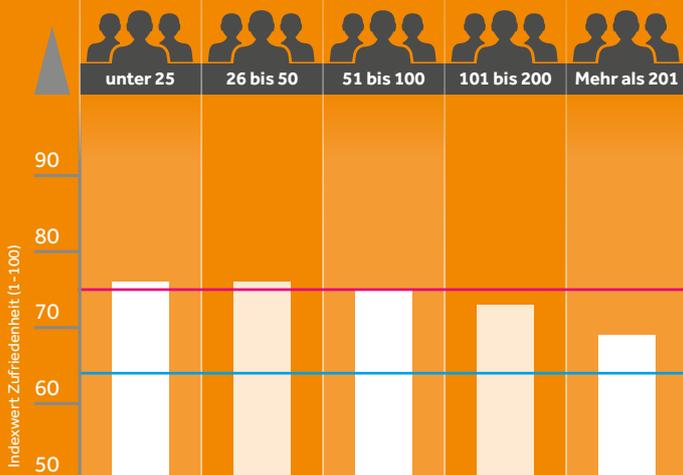
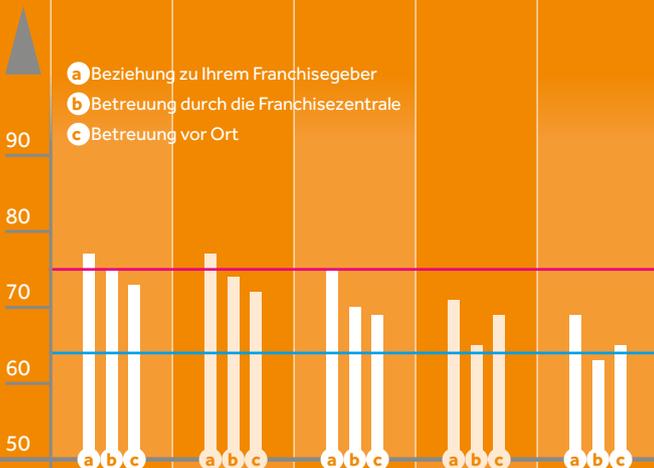


igenda. report 01

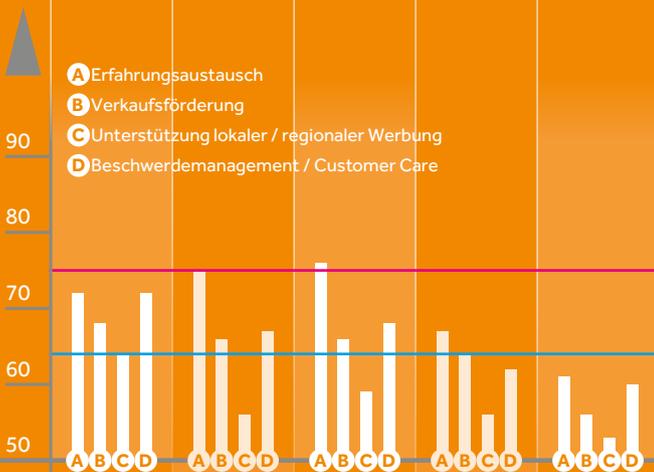
In jeder Ausgabe unseres Fachmagazins beleuchten wir einige Ergebnisse unserer aktuellen Befragungen – als Basis dienen diesmal ca. 80 Partnerbefragungen zur Zufriedenheit, die in den vergangenen zwei Jahren durchgeführt wurden. Insgesamt wurden dabei von uns fast 7.000 Unternehmer/Franchisepartner befragt.



Gesamtzufriedenheit (kognitiv)



Teilzufriedenheiten



Aspekte im Bereich der Leistungen

FAKT 1.1 | Online-Befragung in B2B-Netzwerken führte zu deutlich höheren Teilnahmequoten

Inzwischen findet in Unternehmen der Schriftwechsel praktisch komplett in digitaler Form statt (E-Mail, Intranet etc.). Für die Unternehmer bietet das Online-Ausfüllen auch den Vorteil, dass nicht relevante Fragen erst gar nicht angezeigt werden. Für die höheren Teilnahmequoten ist aber folgender Fakt entscheidend:

Bei einer Partner-Befragung sollten Erinnerungen zur Teilnahme erfolgen mit entsprechend „motivierender“ Ansprache. Online-Systeme bieten hier den Vorteil, nur diejenigen zu erinnern, die noch nicht teilgenommen haben.

FAKT 1.2 | Die Höhe der Teilnahmequote beeinflusste das Ergebnis nicht signifikant

Die Bedeutung für nachfolgende Entscheidungen im System basieren aber auf einer breiteren Basis, das kann nur positiv sein!

FAKT 1.3 | Die Gesamtzufriedenheit in größeren Systemen leicht schlechter, in Teilbereichen deutlich schlechter. (siehe Grafiken links)

— Indexwert Zufriedenheit ab 75: Niveau Gold
 — Indexwert Zufriedenheit ab 64: Niveau Silber/Premium System
 Skala 1-100 ab 92 sehr zufrieden, ab 75 zufrieden, ab 59 eher zufrieden

FAZIT

Kleinere Systeme ermöglichen einen intensiveren und persönlicheren Kontakt, meist direkt vom Geschäftsführer oder sogar Gründer des Systems, zu den Franchisenehmern. Das stärkt auch die Beziehung zwischen Zentrale und Franchisenehmern.

Je mehr Prozesse in wachsenden/größeren Systemen zwangsläufig automatisiert werden, Ansprechpartner wechseln oder es insgesamt „einfach unpersönlicher“ wird, desto mehr sollte die Zentrale auf die Beziehungspflege achten. Digitalisierung ist überlebenswichtig, darf aber die „weichen Faktoren“ nicht ausschließen. Die Zufriedenheit sinkt, die Bindung noch stärker – gemeinsame Ziele werden so nicht mehr effizient verfolgt.

Bei jeder IT-Lösung (Intranet, Wissensmanagement, Bestellwesen) sollten interaktive Elemente genutzt werden, dies darf nicht wegfallen als Feedbacksystem. Die Nutzung von IT-Lösungen dient fast immer der Effizienz und der Kostensenkung, mindert aber auch die Individualität z.B. im regionalen Marketing – das muss kommuniziert werden.

In Kooperation mit F&C