



School of  
Management and Law



# Marketing und Marktbearbeitung

## SW 8: Kundenbindung



**Building Competence. Crossing Borders.**

**Dr. Nina Heim**

nina.heim@zhaw.ch

# Vorlesungsprogramm in der Übersicht

Termin	Thema	DozentIn
Woche 1	Check-in / Einführung ins Marketing	Rolf Rellstab
Woche 2	Marktverständnis 1	Rolf Rellstab
Woche 3	Marktverständnis 2	Rolf Rellstab
Woche 4	Kundenverständnis 1	Rolf Rellstab
Woche 5	Kundenverständnis 2	Rolf Rellstab
Woche 6	Marketingstrategie	Rolf Rellstab
Woche 7	Kundenakquisition	Dr. Nina Heim
Woche 8	Kundenbindung	Dr. Nina Heim
Woche 9	Kommunikation und Vertrieb	Rolf Rellstab
Woche 10	Kundenwertmanagement	Dr. Nina Heim
Woche 11	Leistungsinnovation	Dr. Helen Vogt
Woche 12	Leistungspflege	Dr. Helen Vogt
Woche 13	Preismanagement	Dr. Helen Vogt
Woche 14	Simulation / Check-out	

# Kundenbindungsprogramme in der Praxis



# Check-in: Ziele

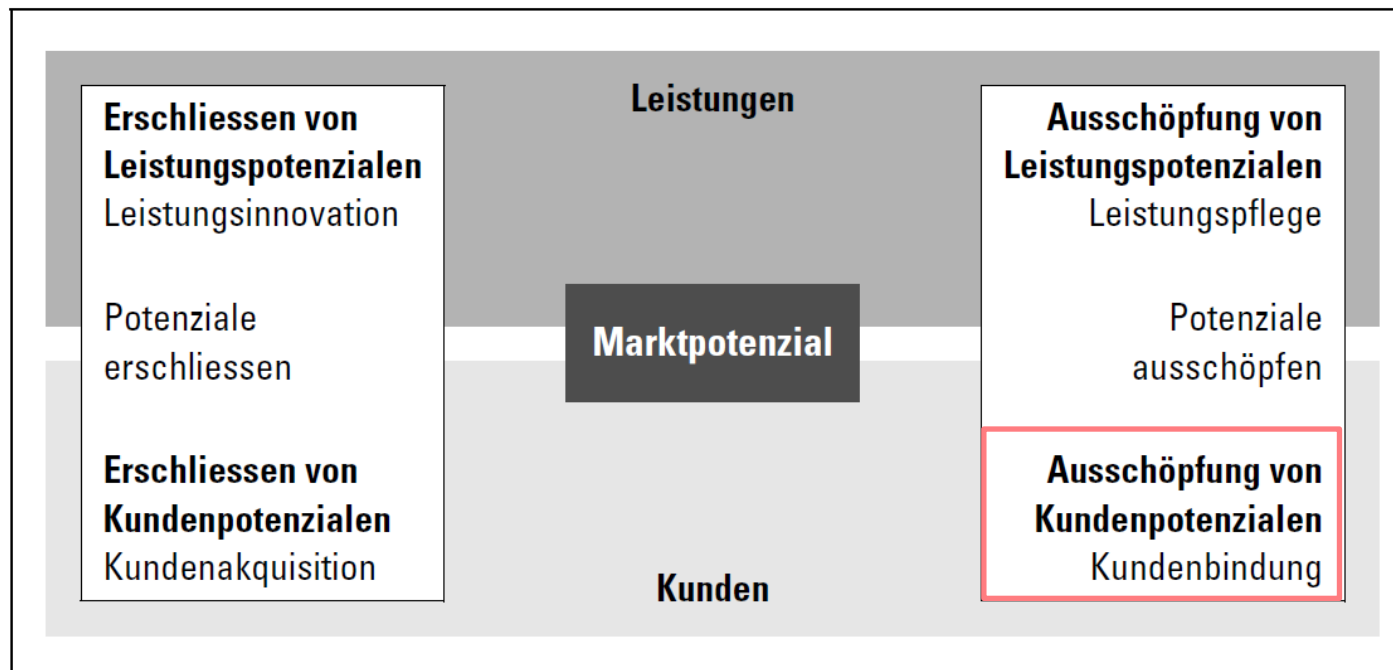


Nach dieser Einheit können Sie...

1. verschiedene Kundenbindungsstrategien darlegen und die ökonomische Bedeutung der Kundenbindung erläutern.
2. den Einfluss der Kundenzufriedenheit auf die Kundenbindung und weitere Erfolgsgrößen beschreiben und präzisieren, wie diese gemessen werden können.
3. die marktseitigen Konsequenzen einer Beschwerde aufzeigen und systematische Schritte im Rahmen des Beschwerdemanagementprozesses planen.
4. Methoden zur Beziehungsbeendigung gegenüberstellen und den Prozess im Rahmen des Rückgewinnungsmanagements gestalten.

# Kernaufgaben des Marketing

Ausschöpfen bestehender Kundenpotenziale → Kundenbindung



Kernaufgaben zur Erschliessung strategischer Wettbewerbsvorteile (Tomczak et al., 2007)

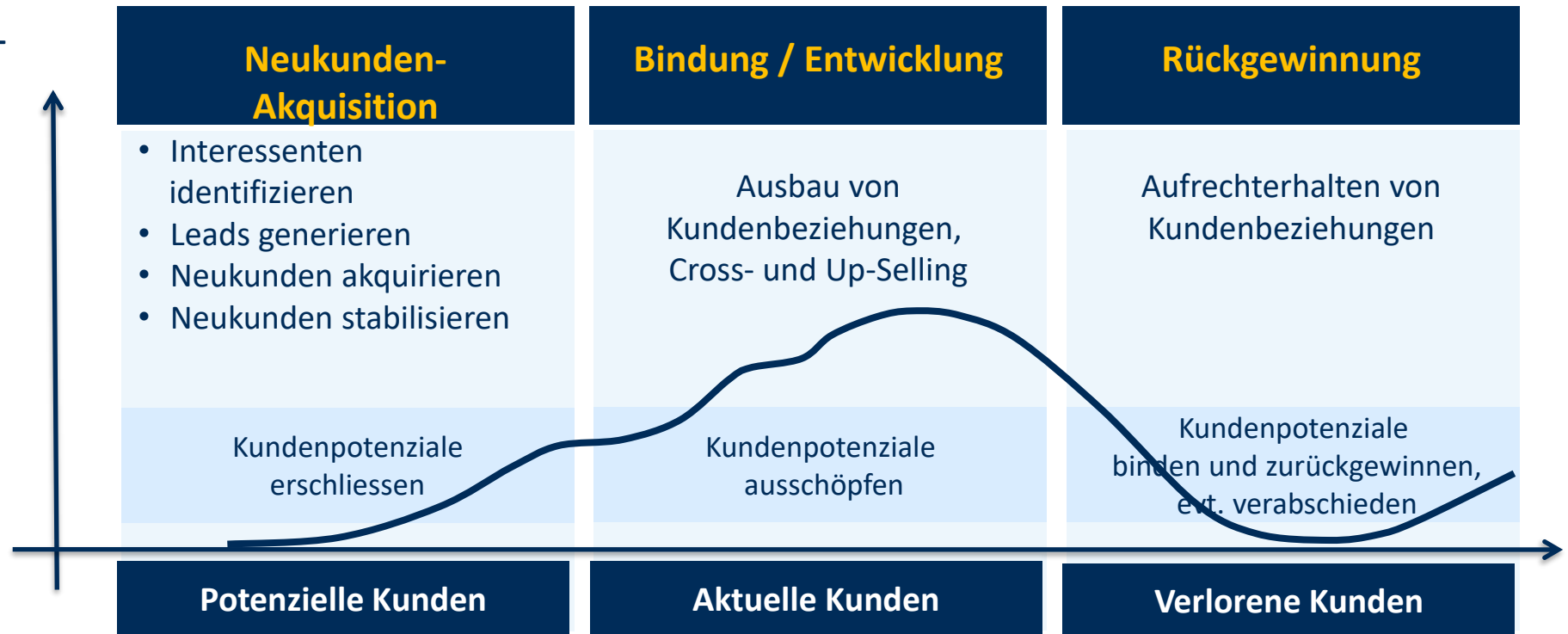


# Kundenbeziehungszyklus

## Kundenbindung und -entwicklung

Lebenszyklus-  
phase

Ziel



Relationship Status:

Interested in:

Looking for:

Single  
In a Relationship  
Engaged  
Married  
**It's Complicated**  
In an Open Relationship  
Widowed


# Phasen des Kundenbeziehungslebenszyklus

Kudentyp	Potenzielle Kunden	Aktuelle Kunden				Verlorene Kunden	
Beziehungs-status	Potenziell	Neu	Stabil	Gefährdet (Beschwerde)	Gefährdet (anderer Grund)	Gekündigt	Verloren
Ziel	Initiieren	Stärken		Stabilisieren		Wiedergewinnen	
Aufgaben	Interessenmanagement	Neukundenmanagement	Kundenbindungsmanagement i. e. S.	Beschwerdemanagement	Abwanderungsmanagement	Kündigungsmanagement	Rückgewinnungsmanagement


▲ Abb. 5-1 Phasen des Kundenbeziehungslebenszyklus (Bruhn, 2016b, S. 65ff.)

