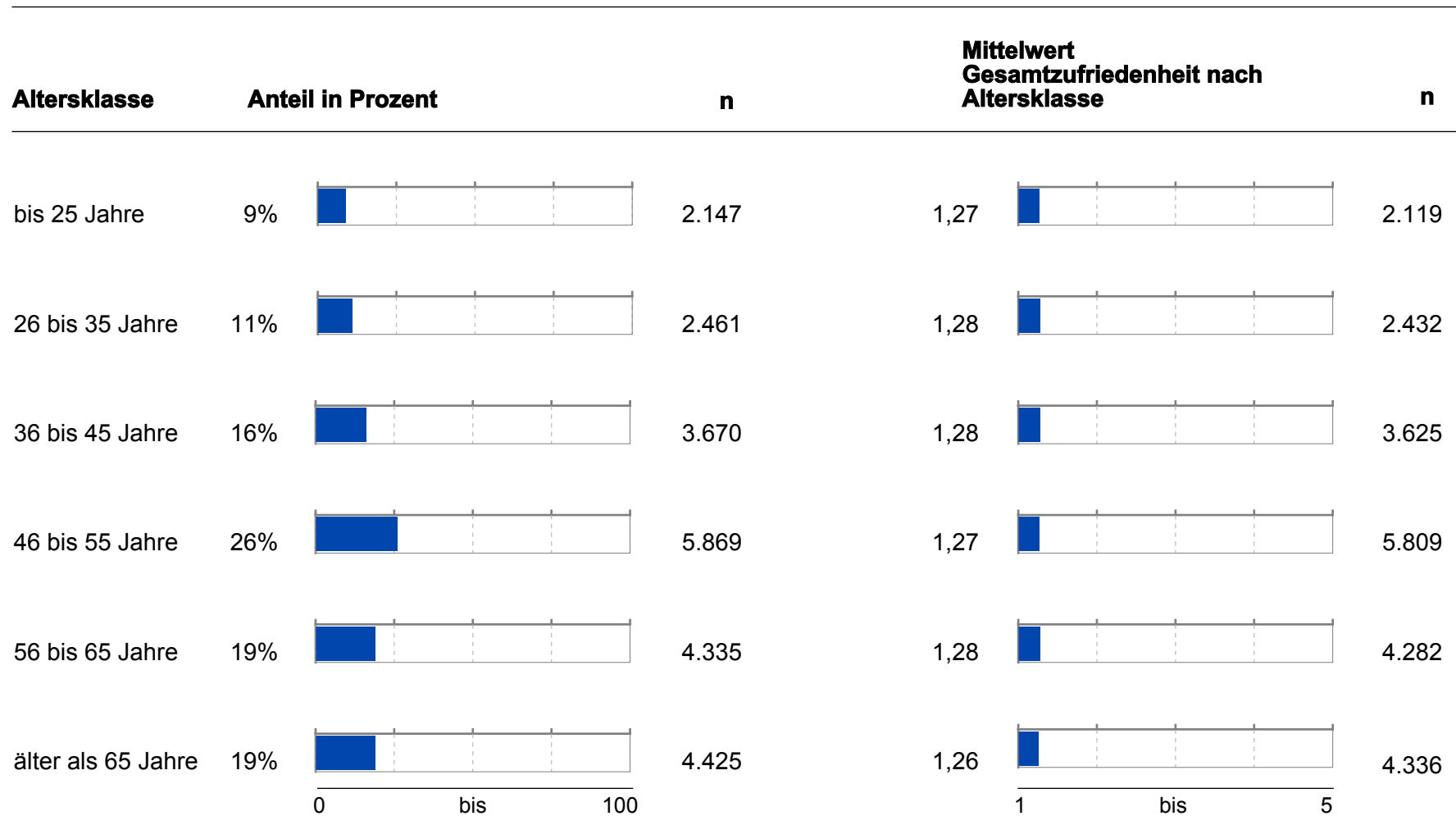
Anteil der Teilnehmer an der Erhebung nach Geschlecht / Gesamtzufriedenheit nach Geschlecht.



Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Anteil der Teilnehmer an der Erhebung nach Altersklasse / Gesamtzufriedenheit nach Altersklasse.

