

Mitarbeiter- und Kundenbefragung

Edmund Görtler, Doris Rosenkranz

ISBN 3-446-40560-7

Inhaltsverzeichnis

Weitere Informationen oder Bestellungen unter
<http://www.hanser.de/3-446-40560-7> sowie im Buchhandel

Inhalt

1	Einleitung	5
2	Zielsetzung	10
2.1	Mitarbeiterbefragung	11
2.2	Kundenbefragung	14
3	Organisation der Befragungen	18
3.1	Grundgerüst einer Befragung	19
3.2	Planung und Vorbereitung	28
3.3	Umgang mit Widerständen und Problemen	33
3.4	Finanzierung	37
3.5	Durchführung der Befragung	40
3.6	Rechtliche Rahmenbedingungen und Datenschutz	44
4	Methodische Grundlagen	51
4.1	Datenerhebung	51
4.2	Auswahl einer geeigneten Methode	63
4.3	Themen und Inhalte der Befragungen	68
4.4	Dauer und Zeitpunkt der Erhebung	80
4.5	Rücklauf und Ausfälle	81
4.6	Datenanalyse	88
4.7	Ergebnispräsentation und Handlungs- empfehlungen	96
5	Spezifische Arten der Mitarbeiterbefragung	103
5.1	Motivationsanalysen	103
5.2	Regelmäßige Wiederholung der Befragung	108

6	Spezifische Arten der Kundenbefragung	112
6.1	Analyse der Kundenwahrnehmung und Kundenmonitoring	112
6.2	Imageanalysen	115
7	Umsetzung und Evaluation	120
7.1	Umsetzung der Ergebnisse	120
7.2	Evaluierung der Maßnahmen und Erfolgs- kontrolle	122
8	Erfolgsfaktoren einer Mitarbeiter- und Kundenbefragung	125
	Literatur	126
	Forschungsinstitute (Auswahl)	127