(Lucco, 2017, S. 101)

# Kundenbindung und Kundenbindungsmanagement



**Kundenbindung** umfasst sämtliche Maßnahmen eines Unternehmens, die darauf abzielen, sowohl die Verhaltensabsichten als auch das tatsächliche Verhalten eines Kunden gegenüber einem Anbieter oder dessen Leistungen positiv zu gestalten, um die Beziehung zu diesem Kunden für die Zukunft zu stabilisieren bzw. auszuweiten.



**Kundenbindungsmanagement** ist die systematische Analyse, Planung, Durchführung sowie Kontrolle sämtlicher auf den aktuellen Kundenstamm gerichteten Maßnahmen mit dem Ziel, dass diese Kunden auch in Zukunft die Geschäftsbeziehung aufrechterhalten oder intensiver pflegen.



# Theorie

## Indikatoren der Kundenbindung

<b>Verhalten</b> (erfragt oder beobachtet)		<b>Einstellung</b> (erfragt)
<b>absolute Grössen</b> (z.B. je Jahr)	<b>relative Grössen</b> (z.B. je Jahr)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzahl Kontakte</li> <li>• Anzahl Kaufakte</li> <li>• Umsatz</li> <li>• Zeit seit letztem Kaufakt („Recency“)</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anteil Kontakte</li> <li>• Anteil Kaufakte</li> <li>• Umsatzanteil („Share of Wallet“)</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Image</li> <li>• Wiederkaufabsicht</li> <li>• Weiterempfehlungsabsicht</li> <li>• Cross-Buying-Absicht</li> <li>• Etc.</li> </ul>

# Theorie

## Differenzierung der Kundenbindung

Relative Einstellung Verhalten	niedrig	hoch
	keine Kundenbindung	latente Kundenbindung
niedrig		
hoch	Unechte Kundenbindung	echte Kundenbindung

# Kundenbindungsmanagement

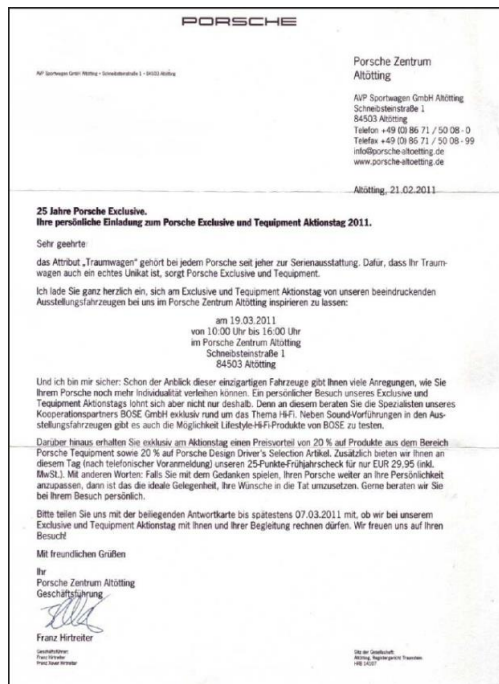
## Verbundenheit und Gebundenheit



## Kundenbindung

### Verbundenheit

### Gebundenheit



### Ökonomische Bindung



### Vertragliche Bindung



### Technische / funktionale Bindung



### Geographische Bindung



# Kundenbindungsmanagement

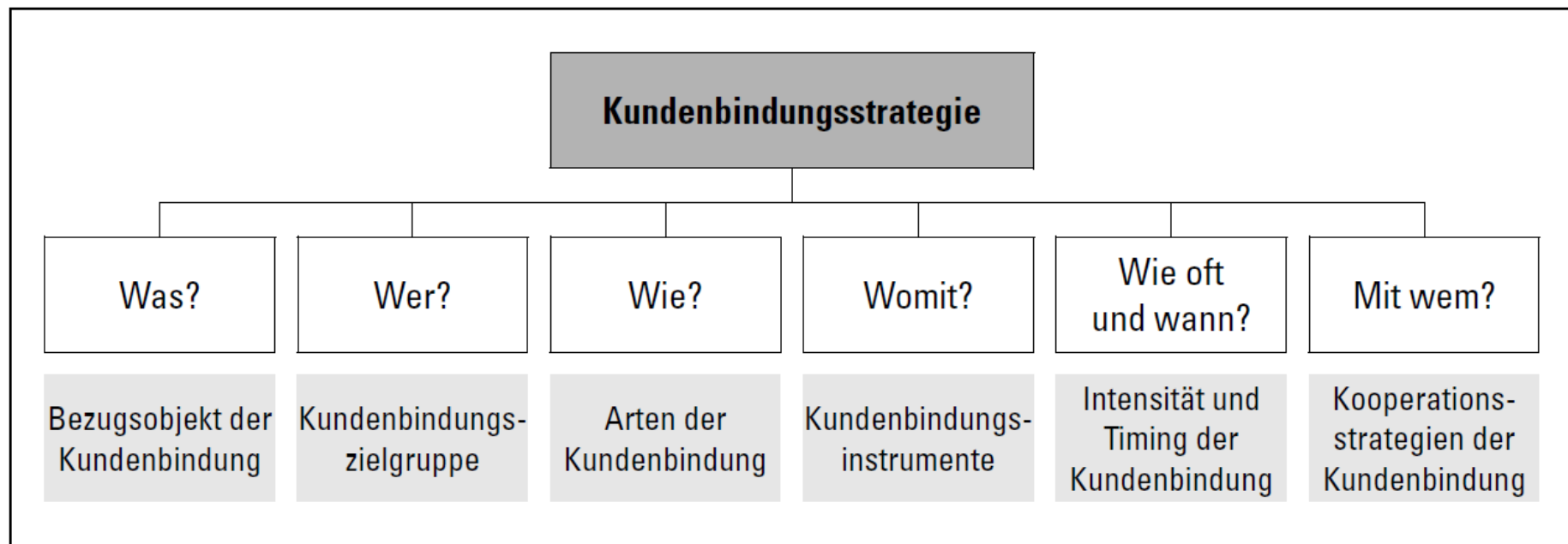
## Bsp. Hospitality zur Steigerung der Verbundenheit