Management Service

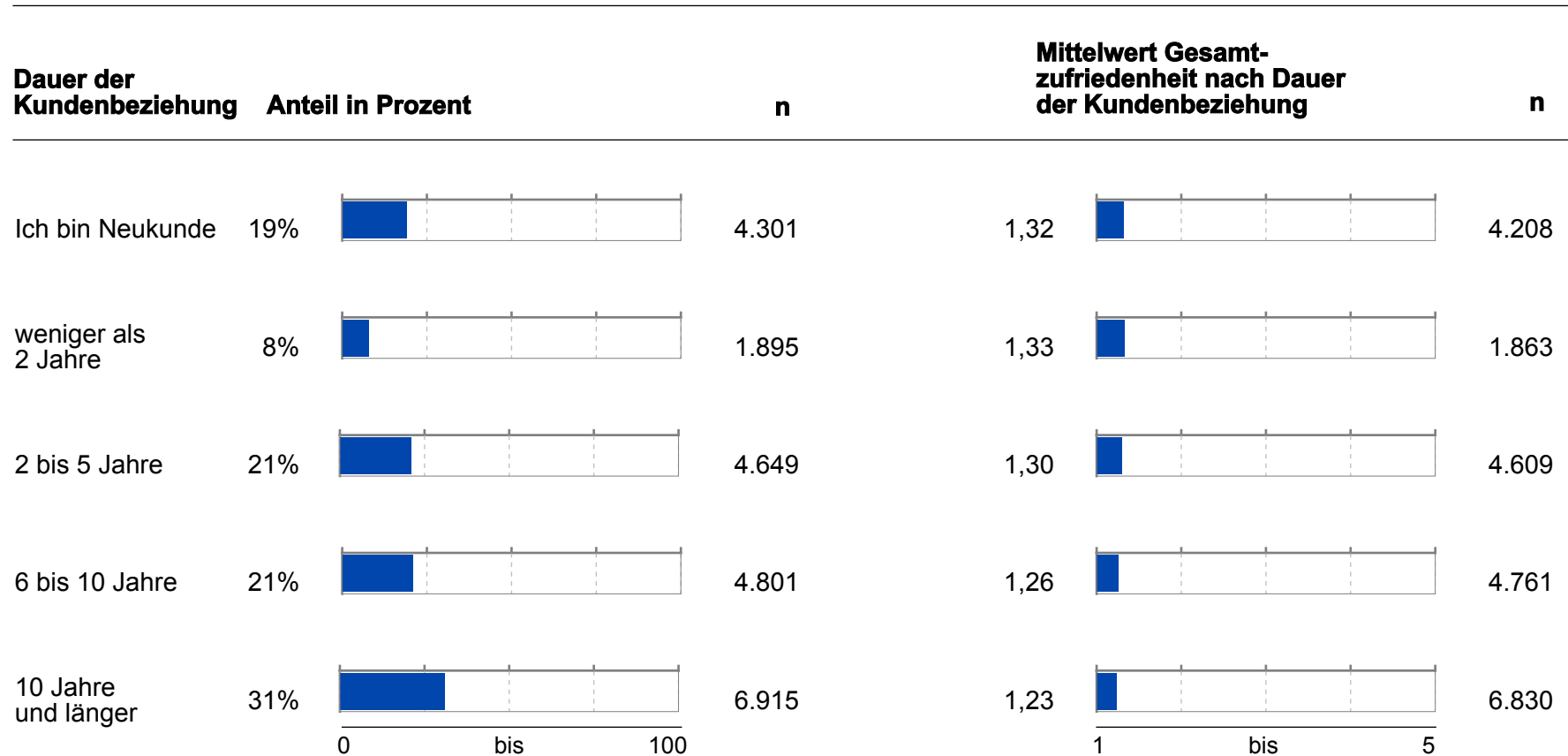


Zufriedenheit / Kundenbeziehung



Anteil der Teilnehmer an der Erhebung nach Dauer der Kundenbeziehung / Gesamtzufriedenheit nach Dauer der Kundenbeziehung.

