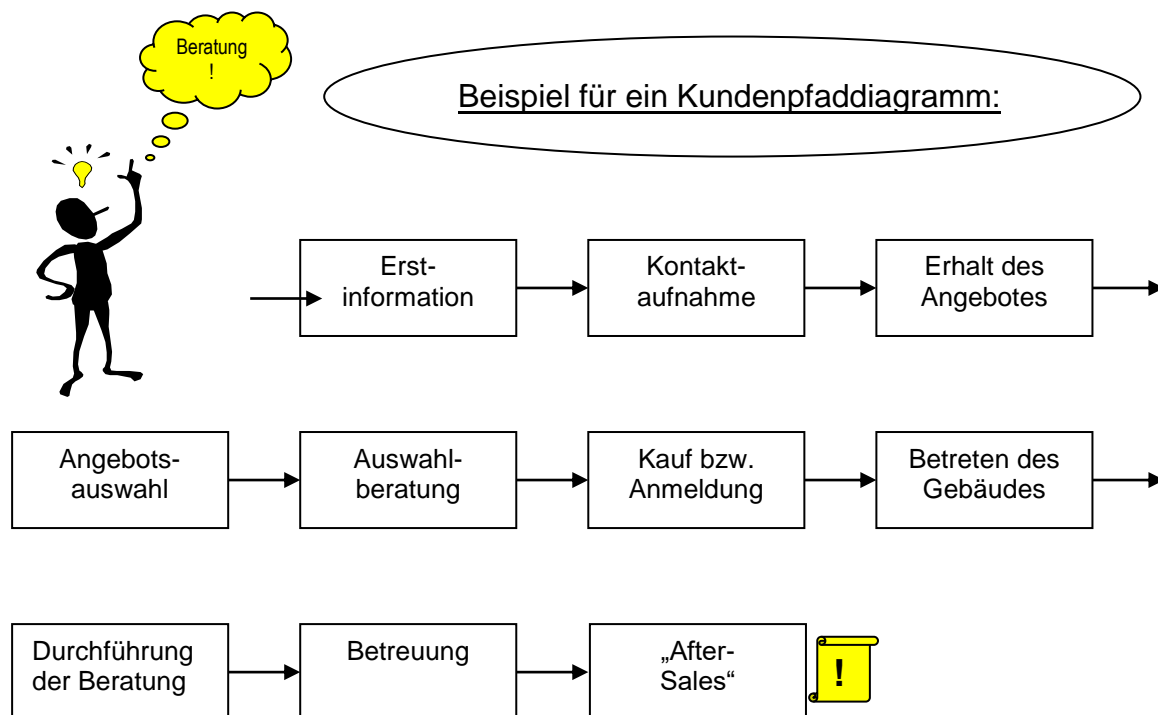


## QB 10 Qualitätswerkzeug: Kundenpfaddiagramm

KQB / März 2017

### 1. Was ist ein Kundenpfaddiagramm?

Kundenpfaddiagramme sind eine Rekonstruktion der Stationen, die ein Kunde bei der Inanspruchnahme der Organisationsleistung tatsächlich durchläuft oder zumindest durchlaufen könnte – von der Erstinformation bis zur Nachbetreuung.



Der »Beratungs-Weg«, gemeint ist hier der Weg zur und durch die Beratungsorganisation, beginnt für den Kunden mit einem – vielleicht zunächst sogar noch unspezifischen – *Bedürfnis, sich zu beraten*:

- Dadurch wird er für allgemeine Werbungen, Ankündigungen, Bekanntmachungen von Beratungsanbietern sensibel, z.B. für Plakatierungen, Annoncen oder Werbeflächen Zeitschriften oder U-Bahnen. Hierdurch erhält der zukünftige Kunde eine *Erstinformation* über den Anbieter.