### Firmenlogen, Hallenstadion Zürich



# Kundenbindungsmanagement

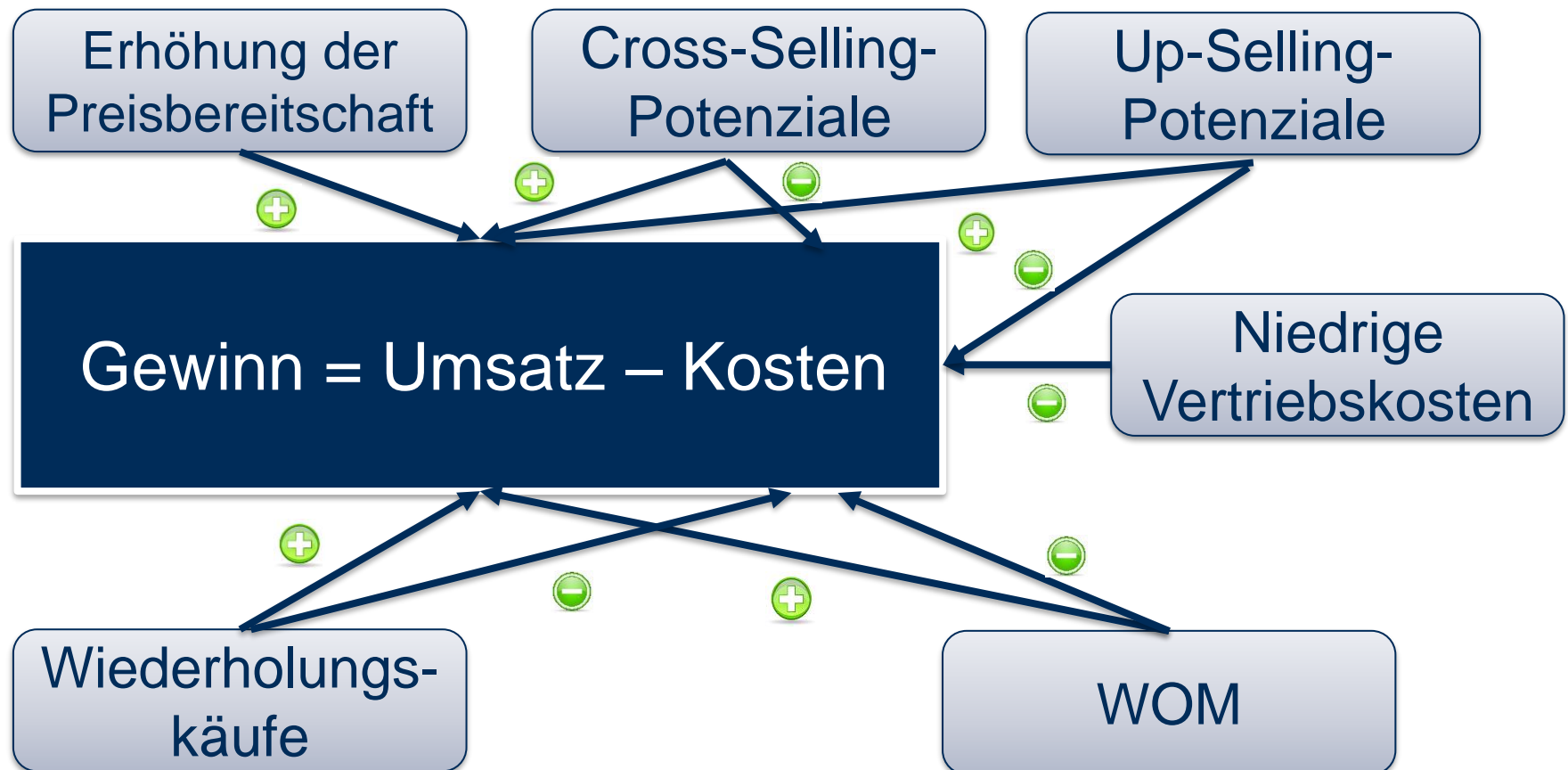
## Kundenbindungsstrategien



(Lucco, 2017, S. 110)