Management Service



Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Zufriedenheit / Wahl des Augenoptikers



Management Service

Warum sind Sie genau zu diesem Augenoptiker gegangen? (Mehrfachnennungen möglich)

Grund für Wahl des Augenoptiker	Anteil in Prozent	n	Mittelwert Gesamt-zufriedenheit nach Grund für Wahl des Augenoptiker	n
langjähriger Kunde	50%	12.501	1,23	12.366
modernes, stylisches Geschäft	27%	6.647	1,19	6.573
örtliche Nähe	44%	10.977	1,29	10.846
Empfehlung von Freunden/Bekannten	30%	7.344	1,24	7.247
Werbung des Augenoptikers	10%	2.543	1,27	2.511
Auswahl an Brillenfassungen	23%	5.676	1,19	5.612
Auswahl an Brillengläsern	16%	3.848	1,15	3.805
Sonstiges	7%	1.699	1,21	1.681



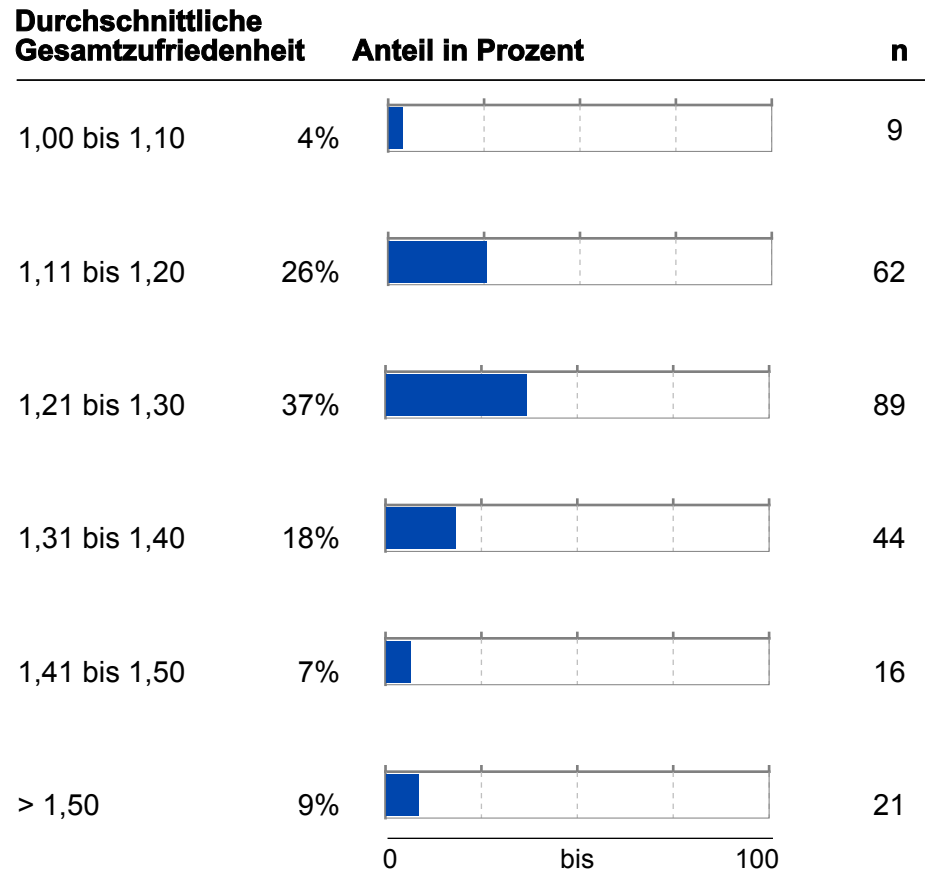
1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Benchmark
5	Anhang

Verteilung der durchschnittlichen erhobenen Gesamtzufriedenheiten



Management Service

Verteilung der erhobenen durchschnittlichen Gesamtzufriedenheit nach Gruppen über die Augenoptiker aller Wellen.



