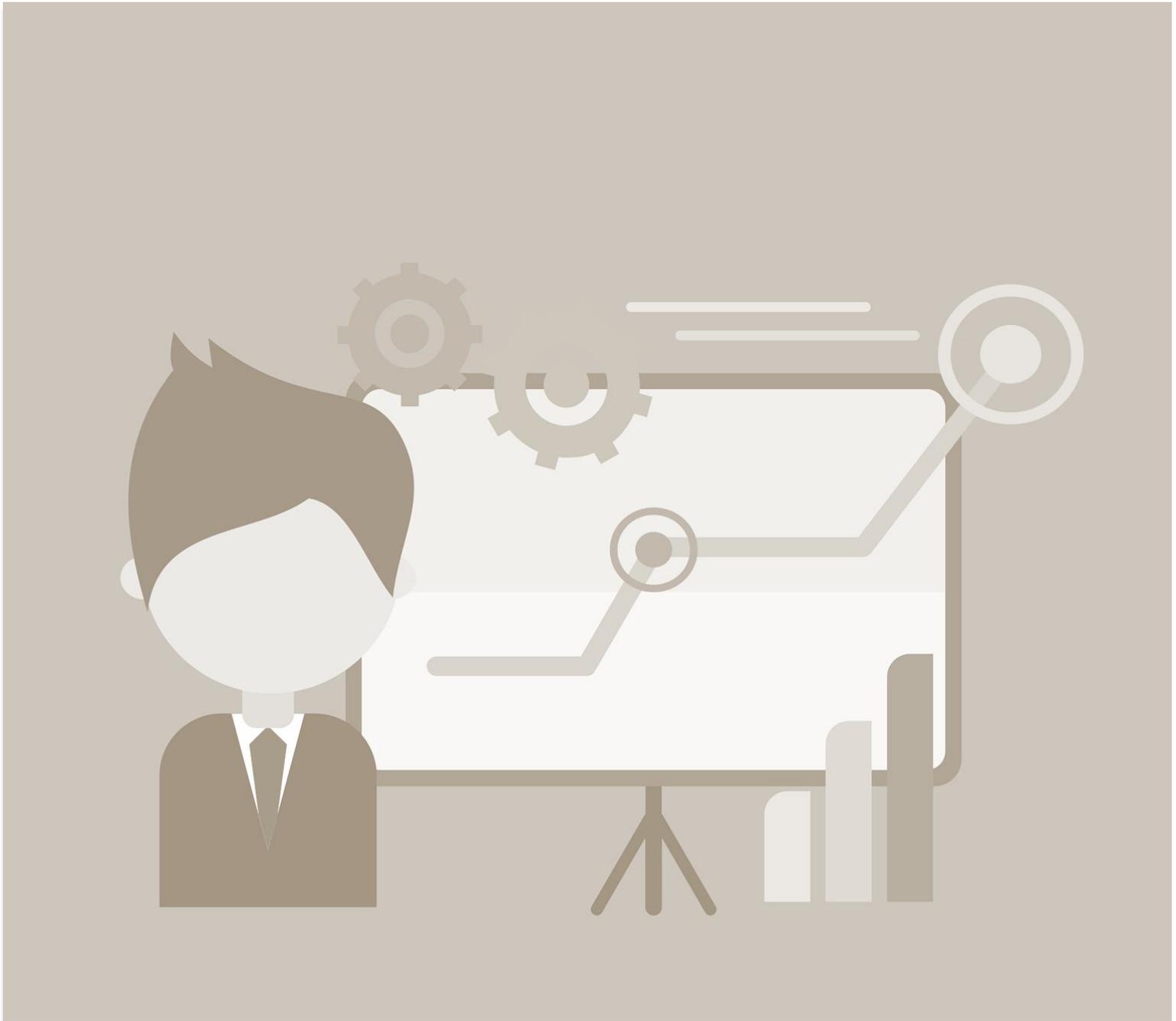


BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

SEPTEMBER 2024



#

MOTIVATION & METHODIK

BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

MOTIVATION

In der heutigen digital vernetzten Welt sind Kundenbewertungen zu einem maßgeblichen Faktor für den Erfolg von Marken geworden. Doch was macht eine Beste Kundenbewertung aus? Es sind nicht nur die Sterne, sondern vielmehr die Emotionen, die hinter jeder Bewertung stehen. Kundenzufriedenheit ist dabei das Herzstück. Wenn Kundinnen und Kunden sich verstanden und wertgeschätzt fühlen, spiegelt sich das in ihren Bewertungen wider. Anbieter, die auf die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden eingehen und somit eine positive Erfahrung bieten, ernten das Vertrauen und die Loyalität ihrer Kunden.

Neben der Kundenzufriedenheit ist Qualität ein weiterer entscheidender Faktor. Kundinnen und Kunden erwarten nicht nur ein Produkt oder eine Dienstleistung, sondern eine Erfahrung, die ihre Erwartungen übertrifft. Sind diese Bedürfnisse erfüllt, endet das in einem Zuwachs des Vertrauens der Kundschaft gegenüber der eigenen Marke. Es bildet die Grundlage für langfristige Beziehungen und positive Bewertungen. Nicht zuletzt sind Weiterempfehlungen ein Zeichen höchster Wertschätzung. Wenn Kunden ihre positiven Erfahrungen teilen und die Marke aktiv weiterempfehlen, ist das die beste Werbung, die ein Unternehmen bekommen kann.

Insgesamt zeigen beste Kundenbewertungen nicht nur die Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung, sie sind ebenfalls ein Gradmesser für emotionale Verbundenheit, Kundenzufriedenheit, Vertrauen und Qualität und beeinflussen maßgeblich die Wahrnehmung und den Erfolg einer Marke.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Beste Kundenbewertung 2024“ zu etwa 12.000 Marken Aussagen in den Bereichen Qualität, Kundenzufriedenheit, Vertrauen, Weiterempfehlung und Emotionalität

BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Die Datenerhebung für das Social Media Monitoring erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst**. Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
 - a. Deutschsprachige Domains (.at- und .ch-Seiten werden ausgeschlossen)
 - b. Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite
2. Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.
3. Damit ist das Quellenset sehr umfangreich.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 