# Kundenbindung - Ökonomische Bedeutung

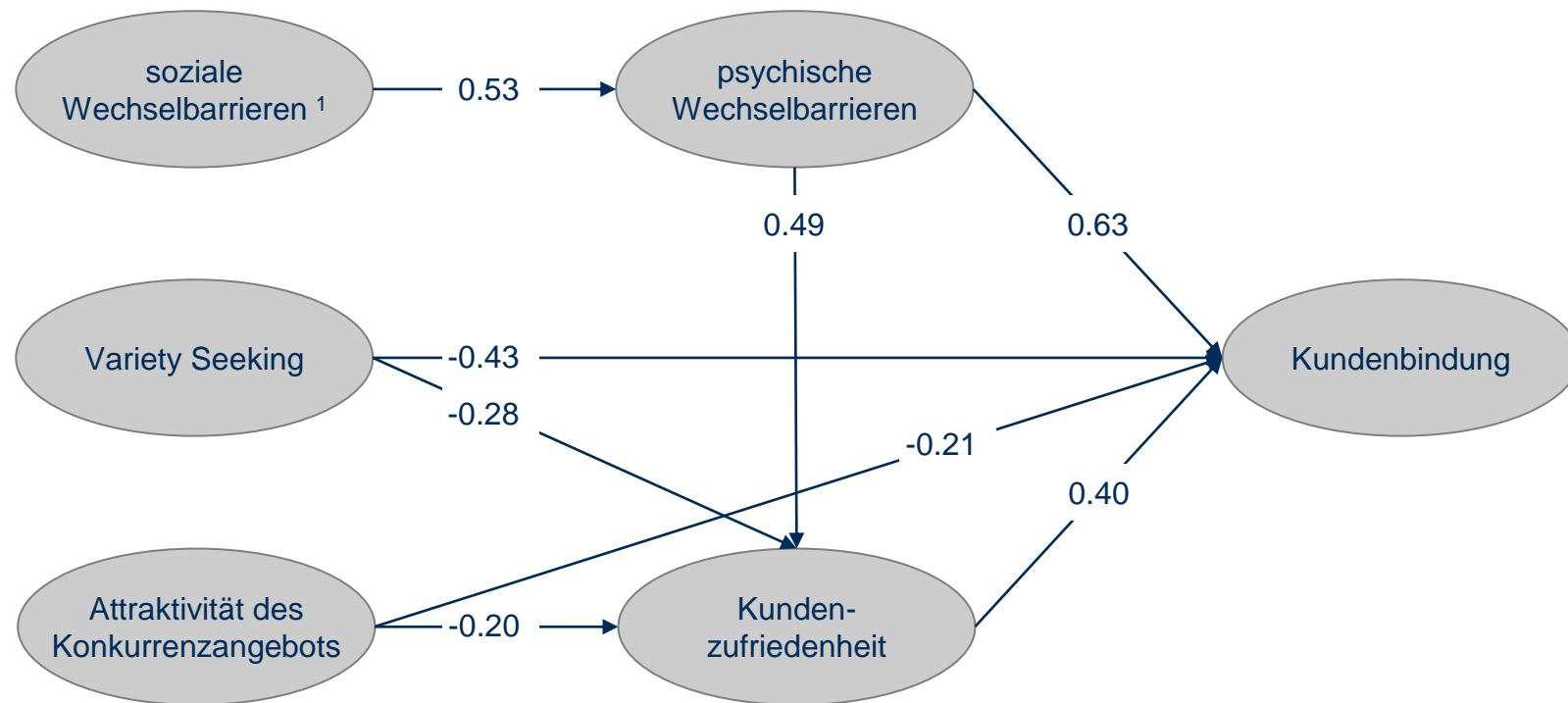


In Anlehnung an Homburg/Faßnacht 2001, S. 451; Bruhn 2007, S. 112

# Forschungsergebnis

## Treiber der Kundenbindung in der Automobilbranche

### Kausalmmodell (LISREL)

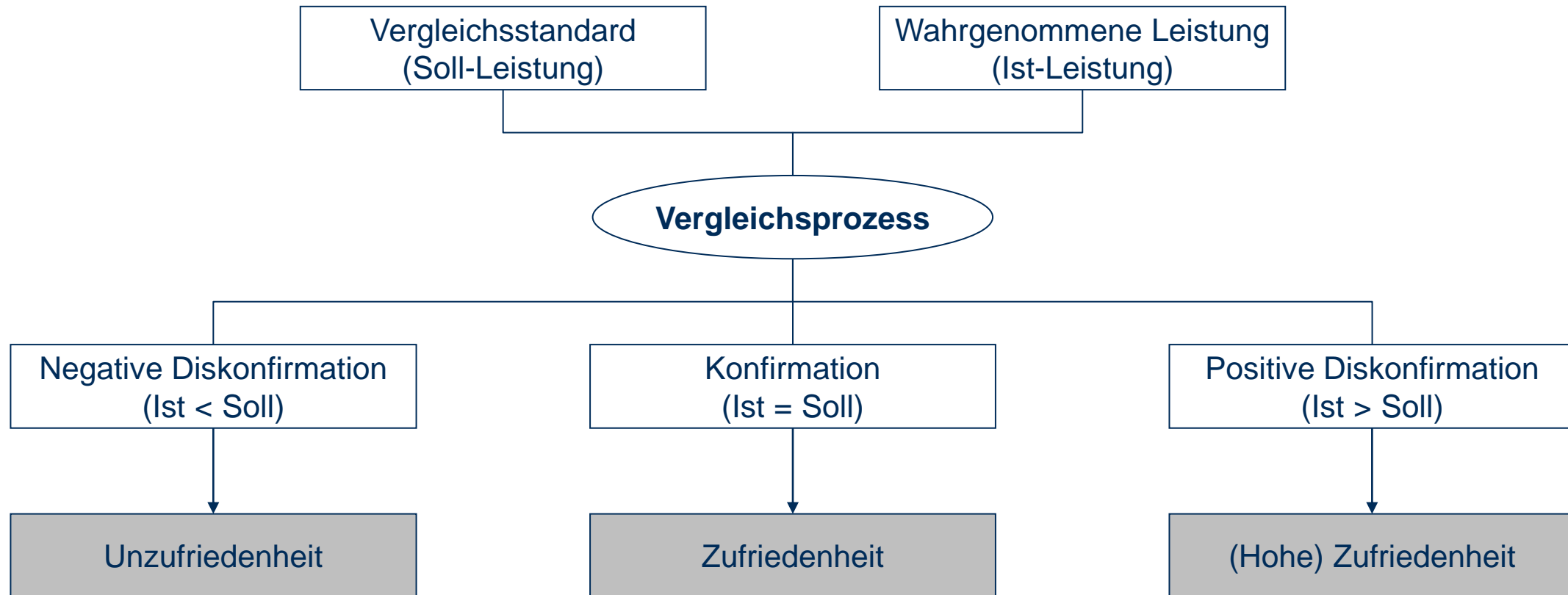


➔ **Kundenzufriedenheit ist ein wichtiger Treiber der Kundenbindung**

1) Z.B. Meinung von Bekannten oder Wunsch der Familie  
Quelle: Peter (1999)

# Theorie

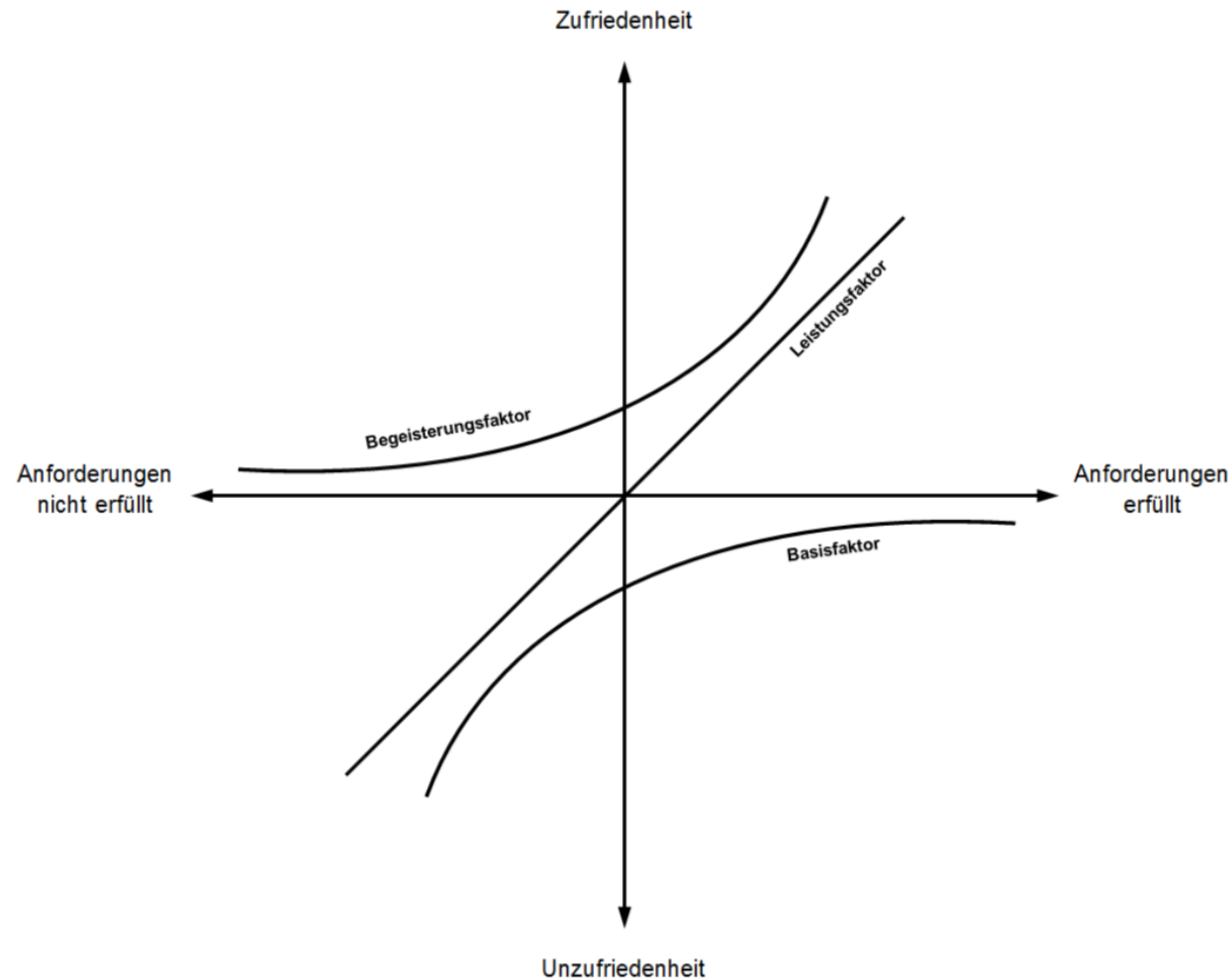
## Confirmation-Disconfirmation-Paradigma



➔ Kundenzufriedenheit entsteht durch einen Vergleichsprozess zwischen Ist- und Soll-Leistung

# Theorie

## Kano-Modell der Kundenzufriedenheit



In Anlehnung an: Nerdinger/Neumann, 2007, S. 134; Bailom et al., 1996, S. 118

# Diskussion

**HolidayCheck** Reiseziel, Hotel oder Vorliebe eingeben

Hotel bewerten Favoriten Anmelden Menü

+++ Aktuelle Informationen zu Reisen mit Thomas Cook, Neckermann, Öger, Bucher, Air Marin & Condor. +++

< Alle Hotels in Weggis Europa / Schweiz / Kanton Luzern / Weggis / Wellness-Hotel Rössli

## Wellness-Hotel Rössli ★★★★★

Seestrasse 52 6353 Weggis Schweiz

**Karin (41-45)**  
Verreist als Paar • im Dezember 2018 • für 3-5 Tage

**Freundlich, Gemütlich, Wohlfühlen, feines Essen**

Vom ersten Moment bis zum letzten einfach toll. Das Servicepersonal lebt für die Zufriedenheit der Gäste. Das Essen ist fantastisch und wird einfallsreich und sehr schön angerichtet. Einfach Top!!!

[Bewertung lesen](#)

**Myriam (36-40)**  
Verreist als Freunde • im Dezember 2018 • für 1-3 Tage

**Never ever**

Sehr schlechtes Preis-/Leistungsverhältnis, Angebot auf Website entspricht nicht Leistungen, gebuchte Behandlungen nicht durchgeführt, aber wollten im Nachhinein verrechnet werden. Personal z.T. kaum deutsch gesprochen, unbequeme Matratzen, sehr schlechtes Essen sowie

[Bewertung lesen](#)

**Karl (61-65)**  
Verreist als Paar • im November 2018 • für 1-3 Tage

**Netter Ort für ein entspanntes Wellness-Weekend.**

Ruhiges nahe am See gelegenes Hotel. Viele Ausflugsmöglichkeiten. Sehr freundliches Personal. Sehr gut geeignet für ein entspanntes Wellnessweekend.