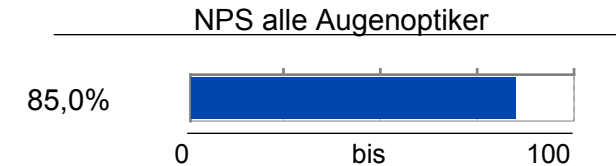
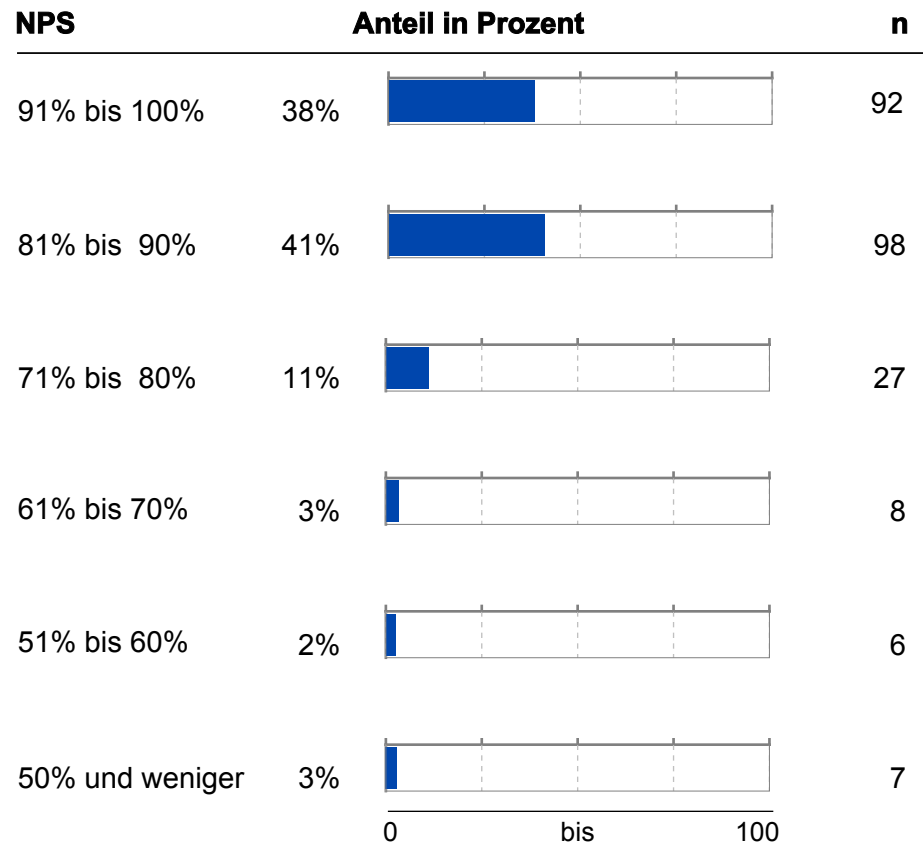
Legende:
 n = Anzahl der Befragungen (einige Augenoptiker sind mit mehreren Befragungen vertreten)
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Verteilung des Net Promoter Score



Management Service

Verteilung des Net Promoter Score nach Gruppen über die Augenoptiker aller Wellen.