 Blogs

 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

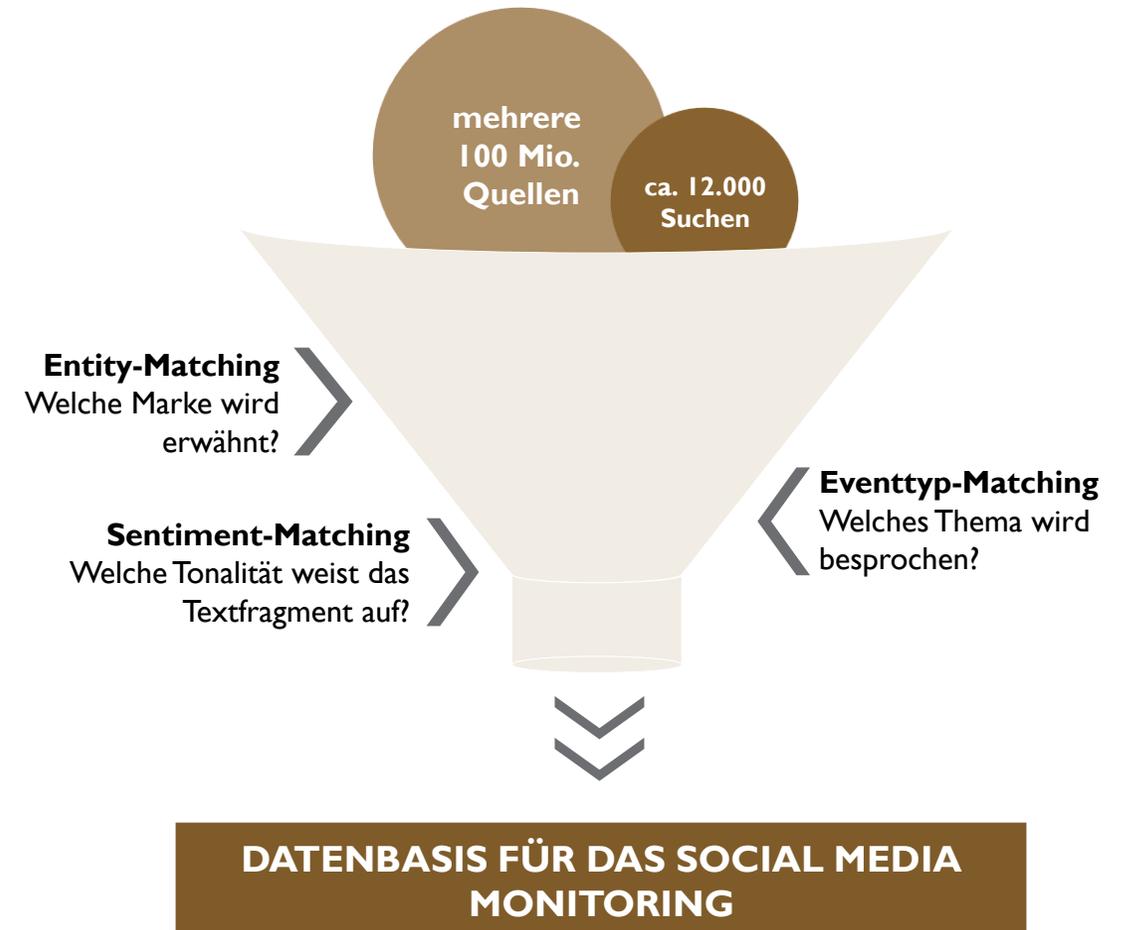
 **Presse-**
mitteilungen

BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

Die zweite Stufe, das sog. Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

1. Der große Datentopf wird dazu von unserem Partner Skaylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
 - a. Welche Marke wird erwähnt?
 - b. Welches Thema wird besprochen? (sog. Eventtyp)
 - c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Die Zuordnung der Erwähnungen zu den jeweiligen Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die Themengebiete breit abbilden und umfassen.
3. Auf der letzten Stufe werden die Erwähnungen mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.



EINSATZ NEURONALER NETZE

Die im Processing verwendete Künstliche Intelligenz kategorisiert die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen die folgenden in dieser Studie verwendet wurden.

Die Darstellung auf der folgenden Folie veranschaulicht die Systematik unseres Modells.

VERWENDETE EVENTTYPEN

Die Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

Qualität: qualitativ, hochwertig, ausgezeichnet, exzellent

Kundenzufriedenheit: Kundenerlebnisse, Service für Kunden, Reklamation / Umtausch, Kundenwertschätzung

Vertrauen: sich darauf verlassen, erwarten, Vertrauen, damit rechnen, Gewissheit

Weiterempfehlung: Weiterempfehlen, anraten, abraten Empfehlung/empfohlen von , empfehlenswert

Emotionalität: bereit, achtsam, begeistert, verärgert, traurig, wütend, überrascht, froh, erstaunt, besorgt