[Bewertung lesen](#)

**Anne (31-35)**  
Verreist als Freunde • im Oktober 2018 • für 1-3 Tage

**Vernachlässigtes Bijou**

Einst ein sicher wundervolles Hotel, heute eine Katastrophe. Man merkt relativ schnell, dass hier ein negativer Wandel stattgefunden hat.  
Das Hotel sieht wunderschön aus, innen klein aber fein. Der See vom Balkon zu sehen und in

[Bewertung lesen](#)

**hardy (41-45)**  
Verreist als Familie • im Oktober 2018 • für 1-3 Tage

**Rundum zufrieden**

Hilfreich (1)

Wir waren mit unseren 2 kleinen Kindern in diesem Hotel. Obwohl Familien sicher nicht zur Zielgruppe des Hotels gehören wurden wir nett empfangen und auch im Restaurant freundlich bedient.

[Bewertung lesen](#)

**Brigitta und Peter (61-65)**  
Verreist als Paar • im September 2018 • für 1-3 Tage

**Tolles Hotel**

Schönes Hotel, gute Lage, sehr saubere und schöne Zimmer, gutes Essen, sehr freundliches und hilfsbereites Personal. Ideales Hotel zum Ausspannen.

[Bewertung lesen](#)



# Diskussion (Fortsetzung)

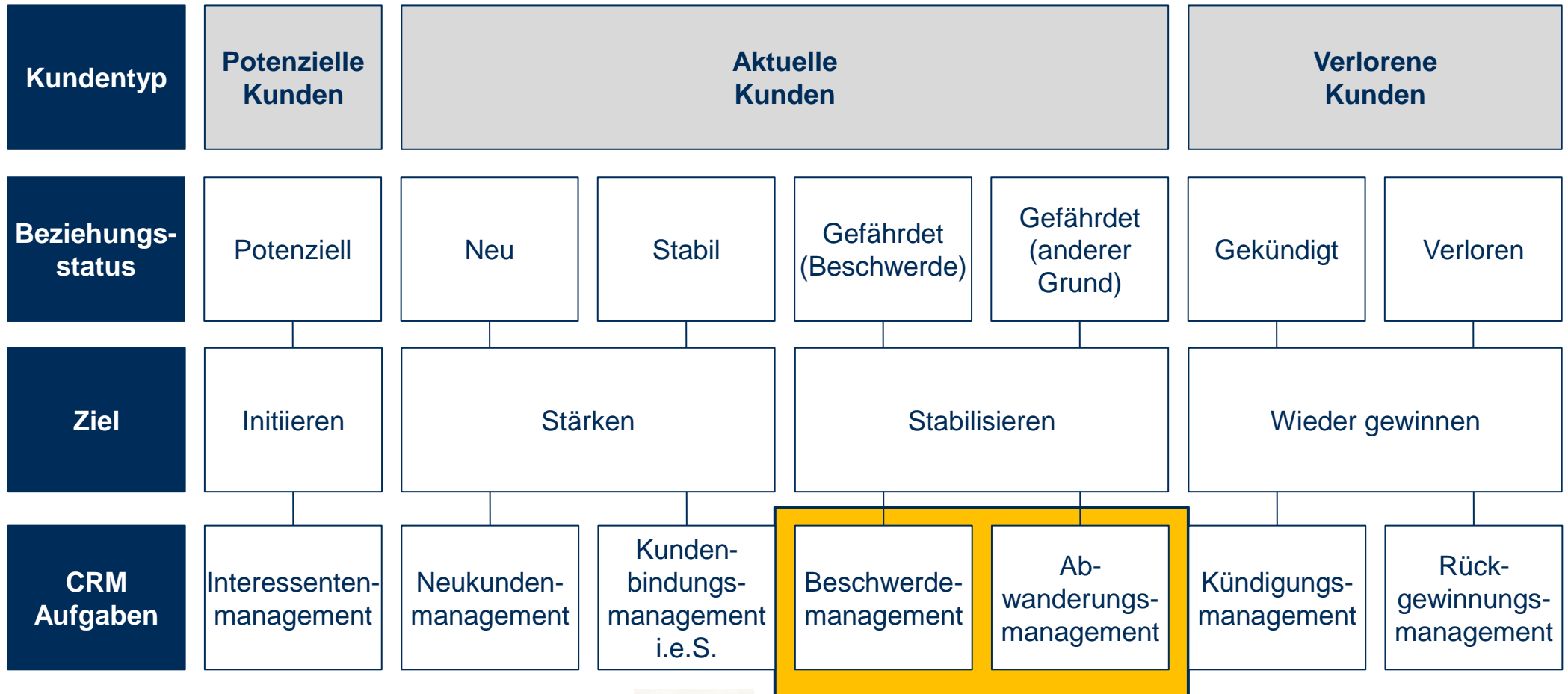


Erläutern Sie am Beispiel von Hotels, wodurch ein Vergleichsstandard (d.h. eine Erwartung) entstehen kann, und gehen Sie weiterhin darauf ein, wie Hotels wie das «Wellness-Hotel Rössli» die Zufriedenheit ihrer Kunden beeinflussen können!



# Agenda

## Kundenbeziehungszyklus



Relationship Status:

Interested in:

Looking for:

Single  
In a Relationship  
Engaged  
Married  
**It's Complicated**  
In an Open Relationship  
Widowed



# Beschwerdemanagement

Bsp – Von 25 unzufriedenen Kunden reklamiert durchschnittlich nur 1 (4%)



**1000**  
Beschwerden  
im Jahr ?

**25.000** Beschwerde-  
anlässe



**24.000** Reklamieren nicht,  
aber erzählen es ....



je 10 Bekannten

=

**240.000** negative  
Äusserungen

**24.000** fehlende  
Verbesserungs-  
vorschläge

# Verhalten unzufriedener Kunden

## Schlechte Erfahrungen verbreiten sich schnell

### Das „alte“ Word-of-Mouth

- 7-10 Personen
  - Freunde
  - kurzlebig
- einzelne Stimme
  - verbal



### Das „neue“ Word-of-“Mouse“

- Tausende von Menschen
  - Kunden weltweit
    - nachhaltig
- gemeinsame Aufrufe
- Worte, Bilder, Videos






# Beschwerde-Management


## Qualitätsmanagement und Reputation

[HOME](#)  
[ZF Gearbox \*\*Lurch\*\*](#)  
[Rear Brakes \*\*Fault\*\*](#)  
[Air-Con \*\*Lockout\*\*](#)  
[Xenon and Steering](#)  
[Owners' \*\*Feedback\*\*](#)  
[How to \*\*Burn\*\* money](#)  
[Jaguar \*\*TSBs\*\*](#)  
[Contact us](#)  
[S-Type \*\*Links\*\*](#)

Independent Engineers' Reports on my S-Type 4.2



**Graphical Overview**



Point	Description	Link(s)
1	Lurching ZF Transmission / Gearbox fault	<a href="#">Lurch Page</a> , <a href="#">Jaguar TSBs Page</a> , <a href="#">Owners' Feedback Page</a>
2	Rear Brake burn out fault - premature brake pad wear ~ 15,000 miles (~24,000 Km)	<a href="#">Brakes Page</a> , <a href="#">Jaguar TSBs Page</a> , <a href="#">Owners' Feedback Page</a>
3	Rear Tyre wear - expected life of ~ 18,000 miles (~28,000 Km)	<a href="#">Jaguar TSBs Page</a> , <a href="#">Owners' Feedback Page</a>
4	Water ingress to boot. Check spare tyre well.	<a href="#">AA &amp; TCS reports Page</a> , <a href="#">Multimedia Page</a>
5	Squeaking Steering wheel fault	<a href="#">Xenon and Steering Page</a> , <a href="#">Jaguar TSBs Page</a> , <a href="#">Multimedia Page</a> , <a href="#">AA &amp; TCS reports Page</a> , <a href="#">Owners' Feedback Page</a>
6	Air-conditioning lock-out	<a href="#">Air-Con Lockout Page</a> , <a href="#">Jaguar TSBs Page</a> , <a href="#">Multimedia Page</a>
7	Xenon auto leveller fault	<a href="#">Xenon and Steering Page</a> , <a href="#">Multimedia Page</a>
8	Creaking front brakes / Suspension	<a href="#">Xenon and Steering Page</a> , <a href="#">Multimedia Page</a> , <a href="#">Owners' Feedback Page</a>
9	Front Tyre wear - expected life of ~ 18,000 miles (~28,000 Km)	<a href="#">Jaguar TSBs Page</a> , <a href="#">Owners' Feedback Page</a>



[Register](#) | [Sign In](#)

[HOME](#)
[INVESTING](#)
[COMPANIES](#)
[TECHNOLOGY](#)
[AUTOS](#)
[INNOVATION](#)

[Top News](#)
[News Archive](#)
[News Search](#)
[Special Reports](#)
[Newsmaker](#)



ANDY MARTIN

TOP STORY

## Jeff Jarvis: Dell Learns to Listen

The blogger who brought you "Dell Hell" and set off a firestorm of complaints about the PC maker's woeful customer service thinks Dell has come a long way

Customers



CONNECTED COAST TO COAST  
JEFF JARVIS  
"BLOG CADDY"  
LIVE 5/11/07  
NBC



# Beschwerdemanagement

## Das Beschwerdeparadoxon



Mit einer positiven Reaktion auf die Kundenbeschwerde soll die Kundenzufriedenheit erhöht werden. **Studien haben das Paradoxon belegt, dass Kunden bei einer Reklamation, die positiv bearbeitet wurde, hinterher zufriedener sind als Kunden, die nichts zu beanstanden hatten.**

Kunden, die nach einer Reklamation hingegen unzufrieden waren, weil die Reklamation nicht ordentlich bearbeitet wurde, wendeten sich in den meisten Fällen von dem Unternehmen ab.