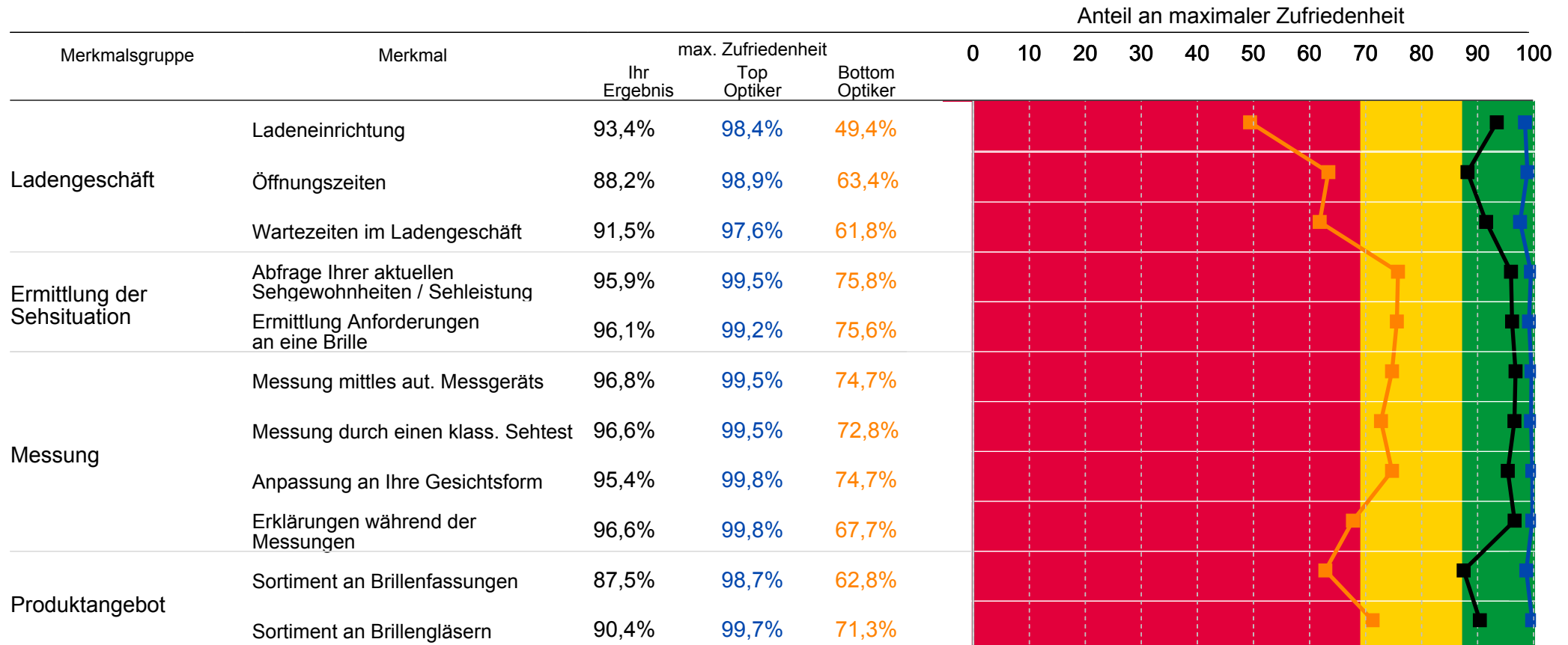
Legende:
 n = Anzahl aller abgegebenen Bewertungen; Weiterempfehlungsbereitschaft von 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich
 NPS = Net Promoter Score
 Net Promoter® Score ist eine eingetragene Marke von Bain & Company, Inc., Fred Reichheld und Satmetrix Systems, Inc
 Erläuterungen zum NPS finden Sie im Anhang.

Übersicht Zufriedenheit mit Leistungsmerkmalen - Vergleich



Dargestellt sind Ihre Ergebnisse für die jeweiligen Merkmale. Zum Vergleich sind zusätzlich die Werte der Optiker mit der bisherigen maximalen und minimalen Zufriedenheit für das jeweilige Merkmal angegeben. So können Sie Ihre Ergebnisse einordnen.

Management Service



Legende:

