



## Wenn das Bauchgefühl trügt: Kunden(un)kenntnis von Apotheken-Mitarbeitern

Von *IFABS*

Erstellt am 6 Mär 2014 - 06:51

Quelle und Abbildung: <http://ifabsthill.wordpress.com/2014/03/06/wenn-das-bauchgefuehl-trugt-ku...> [1]

Der Meinungs-Spiegel als betriebswirtschaftliches Instrument

Eigen- / Fremdbild-Diskrepanzen zur Kundenzufriedenheit zwischen Personal und Apothekenbesuchern mindern die Erfolgchancen und die Entwicklung bedarfsgerechter Bindungs- und -Gewinnungsmaßnahmen. Bei deutlichen Überschätzungen der Kundenzufriedenheit durch die Mitarbeiter besteht die Gefahr, dass Probleme nicht erkannt und damit auch nicht beseitigt werden, bei deutlicher Unterschätzung können u. U. Maßnahmen zurückgenommen werden, da die Zufriedenheit hierdurch nicht beeinträchtigt wird und die freigesetzten Ressourcen in anderen Bereichen einsetzbar sind.

Das Problem vermeintlicher Kenntnisse

“Wir kennen unsere Kunden!” ist das am häufigsten von Apotheken-Mitarbeitern geäußerte Argument, wenn das Thema “Kundenzufriedenheits-Befragung” angesprochen wird. Und so werden derartige Untersuchungen häufig gar nicht erst durchgeführt. Welche Existenzberechtigung Kundenanalysen haben und wie wichtig es ergänzend ist, hierbei auch die Einschätzung der Mitarbeiter zu ermitteln, zeigt das in der Abbildung dargestellte Beispiel (Skalierung von “-2? = “Absolut unzufrieden” bis “+2? = “Absolut zufrieden”). Aufgeführt sind die zu sieben Aktionsbereichen aggregierten Ergebnisse der Einzelfragen.

Zu viel, zu forsch

Das Apotheken-Team war sich bei seiner Einschätzung der Kundenzufriedenheit sehr sicher, auf einem hohen Niveau positiv bewertet zu werden, die tatsächliche Kundenmeinung weicht jedoch in Teilbereichen sehr weit negativ ab. Vor allem das Verhalten der Mitarbeiter und die Beratungs-Tätigkeit fanden deutlich geringere Beurteilungswerte. Die Ursache hierfür war eine von der Kundschaft als “Hyper-Beratung” empfundene Informationstätigkeit des Personals sowie eine insgesamt als “drängend” empfundene Grundhaltung. Ein periodisches Kundenzufriedenheits-Monitoring ist damit eine Möglichkeit, derartige Diskrepanzen früh genug zu erkennen und ihnen entgegenzuwirken.

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 05:24): <http://www.medkom24.eu/node/18850>

**Links:**

[1] <http://ifabsthill.wordpress.com/2014/03/06/wenn-das-bauchgefuehl-trugt-kundenunkenntnis-von-apotheken-mitarbeitern/>