# Verhalten unzufriedener Kunden

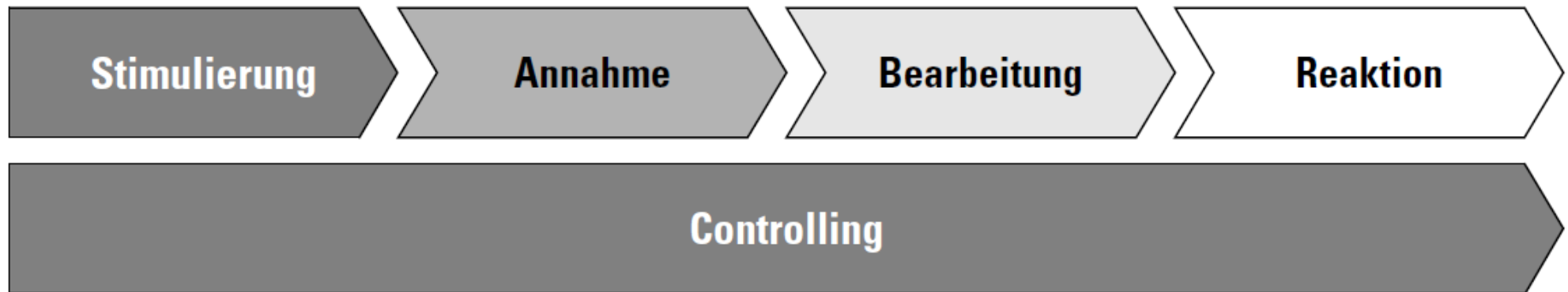
## Das Beschwerdeparadoxon



**Beschwerdeparadoxon:** Kunden, deren Beschwerde zu ihrer vollen Zufriedenheit bearbeitet wurde, weisen häufig anschließend eine höhere Loyalität gegenüber dem Unternehmen auf als vor der Beschwerde.

**THINK QUALITY !!!**  
**DO IT RIGHT THE FIRST TIME...**  
**WE MAY NOT GET A SECOND CHANCE**

# Beschwerdemanagement Prozess



# Aufgabe: Beschwerdemanagement

## Wie geht «not guilty» mit kritischen Posts um?



1★

21 June · 🌐

Hatte ein wurm im Salat und die Toilette sieht auch sheeter aus , komme nicht mehr!



Like



Comment



Share



**not guilty - salads with a twist and a smile** Lieber Hermann Moench vielen Dank für Deinen Besuch bei not guilty. Es ist uns sehr wichtig zu erfahren, was genau passiert ist. Kannst Du uns auf [feedback@notguilty.ch](mailto:feedback@notguilty.ch) schreiben, damit wir uns bei Dir melden können?

Like · Reply · 21 June at 15:06



1★

29 April · 🌐

Eine sehr unfreundliche Bedienung. Einmal und nie wieder!



Like



Comment



Share



**not guilty - salads with a twist and a smile** Vielen Dank für Deinen Besuch bei not guilty. Es ist uns sehr wichtig zu erfahren, was genau passiert ist. Kannst Du uns auf [feedback@notguilty.ch](mailto:feedback@notguilty.ch) schreiben, damit wir uns bei Dir melden können?

Like · Reply · 2 May at 14:21



5★

21 February · 🌐

Die Sandwiches Beef Love und Banh Mi schmeckten hervorragend. Wir bestellten über Smood und waren überrascht über den schnellen und freundlichen Kurier.

Like

not guilty - salads with a twist and a smile re

1



**Beliz Ural** hat not guilty - salads with a twist and a smile bewertet – 1★ ...

1. September 2017 · 🌐

Da ihr auf Instagram nicht geantwortet habt, schreibe ich nun hier: heute bei euch Take away in der Flurstrasse geholt. Daheim angekommen habe ich oben auf dem Salat ein Haar entdeckt: blond, Ca. 10cm lang. Hungrig war ich dann zwar noch, aber der Appetit ist mir vergangen.



Gefällt mir



Kommentieren



Teilen



**not guilty - salads with a twist and a smile** Hallo Beliz. Vielen Dank für Deinen Besuch im not guilty und für Deine Nachricht. Es tut uns leid, dass Du Deinen Lunch aus verständlichen Gründen nicht geniessen konntest. Das dürfte natürlich nicht passieren. Gerne möchten wir Dir ein positives not guilty Erlebnis schenken. An welche Adresse dürfen wir Dir etwas schicken? Gib uns doch schnell Bescheid: [feedback@notguilty.ch](mailto:feedback@notguilty.ch). Herzlich, Dein not guilty Team.

Gefällt mir · Antworten · 38 W



**Sanda Marković** hat not guilty - salads with a twist and a smile bewertet – 5★ ...

7. Juli 2015 · 🌐

Mochte ich eigentlich immer, aber hatte heute sowas wie eine Milbe im Salat

1



Gefällt mir



Kommentieren



Teilen



# Aufgabe: Beschwerdemanagement

## Beispiele: Umgang mit Kritik – Vapiano, true fruits, Alte Schachtel und HelloFresh

**Vapiano** vor etwa 4 Jahren

Liebe Vapiano Fans,

heute hat ein Fan bei uns ein Smartphone-Video gepostet. In den Hauptrollen: Ein Salat und eine Raupe. Man könnte dies als Beleg für die Frische unserer Salate sehen. Wir nehmen dies aber im Gegenteil sehr, sehr ernst. So etwas darf bei uns nicht passieren! Wir haben einen sehr hohen Qualitätsanspruch und darum wollen wir diesen Vorfall klären. Derzeit versuchen wir, mit dem Gast Kontakt zu kommen, um zu klären, wo genau und zu welcher Zeit das Video aufgenommen wurde. Und natürlich, um uns zu entschuldigen! Alle unsere Systeme zielen darauf ab, dass unsere Speisen nicht nur frisch und lecker, sondern auch absolut tadellos sind.

Liebe Grüße,  
Euer Vapiano Team

2.554 Gefällt mir 859 Antworten 104

**Vapiano** vor etwa 4 Jahren

Liebe Vapiano Fans,

inzwischen ist es uns gelungen, mit dem Gast, der das Smartphone-Video auf unserer Seite gepostet hat, in Kontakt zu treten. Der Gast hat den Clip in Süddeutschland gedreht. Wir tauschen uns gerade mit ihm aus, um zu klären, was genau passiert ist. Wir können letztlich aus diesem Vorfall lernen und uns verbessern. Wir danken euch vielmals für euren Zuspruch und eure Unterstützung. Wir sind regelrecht überwältigt.

Liebe Grüße,  
Euer Vapiano Team

645 Gefällt mir 114 Antworten 19

**Alte Schachtel**

Wir können uns Ann Ge Braten nur anschließen. Weiter wurde euch gesagt, dass wir verpflichtet sind, um eine gewisse Uhrzeit zu schließen, das Licht anzumachen und sich danach weiter um euch gekümmert wird, um die Sache zu klären - schien euch aber dann doch nicht so wichtig zu sein - ihr wart nach einer Minute schon wieder weg.