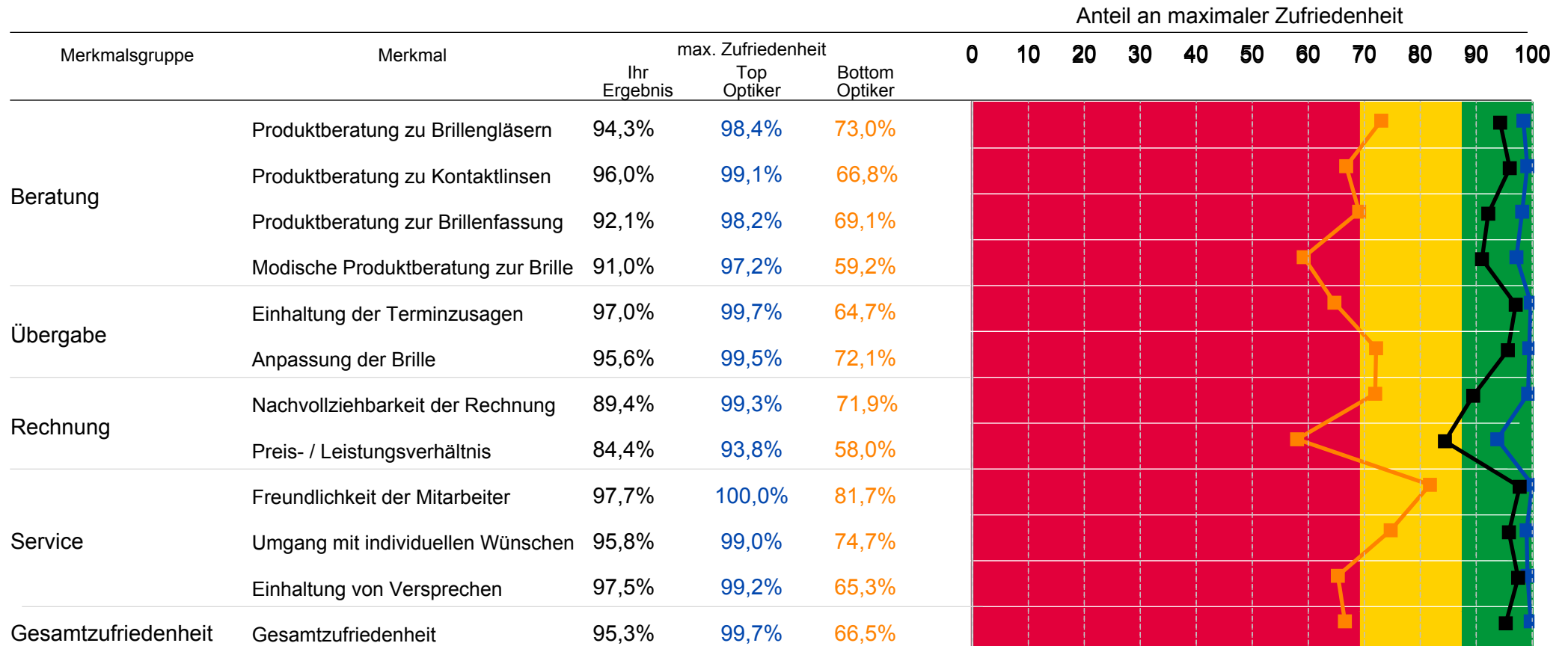
Angaben als Anteil an maximaler Zufriedenheit (%); Berücksichtigte max./min. Optiker mit mindestens n = 50 Nennungen
 Skala: Dargestellt in dem Linienchart ist der Grad der Zufriedenheit in Prozent. Hierzu wurde der erhobene Mittelwert (Skala 1 „vollkommen zufrieden“ bis 5 „unzufrieden“) in Prozentwerte umgerechnet. Dabei entspricht zum Beispiel: 100% = Mittelwert 1,0 70% = Mittelwert 2,2 50% = Mittelwert 3,0 0% = Mittelwert 5,0

Ihr Ergebnis
 Top Optiker
 Bottom Optiker

Übersicht Zufriedenheit mit Leistungsmerkmalen - Vergleich



Dargestellt sind Ihre Ergebnisse für die jeweiligen Merkmale. Zum Vergleich sind zusätzlich die Werte der Optiker mit der bisherigen maximalen und minimalen Zufriedenheit für das jeweilige Merkmal angegeben. So können Sie Ihre Ergebnisse einordnen.



Legende:
 Angaben als Anteil an maximaler Zufriedenheit (%); Berücksichtigte max./min. Optiker mit mindestens n = 50 Nennungen
 Skala: Dargestellt in dem Liniendiagramm ist der Grad der Zufriedenheit in Prozent. Hierzu wurde der erhobene Mittelwert (Skala 1 „vollkommen zufrieden“ bis 5 „unzufrieden“) in Prozentwerte umgerechnet. Dabei entspricht zum Beispiel: 100% = Mittelwert 1,0 70% = Mittelwert 2,2 50% = Mittelwert 3,0 0% = Mittelwert 5,0