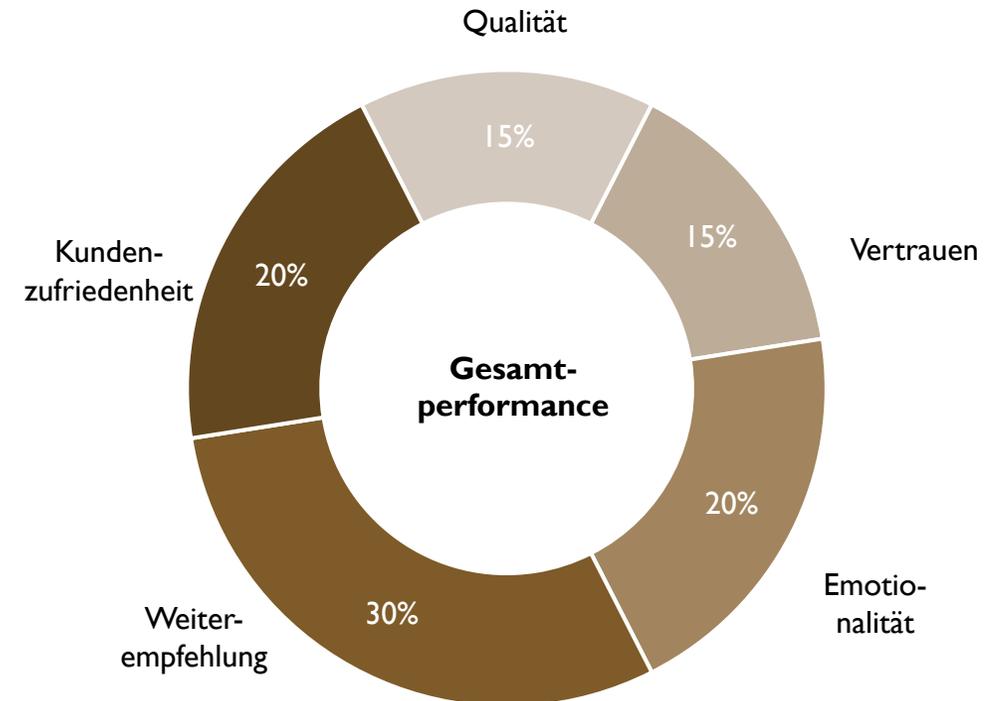
BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance einer Marke.

Die Messung der Performance beruht zu 30 % auf der Bewertung des Eventtypen Weiterempfehlung, zu je 15% auf die Eventtypen Vertrauen und Qualität und zu je 20% auf die Eventtypen Emotionalität und Kundenzufriedenheit.



BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE



Wie werden die Punktwerte ermittelt?

für diese Studie konnten ca. **1,5 Millionen Nennungen** zu etwa **12.000 Marken** innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. April 2022 bis 31. März 2024 identifiziert und zugeordnet werden.**

Zur Berechnung der Punktwerte werden für jede Marke jeweils die Tonalität und die Reichweite berücksichtigt.

Dies erfolgt durch die Ermittlung der Tonalitätssaldi je Eventtyp, die anschließend gewichtet zu einem Gesamttonalitätswert verrechnet werden.

Die Reichweite geht ein durch die Berechnung der Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp. Diese Werte werden gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet.

Diese beiden Werte sind die Basis eines ersten Punktwertes.

Danach werden die Punktwerte für alle Marken branchenbezogen normiert. Die beste Marke jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden branchenbezogen normiert.

Abschließend wird für jede Branche der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Beste Kundenbewertung 2024**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der Sieger erhält **100** Punkte und setzt damit den **Benchmark** für alle anderen untersuchten Marken. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Marken, die überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.





#

KONTAKT

BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

KURZPORTRAIT SERVICEVALUE

Marktforschung

Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung für ansetzende Follow-Up-Prozesse.

Beratung

Erklärtes Ziel unserer Beratungstätigkeit ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes durch optimale Gestaltung von Stakeholderbeziehungen. Wir unterstützen Sie in der Findung und Umsetzung ganzheitlicher Servicestrategien.

Personal- und Organisationsentwicklung

Der Erfolg eines Unternehmens ist im großen Maß abhängig von seiner Führungskultur und dem Engagement und der Bindung der Mitarbeiter. ServiceValue unterstützt Sie bei der Analyse von Potenzialen und Handlungsfeldern. Darüber hinaus begleiten wir Sie bei Veränderungsprozessen und der Entwicklung einer mitarbeiter- und serviceorientierten Führungskultur.



BESTE KUNDENBEWERTUNG 2024

KONTAKT



Herausgeber der Studie

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61

Fax: +49 221 67 78 67 99

E-Mail: Info@ServiceValue.de

www.servicevalue.de

Wissenschaftspartner

IMWF GmbH

Vermarktungspartner

F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH

Pariser Straße I
60489 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 11 33

Fax: +49 69 75 91 80 11 33

E-Mail: Info@faz-institut.de

www.faz-institut.de