Ps: Die Albakos Security [ABK] macht einen guten Job und hat sich auch bei der Blechnerei bereits um die Sicherheit gekümmert. Da du die damalige Arbeit gelobt hast sollte dir die Frage aufdrängen, ob nicht eurerseits gestern ein Fehlverhalten vorlag. Wir stehen absolut hinter ihrer Arbeit da sie sich auch die Zeit nehmen den Gästen ihr Vorgehen zu erklären, wie beispielsweise gestern. In vielen anderen Locations nimmt sich das Sicherheitspersonal nicht die Zeit für sowas.

42 Wo. Gefällt mir Antworten 7



Und wenn ihr eines Tages mal durch einen Unfall für immer entstellt seid oder Kinder haben solltet, die "hässlich wie die Nacht" sein sollten und in der Schule dafür gehänselt werden, keinen Freund oder Freundin abbekommen, ja dann werdet ihr vielleicht verstehen, dass gesellschaftliche Schönheitsideale und Humor nicht unbedingt zusammen passen. Wie traurig muss euer Leben sein, dass ihr über so etwas lachen müsst?

Gefällt mir · Antworten · 1 Std

**true fruits Smoothies** Nun lieber Ben. Aus Erfahrung können wir Dir mitteilen dass es völlig egal ist worüber wir Witze machen. Es gibt immer eine Hand voll Menschen, die dann genau das jeweilige Thema scheiße finden, weil sie entweder persönlich betroffen sind oder ihr Moral Apostel Gen endlich frei ausleben wollen. Würden wir auf all das Rücksicht nehmen bräuchten wir auch garnichts mehr zu tun. Wir selbst sind auch nicht perfekt und jeder von uns trifft ab und zu auf Witze oder Aussagen von denen er sich direkt oder indirekt angegriffen fühlen könnte. Und weißt Du was wir dann tun oder bzw. was wir dann nicht tun? Wir sagen es Dir: wir machen uns nicht ins Hemd und jammern rum wie ein 2-jähriges Kleinkind, was keinen zweiten Pudding zum Nachtisch bekommt. Du kannst das ja gerne tun, wenn Deine Synapsen Dir keine weitere Option bieten. Aber bitte, Jammer uns nicht die Hucke voll. Wir sind halt nicht wie Du und Du nicht wie wir, who cares? Dann Kauf das Produkt nicht oder quäle Dich selbst indem Du hier auf unseren Social Media Kanälen rum hängst. So schwer ist das doch nicht. Wir Posten Dir doch auch nicht Deine Wall zu mit unseren Gedankengut. Junge Junge, werd erwachsen

Gefällt mir · 5 Min · Bearbeitet

Ofen- und vor allem die Süßkartoffeln (die mag hier keiner) waren das Aus für HF bei uns. Hast Recht, die gibts einfach zu oft.

2 Tage Gefällt mir Antworten

**HelloFresh**

😊 Aber wir lieben sie nunmal so! \*schluchz\*

1 Tag Gefällt mir Antworten

**Julia Seyler**

Süßkartoffeln sind fantastisch. 🍌 Außerdem gibt es doch grad das Best of 2017. 🙌

1 Tag Gefällt mir Antworten 2

**Andreas Turowski**

Was für eine bescheidene Antwort. Weiter so. Dies führt mich direkt zu Abbestellen statt Pausieren. Wir schauen mal bei der Konkurrenz rein.

1 Tag Gefällt mir Antworten

**HelloFresh**

Echt schade. Aber ja, die Fleischmengen, die Du anscheinend brauchst, wirst Du bei uns nicht finden. Mach's gut! 🍌

**Martin Müller-Schulze** Habt ihr Hildmann als Marketingexperten eingestellt oder was ist hier los? Bei Kritik einfach mal die Leute weiter provozieren auf unterstem Niveau ...

Gefällt mir · Antworten · 28 · 26. März um 13:29

🔍 Vorherige Antworten anzeigen

**true fruits Smoothies** Wir haben die Kommentare wahrgenommen, sie als völlig hirnrissigen Pseudo Moralapostel Bullshit eingestuft und nach langen Lachen entschieden, dass auch nur der Hauch einer ernsthaften Antwort die völlige Verschwendung wertvoller Lebensenergie wäre. Daher der kurze Rat an alle Jammerlappen: wenn es Euch nicht gefällt, geht. Und macht einen großen Bogen um uns und unsere Produkte. Niemand hält Euch auf, keiner nimmt es Euch übel. Aber erspart uns Euer Geseier, denn wir stehen total auf diesen Humor und folglich werdet Ihr ihm hier immer wieder begegnen, Ihr Brombeersöhne!!

Gefällt mir · 39 · 26. März um 21:48 · Bearbeitet

🔍 Weitere Antworten anzeigen



# Aufgabe: Beschwerdemanagement

## Wie wird mit kritischen Posts umgegangen?

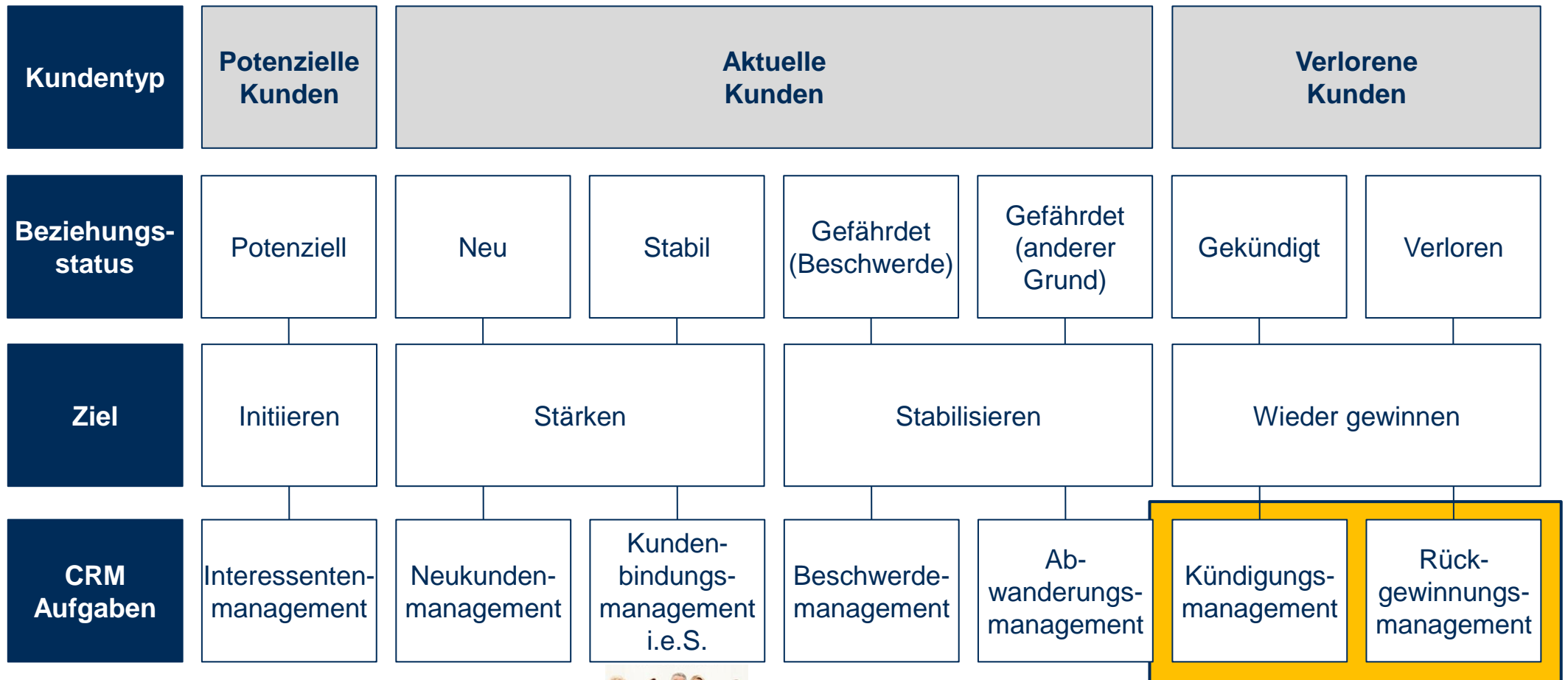
### Umgang mit kritischen Posts

Stärken:

Verbesserungspotenzial:

# Kundenbeziehungszyklus

## Modell nach Stauss/Seidel



Relationship Status:

Interested in:

Looking for:

- Single
- In a Relationship
- Engaged
- Married
- It's Complicated**
- In an Open Relationship
- Widowed

RELATIONSHIP

Status

- Single
- In a relationship
- Engaged
- Married
- In a civil partnership
- In a domestic partnership
- In an open relationship
- It's complicated
- Separated
- Divorced
- Widowed

Public

News Feed.