- Nun wird der Beratungsinteressierte aktiv, und es kommt zur einer ersten Kontaktaufnahme mit dem Beratungsanbieter,
- von dem er im Anschluss möglicherweise ein Angebotsspektrum oder ein Angebot zugeschickt bekommt.
- Aus diesem Angebot wählt der Beratungsinteressierte aus.
- Dabei nimmt er eine erste Auswahlberatung in Anspruch.
- Anschließend meldet sich der Beratungsinteressierte zu einer spezifischen Beratung an, d.h. er wird durch den Kauf zu einem realen Kunden der Beratungsorganisation.
- Am Tag des Beginns macht sich der Kunde auf den Weg zum Ort der Beratungsmaßnahme, der möglicherweise nicht identisch ist mit dem Ort der Anmeldung. Hier betritt er das entsprechende Gebäude und muss sich orientieren.
- Der Beratungsprozess beginnt mit dem ersten Beratungstermin, an dem der Beratungsinteressierte in einer spezifischen Weise empfangen wird.
- Im Verlauf der Beratung braucht der Ratsuchende wahrscheinlich eine unterstützende Betreuung.
- Möglicherweise wird der ehemalige Kunde über andere oder neue Angebote der Beratungsorganisation informiert, d.h. es gibt auch nach Abschluss des erworbenen Beratungsangebotes („After-Sales“) Kontakte seitens des Beratungsanbieters oder Maßnahmen der Kundenpflege.

Den Weg des Kunden von dem Bedürfnis nach Beratung bis zum Abschluss der Beratung so einfach wie möglich zu machen, ist der Sinn der Rekonstruktion des Kundenpfaddiagramms. Auf allen Stationen des Kundenpfads kann die Beratungsorganisation ihrem Kunden Hilfe anbieten, d.h. mit **Kundenkommunikationsverfahren** seinen »Beratungs-Weg« unterstützen und vereinfachen.

## 2. Wie arbeitet man mit dem Kundenpfaddiagramm?

### 1. Erstellung des Kundenpfaddiagramms

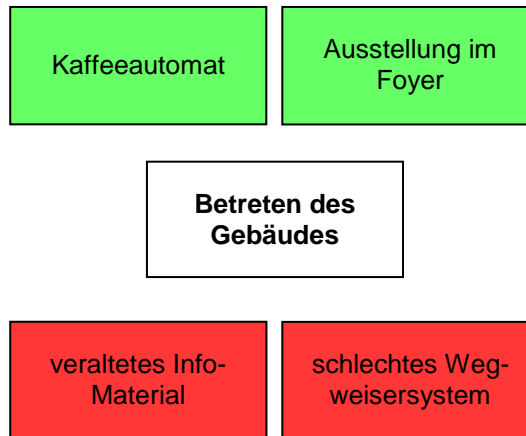
- 1.1. Stellen Sie sich gedanklich auf den Standpunkt eines potenziellen Neukunden, der zwar eine Entscheidung zu einer Beratung im Prinzip getroffen, aber noch nie eine Dienstleistung Ihrer Organisation in Anspruch genommen hat.
- 1.2. Rekonstruieren Sie alle Stationen aus der Perspektive dieses Beratungsinteressierten vom Aufkommen des ersten Bedürfnisses nach Beratung bis zur Kundenpflege nach dem Abschluss der Beratung. Gehen Sie durchaus kleinteilig vor, d.h. überlegen Sie jeden einzelnen Schritt, den ein Beratungsinteressierter gehen muss. Sie können auch den Weg zum Veranstaltungsort und zurück ausweisen, weil auch der nicht immer bekannt sein dürfte. Bringen Sie alle Stationen in eine chronologische Reihenfolge.

### 2. Sammeln und bewerten Ihrer Kundenkommunikationsverfahren

- 2.1. Nun wechseln Sie in Ihre gewohnte Perspektive als Beratungsanbieter und beschreiben für jeden einzelnen Schritt, was Sie als Unterstützung des Kunden an dieser Stelle anbieten.

- 2.2. Bewerten Sie Ihre jeweiligen Kundenkommunikationsverfahren nach a) gut und ausreichend sowie b) weniger gut, verbesserungsbedürftig.

Beispiel: Was erlebt der Kunde beim Betreten des Gebäudes?



### 3. Optimieren der Kundenkommunikationsverfahren

- 3.1. Sammeln Sie für jede Station des Kundenpfades Ideen, durch welche Maßnahmen und Verfahren man den »Beratungs-Weg« des Kunden noch besser unterstützen kann.
- 3.2. Entscheiden Sie schließlich, welche Kundenkommunikationsverfahren Sie bei welcher Station in welcher Weise verbessern bzw. welche neuen Verfahren Sie einführen wollen.