Ihr Ergebnis
 Top Optiker
 Bottom Optiker



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Benchmark
5	Anhang

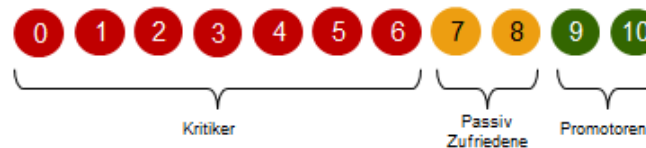
Der Net Promoter Score (NPS) ist ein Index zur Messung der Wahrscheinlichkeit, mit der Kunden ein Produkt, ein Unternehmen oder eine Dienstleistung weiterempfehlen. Berechnet wird der Net Promoter Score durch die Differenz zwischen Promotoren und Kritikern des betreffenden Unternehmens oder Produktes. Gemessen werden die Antworten auf einer Skala von 0 (unwahrscheinlich) bis 10 (äußerst wahrscheinlich). Promotoren sind dabei Kunden, die mit 9 oder 10 antworten. Als Kritiker werden hingegen diejenigen angesehen, die mit 0 bis 6 antworten. Kunden, die mit 7 oder 8 antworten, gelten als „passiv Zufriedene“ und werden bei der Berechnung des NPS nicht herangezogen. Der Net Promoter Score ergibt sich durch die Formel:

$$\text{NPS} = \text{Promotoren}(\%) - \text{Kritiker}(\%)$$

Das Ergebnis kann somit zwischen plus 100 und minus 100 liegen.

„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Musterunternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“

(Bewertung: 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich)



Quelle:
Reichheld, F. (2006): Die ultimative Frage, München.
Net Promoter © Score ist eine eingetragene Marke von Bain & Company, Inc., Fred Reichheld und Satmetrix Systems, Inc.



Eine Standardabweichung misst das durchschnittliche Ausmaß der Abweichung der einzelnen Merkmalswerte von ihrem Mittelwert (arithmetisches Mittel).

Beispiel 1:

Unter 200 Gebrauchtwagen vom Typ VW Golf wird eine Laufleistung pro Jahr von 13.320 km ermittelt. Die Standardabweichung liegt bei $s = 4.653$.

Sachlogisch kann hier die Standardabweichung wie folgt interpretiert werden: Im Mittel streuen die einzelnen jahresdurchschnittlichen Laufleistungen der $n = 200$ Gebrauchtwagen vom Typ VW Golf um 4.653 km um ihren Durchschnittswert von 13.320 km.

Beispiel 2:

Unter 1.000 Kunden wird auf einer 5er Skala ein Zufriedenheitswert zur telefonischen Erreichbarkeit von 1,81 erhoben. Die Standardabweichung liegt bei 0,32.

Sachlogisch kann die Standardabweichung hier wie folgt interpretiert werden: Im Mittel streuen die einzelnen Bewertungen der Kunden zur Zufriedenheit mit der telefonischen Erreichbarkeit um 0,32 um ihren Mittelwert von 1,81.

Die Standardabweichung dient damit der Interpretation der Aussagekraft des erhobenen Mittelwerts.



Der Korrelationskoeffizient r von Pearson ist das bekannteste Zusammenhangsmaß für zwei Variablen, die mindestens Intervallskalenniveau haben. Ein Beispiel für eine entsprechende Korrelation wäre die zwischen Lebensalter (in Jahren) und Vermögen (in Euro).

Er kann Werte zwischen -1 und $+1$ annehmen. Bei einem Wert von $+1$ (bzw. -1) besteht ein vollständig positiver (bzw. negativer) linearer Zusammenhang zwischen den betrachteten Merkmalen. Wenn der Korrelationskoeffizient den Wert 0 aufweist, hängen die beiden Merkmale überhaupt nicht linear voneinander ab.

Beispiel:

Zwischen dem Item „Gesamtzufriedenheit“ und dem Item „telefonische Erreichbarkeit“ wird in einer Kundenbefragung mit 800 Teilnehmern ein $r = 0,821$ ermittelt.
Sachlogisch kann dies hier wie folgt interpretiert werden: Wegen $r = 0,821$ besteht in der statistischen Gesamtheit ($n = 800$ Teilnehmer) ein starker gleichläufiger bzw. positiver linearer statistischer Zusammenhang. Demnach haben Kunden mit einer überdurchschnittlichen hohen Zufriedenheit bei „telefonischer Erreichbarkeit“ auch eine überdurchschnittlich hohe Gesamtzufriedenheit bzw. Kunden mit einer unterdurchschnittlichen hohen Zufriedenheit bei „telefonischer Erreichbarkeit“ auch eine unterdurchschnittlich hohe Gesamtzufriedenheit.