# Kündigungmanagement

## Kundenstamm auf gute Kunden begrenzen

### Kostenlose Rücksendungen

**Amazon sperrt Kunden, die zu viel zurückschicken: Worauf Sie achten müssen**

Teilen Pocket



Mitarbeiter des Paketversenders Amazon sortieren Pakete im Sortierzentrum in Garbsen.

dpa/Peter Steffen

Samstag, 14.09.2019, 19:45

**Bequem von Zuhause aus bestellen und wenn der Artikel nicht so gefällt oder nicht passt zurückschicken - das ist die Vorgehensweise vieler Online-Kunden. Doch falls sie das Zurückschicken auf Amazon zu oft praktizieren, könnte ihr Konto bald gesperrt werden.**

## Zu viele Retouren? Wenn der Online-Händler Sie rauswirft



Daniel Pöhler Stand: 6. September 2019 25220 16



Bild: Peter Steffen, dpa



Amazon-Kunden kennen das: Ständig kommen E-Mails von dem Online-Händler. Bestellbestätigung, Versandbestätigung, Paket liegt in Filiale, Paket wurde abgeholt. In der Mail-Flut hätte Finanztip-Mitarbeiter Reinhard fast die Nachricht mit dem unscheinbaren Betreff „Ihr Kundenkonto bei Amazon.de“ übersehen. In der Mail heißt es unheilvoll: „In den letzten Monaten haben Sie eine außergewöhnlich hohe Anzahl der bestellten Artikel **wieder an uns zurückgesendet**.“ Es ist Amazons Weg, einem Kunden klarzumachen, dass Amazon auch auf ihn verzichten kann.

Der Kunde ist König, so heißt es im Volksmund. Und Amazon eilt der Ruf voraus, so kundenfreundlich wie sonst niemand zu sein. Und tatsächlich ist der Online-Riese sehr kulant – und auch deshalb so erfolgreich. Doch offenbar hat das Grenzen. Denn Amazon schmeißt auch Kunden raus, die das Unternehmen für zu teuer hält.

**Zu oft die Hotline angerufen**

Quellen: [https://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/kostenlose-ruecksendungen-amazon-sperrt-kunden-die-zu-viel-zurueckschicken\\_id\\_11132511.htm](https://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/kostenlose-ruecksendungen-amazon-sperrt-kunden-die-zu-viel-zurueckschicken_id_11132511.htm), <https://www.finanztip.de/blog/zu-viele-retouren-wenn-der-online-haendler-sie-rauswirft/>

	Kundenorientiert	Unternehmensorientiert
<b>Indirekt</b> (Auflösung der Kunden- beziehung wird nicht direkt geäussert)	<b>«Fading away»</b> (Schwindender Abgang, einschlafen lassen, «auf Tauchstation gehen»)	<b>«Cost Escalation»</b> (Kostenescalation, Versuch der «Re-Rentabilisierung», Signalling)
<b>Direkt</b> (Auflösung der Kunden- beziehung wird direkt geäussert)	<b>«Mutual State-of-the- Relationship Talk»</b> (Einvernehmliches Gespräch)	<b>«Fait accompli»</b> (Kompromisslose Beendigung, ggf. Schuld- zuweisungen)



**«Ich kämpfe mit einem  
Lächeln um jeden Kunden»**

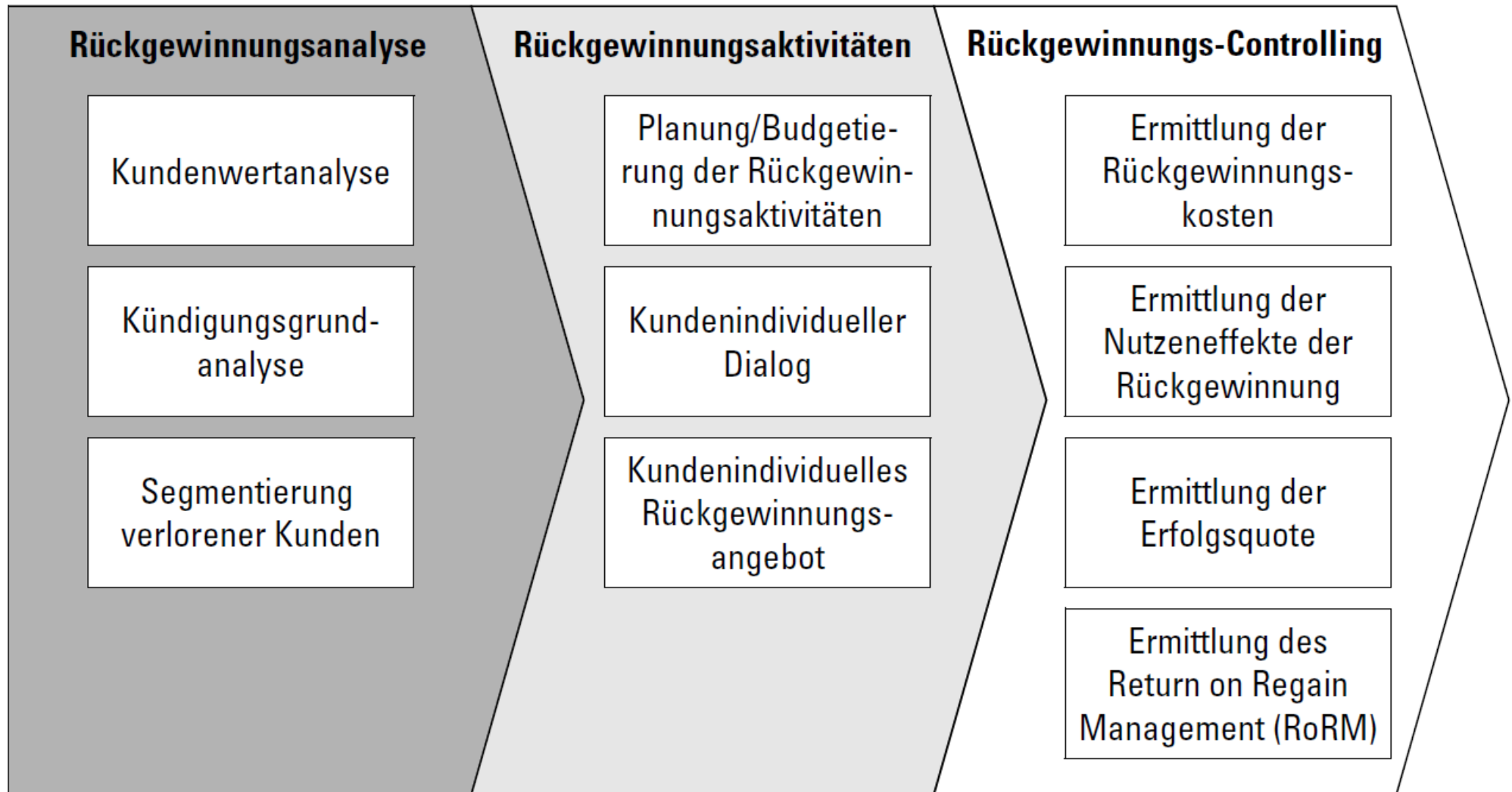
**Stephan Riedweg**  
Head of Customer Retention  
Management



Ergebnis: **20%**  
verhinderte Kündigungen!

# Rückgewinnungsmanagement

## Dreistufiger Prozess: Analyse – Aktivität – Controlling





# Check-out: Take-Aways, Comments, Feedback, Questions?



# Kontakt

## **Dr. Nina Heim**

Dozentin und Projektleiterin

Fachstelle Behavioral Insights & Pricing

Institut für Marketing Management

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Theaterstrasse 7

8401 Winterthur

+41 58 934 68 66

nina.heim@zhaw.ch

<http://www.sml.zhaw.ch/imm>