

ACTANO

KUNDENORIENTIERUNG ALS ERFOLGSFAKTOR

Mehr als 88 Prozent der Kunden würden ACTANO weiterempfehlen. Woher der Anbieter von Komplettlösungen für die Prozessgestaltung in der Produktentwicklung dies weiß? Ganz einfach. Er hat seine Kunden befragt.



»Für uns ist Kundenorientierung ein Schlüsselwert. Nur wenn unsere Kunden mit unseren Produkten und Leistungen, aber auch mit dem Verhalten unserer Mitarbeiter zufrieden sind, können wir erfolgreich sein«. Dr. Thomas Langner, Leiter Vertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung bei ACTANO, meint das ernst. »Wir haben deshalb eine Kundenzufriedenheits-

Unternehmen:

ACTANO GmbH

Abteilung:

Vertrieb

Aufgabe:

Durchführung einer Online-Kundenzufriedenheitsanalyse

Ergebnis:

Ein repräsentatives Bild der Kunden über das eigene Unternehmen, Abgleich von erwartetem und tatsächlichem Fremdbild

Web:

www.actano.de

analyse initiiert. Wir wollten wissen, was unsere Kunden wirklich über uns und unsere Arbeit denken. Natürlich war die Teilnahme an der Befragung anonym. »Nur wenn wir ehrliche Antworten erhalten, können wir unsere Produkt- und Service-Qualität weiter verbessern.«

AUSSERGEWÖHNLICH HOHE RESPONSE

Entsprechend selbstkritisch sind die Münchener vorgegangen. »Uns lag an einem repräsentativen Fremdbild«, ergänzt Langner. Um die Qualität der Befragung zu testen, befragte der Vertriebleiter im ersten Schritt die eigenen Mitarbeiter. Der Clou: Sie sollten im Fragebogen eintragen, was ihre Kunden voraussichtlich antworten würden. Langner: »Es besteht immer die Gefahr, dass wir uns ein Bild von unseren Kunden zurechtlegen, das uns angenehm ist. Der Vergleich zwischen vermutetem und tatsächlichem Fremdbild gibt wertvolle Hinweise auf die Realitätsnähe unserer Mitarbeiter.«

Im Juli 2005 war es soweit. Rund 800 Mitarbeiter von über 40 Kunden erhielten einen Online-Fragebogen von Inquiry. »Dabei haben wir auch auf Multiplikatoren gesetzt. Beispielsweise baten wir die Teamleiter unserer Kunden, den Fragebogen intern weiter zu leiten.« Ein Modell, das Wirkung zeigte: Statt der erwarteten 250 Rückmeldungen antworteten insgesamt 475 Mitarbeiter von Kunden.



Zufrieden war Langner auch mit der Kritik. Verbesserungspotential fand sich bei der Sichtbarkeit des Unternehmens im Markt und der Klarheit des Lösungsportfolios. »Wir haben darauf reagiert und ein Aktionspaket zur Verbesserung geschnürt«. Verbessern könne man sich schließlich nur, wenn man das ehrliche Feedback der Kunden aufnimmt, vorhandene Schwachstellen analysiert und Maßnahmen ableitet, diese zu beseitigen. Der Erfolg von ACTANO gibt ihm Recht.

POSITIVE ERGEBNISSE

»Mit der Bewertung der Produkte und Services von ACTANO sind wir sehr zufrieden«, kommentiert Langner die Ergebnisse. Mehr als 88 Prozent aller Befragten würden ACTANO weiterempfehlen. Besonders schätzen die Kunden dabei die Integration von Beratung, Produkt und Umsetzung. Und knapp 86 Prozent aller Befragten schätzen den Nutzen der zentralen Produktfamilie RPlan als hoch oder sehr hoch ein.

WARUM INQUERY?

ACTANO hat sich für Inquiry entschieden, weil

- ▶ Inworks professionell aufgetreten ist
- ▶ das Angebot gepasst hat
- ▶ das Verhalten von Inworks absolut kundenorientiert ist

UNTERNEHMEN

ACTANO ist Anbieter von Komplettlösungen für das erfolgreiche Management von Produktentstehungsprozessen mit dem Ziel verkürzter Entwicklungszeiten und signifikanter Kostenreduzierungen. ACTANO bietet ganzheitliche Lösungen aus IT- und Beratungsleistungen und der innovativen Projektsteuerungssoftware »RPlan«. RPlan ermöglicht weltweit erstmalig die unternehmensübergreifende Einbindung von Herstellern, Zulieferern und Partnern in den Planungs- und Entwicklungsprozess.

Mehr als 170 Mitarbeiter an Standorten in Zürich, München, Stuttgart, Wolfsburg und Magdeburg unterstützen unter anderem Airbus Deutschland, BMW, Bosch, cablecom, DaimlerChrysler, Edscha, Europrop International, Faurecia, HuF, Komax, Kostal, MTU Aero Engines, Osram, Renault Nissan Deutschland, Rolls-Royce Deutschland, Schwarz Pharma, smart, Stankiewicz, VW und ZF.