



Citroen / Der Händlerverband der französischen Marke misst die Zufriedenheit der Händler mit dem Importeur.

Spieß umgedreht

VON DORIS PLATE

Mit ihren Kundenzufriedenheitsumfragen nerven die Hersteller und Importeure oftmals ihre Händler. Die Anforderungen sind hoch. Der Druck der Hersteller, Kundenzufriedenheit nach deren Vorstellungen und Standards umzusetzen und nicht gemäß den regionalen und individuellen Bedürfnissen und Vorstellungen des Unternehmers vor Ort, ist immens.

Die Hersteller vergessen dabei allerdings meistens, dass ihr wichtigster Kunde der Händler ist. Händlerzufriedenheit müsste daher ihr oberstes Ziel sein. Der Verband Deutscher Citroen-Vertragspartner (VDC) hat deswegen jetzt den Spieß umgedreht und misst die Zufriedenheit der Händler mit dem Importeur mit Hilfe des Citroen-Dealer Satisfaction Report.

Der C-DSR ist ein online gestütztes Umfrageportal, in dem die Händler jedes halbe Jahr aufgefordert werden, ihre Meinung zu

sagen. Per E-Mail erhalten sie ihre Einladung mit den Zugangsdaten. Die Fragen sind dabei genauso konzipiert wie die Kundenzufriedenheitsumfrage „EQC“ des Importeurs. Erfasst wird die Citroen Deutschland AG als Gesamtunternehmen, alle Abteilungen und die Citroen Bank.

Gleiche Leistungsanforderungen

Der Händlerverband will damit erreichen, dass Citroen sich an denselben Leistungsanforderungen messen lässt wie die Händler. Der Grad der Erfüllung sollte ebenfalls derselbe sein. Die Händler können sich im C-DSR anonym und geschützt äußern und neben ihrer Abstimmung auch Kommentare abgeben.

Um die Akzeptanz zu erhöhen, hat der VDC im Vorfeld Citroen die Möglichkeit gegeben, an der Zusammenstellung der Fragen mitzuwirken. „Diese Chance hat der Importeur genutzt und sogar noch Fragen dazu gewünscht, die zum Teil aufgenommen werden konnten“, erläutert VDC-Geschäftsführer Patrick Kaiser.

Mittlerweile liegt das Ergebnis der ersten Umfrage für das erste Halbjahr 2008 vor. „CDAG zeigte großes Interesse an den Ergebnissen des C-DSR und es wurden auch schon die ersten Maßnahmen angekündigt“, berichtet VDC-Präsident Ralph J. Häusler. Der VDC rechnet noch vor der Mitgliederversammlung des Verbands im November mit weiteren verwertbaren Umsetzungen durch den Importeur.

„Der C-DSR kann deshalb als voller Erfolg für die Händler und auch für den Importeur gewertet werden“, ziehen Präsident und Geschäftsführer des VDC eine erste Bilanz. Sie berichten darüber hinaus, dass auch die Händlerverbände anderer Fabrikate wie zum Beispiel Mitsubishi, Jaguar/Land Rover und Volvo das Online-Umfrageportal nutzen wollen. Außerdem haben Kollegen aus anderen europäischen Ländern Interesse bekundet. Patrick Kaiser steht für Rückfragen zum C-DSR zur Verfügung. ■

Info: www.citroen-partner.eu



Patrick Kaiser, Geschäftsführer des VDC: „C-DSR erfüllt den lang gehegten Wunsch der Händler, als Kunde betrachtet zu werden.“



Ralph J. Häusler, Präsident des VDC: „C-DSR ist ein voller Erfolg für Citroen und die Händler.“