

Pressemitteilung: Unternehmensstory

Köln, den 08.12.2006

5 Jahre mysteriöse Aufträge in 25 Ländern

Die Unternehmensberatung comcheck hat sich darauf spezialisiert, die Qualität des Kundenkontakts seiner Auftraggeber mit dem Instrument Testkauf zu überprüfen sowie durch Beratung zu steigern.

Im Sommer 2001 in Köln gegründet, wurden seitdem für Unternehmen unterschiedlichster Größe und Branchen Testkaufprojekte in 25 Ländern auf dem europäischen, amerikanischen, australischen und asiatischen Markt durchgeführt.

Ausgesuchte Testkunden werden beauftragt das jeweilige Unternehmen anonym zu kontaktieren und das Erlebte anschließend zu dokumentieren bzw. zu bewerten. Dabei wird vom jeweiligen Auftraggeber sowohl der Kontaktkanal (z.B. persönliches Erscheinen in einem Verkaufsraum, Telefon, E-Mail, Fax, Brief) als auch die vorgebrachte Thematik definiert. Übliche Themen sind dabei z.B. Informationsanfragen, Verkaufsberatung, Beschwerde oder Produktsupport.

Da die Testkäufer sich wie gewöhnliche Kunden verhalten, erlebt man so ungeschminkt den Kundenalltag im untersuchten Unternehmen. Gegenüber der Kundenbefragung bietet diese Methodik vor allem die Vorteile, dass man ausgesuchte Kriterien gezielt überprüfen und von bezahlten und motivierten Testkunden objektiv bewertet lassen kann, ohne auf eine Außensicht zu verzichten.

Im Vordergrund steht dabei aber nicht die Kontrolle der Mitarbeiter, sondern der konstruktive Ansatz der Verbesserung zum Wohl aller Beteiligten, denn eine optimierte Kunden-, Prozess- und Verkaufsorientierung verbessert die Kundenzufriedenheit und natürlich auch die Wettbewerbsposition des Unternehmens.

"Weil Aktion immer besser ist als Reaktion, fühlen wir uns vor allem der Prävention sowie dem strategischen Einsatz der Maßnahmen verpflichtet." erläutert der geschäftsführende Gesellschafter Dipl.-Kfm. Christian Hogertz den Ansatz von comcheck. "Faszinierend am Thema "Testkauf" sind für mich vor allem die unbegrenzten Einsatzmöglichkeiten (Branchen, Spielarten, Themen, Prioritäten), die oftmals überraschenden Ergebnisse der Tests (Unterschied zwischen Theorie und Praxis), sowie die Effizienzgewinne (Umsatz- und Kostenoptimierungen), die durch die Analyse der Prozesse aufgrund der Testergebnisse selbst bei "prominentesten" Unternehmen erzielt werden kann." so der Gründer von comcheck.

Nicht zuletzt die eigenen Studien machte die Presse auf comcheck aufmerksam. Besonders die Studie zum Bundeswahlkampf 2005, in der die Reaktionen der verschiedenen Parteien auf Wähleranfragen vor der Wahl getestet wurde, war ähnlich beachtet, wie die Dokumentation bei den ZDF.reportern, die ein Testkaufprojekt inkl. anschließender Schulung mit der Kamera begleiteten.

"Unser Dank gilt unseren treuen Klienten, aber auch unseren vielen zuverlässigen Testerkunden, ohne die diese Betrachtung nicht möglich wäre", so Christian Hogertz.