

Kundenparlament Ein Dialog-Design klärt Bedürfnisse

Das sogenannte Kundenparlament ist ein moderierter Dialog zwischen einem Unternehmen und dessen Kunden.

Die Bezeichnung Kundenparlament lehnt sich an die parlamentarischen Prinzipien an, aufgrund deren die Vertreter des Volks das Rechtssystem eines Staates gestalten. Auch im Kundenparlament gibt es „Ausschüsse“ und „Anträge“ der Kunden, die zur Abstimmung gebracht werden und konkrete Anregungen, wie die Kundenbeziehung verbessert werden könnte, enthalten.

Wann sind Kundenparlamente sinnvoll? Wenn Organisationen den Kundenfokus zu sehr aus den Augen verloren haben bzw. die Kundenbeziehung nachhaltig verbessern möchten.

Was kann mit Hilfe eines Kundenparlaments erzielt werden? Das Kundenparlament ist hervorragend geeignet, die Organisation hinsichtlich der Bedeutung ihrer Kunden zu sensibilisieren und ihr wertvolle Rückmeldungen in Form von Anregungen und Erwartungen zu liefern.

Wie gestaltet sich ein Kundenparlament? Vorbereitung: Nach der Identifizierung der wichtigsten Kundenbeziehungen werden mit einer Vorbereitungsgruppe die einzuladenden Kundenvertreter ausgewählt.

Durchführung: Am Workshop nehmen neben den Kunden Vertreter der einladenden Organisation als „Reporter“ und „Beobachter“ teil. Die Moderatoren

führen als „Parlamentspräsidenten“ durch das Programm.

1) Eröffnung der Parlamentssitzung: Nach einer kurzen Einführung und Klärung der Ziele, der Rollen und des Ablaufs stellen sich die Vertreter der Kunden und der Organisation gegenseitig vor.

2) Rückmeldung der Kunden bezüglich ihrer Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit und den Leistungen bzw. Produkten. Die Kunden geben eine Gesamtnote und beschreiben, was gut bzw. weniger gut bewertet wird.

3) Die Kunden tauschen sich (in Themenkreisen, „Ausschüssen“) darüber aus, was in der Kundenbeziehung verbessert werden kann, und formulieren diesbezügliche Anträge.

4) Die Anträge werden von den Ausschüssen an das Parlament kommuniziert.

5) Während einer kurzen Pause bereiten sich die „Reporter“ gemeinsam mit den „Beobachtern“ auf die anschließende – in Form von Interviews gestaltete – Fragerunde vor.

6) Nun haben etwa drei bis vier „Reporter“ Gelegenheit, noch offene Fragen aufzuwerfen und ein klares Bild hinsichtlich der Anträge zu erlangen. Sowohl die „Parlamentspräsidenten“ als auch die „Beobachter“ dokumentieren das Gesagte.

7) Im nächsten Schritt wird das weitere Prozedere erläutert: Der Bericht an das Unternehmen wird vor der Veröffentlichung von den Kundenvertretern genehmigt. Die Unternehmung wertet die Anträge aus und leitet Maßnahmen ein, die zu einer Verbesserung der Kundenbeziehung führen sollen. Auch ein Follow-up, in dem bestimmte Aspekte der Anträge mit den Betroffenen in der Organisation und mit den relevanten Kunden näher bearbeitet werden, ist denkbar.

8) Nach einer kurzen Schlussrunde dankt die Organisation den Kunden für die Bereitschaft zur Teilnahme und verabschiedet sie.

Nachbereitung: Die Organisation reflektiert das Geschehen im Kundenparlament und leitet die notwendigen Konsequenzen ein. Der „Artikel“ der „Journalisten“ dient der internen und externen Kommunikation. Kunden werden von den weiteren Aktivitäten und Maßnahmen zeitnah informiert. Meist stellt das Kundenparlament den Ausgangspunkt für einen weiteren Prozess zur Verbesserung der Kundenbeziehung dar.

Ulrich Königswieser, Gesellschafter von K&N