

Weiter im Test

Streng subjektiv! Nach dem erfolgreichen Start der Serways Pilotstandorte beginnt jetzt eine weitere Testphase. Nun stehen die ersten Erfahrungen der Kunden mit der neuen Marke auf dem Prüfstand. So genannte „Standort-Clinics“ sind der nächste Schritt im Testdesign Qualitätsmanagement für Serways. Auch hier unterstützt uns das Institut psychonomics.

Biotic.walks: psychologische Standortbegehungen. Mit den psychologischen Standortbegehungen, den biotic.walks, bietet psychonomics eine Untersuchungsmethode an, die zur Überprüfung unserer neuen Marke Serways prädestiniert ist; denn sie wurde speziell zur Analyse des unmittelbaren Kundenerlebens und -verhaltens bei Kauf und Nutzung von Produkten und Medien entwickelt.

1. Die Live-Situation – lautes Denken. Die Untersuchungsmethode gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil, der „In-vivo-Situation“, wird die Testperson bei Ihrem geplanten Raststättenbesuch beobachtet. Dabei soll sie „laut denken“ bzw. ihre Handlungen wie im Gespräch mit einem guten Freund kommentieren. Der Interviewer beobachtet nur passiv, macht sich Notizen, greift aber nicht ein.

2. Das Interview – Gedanken im Nachhinein. Im anschließenden Kurzgespräch werden die beobachteten Wahrnehmungen gemeinsam reflektiert. Nun dominieren das bewusste Nachdenken und die Diskussion. Proband und

Interviewer lassen das Geschehene gemeinsam Revue passieren: „Als Sie das und das getan haben, ... haben Sie sofort näher hingesehen ... Was haben Sie da gedacht ...?“. Unter Zuhilfenahme der Anlagenpläne erfragt der Interviewer Wahrnehmung und Wirkung aller relevanten Markenelemente im Detail und im Gesamtkontext.

Viele Fragen – ein Ziel: Kundenzufriedenheit. Wie wird die Tankshop-Steile, wie das Eingangsportal erlebt? Wird der Hinweis auf die Raststätte und die Systemgastronomiemarken bemerkt? Wird die Begrüßung (durch Pächterfoto) und der Hinweis auf den Service (lächelnder Mund) registriert? Werden die Gerichte und Angebote wahrgenommen und als Kaufanreiz empfunden? Wird die Freeflow als ein Bereich mit einem Markennamen (Gusticus) erkannt? Wird das POS-Radio inkl. der Durchsage gehört und wie wird es beurteilt? Fällt die Berufskleidung positiv auf? Ferner finden qualitative Aspekte wie z. B. die Atmosphäre Berücksichtigung. Am Ende des Interviews interessiert vor allem der Gesamteindruck, den der Kunde von Serways hat. Die Auswertung dieser Befragungen zum Markenerlebnis aus Kundensicht wird uns wichtige Aufschlüsse über die Frage geben. Wie soll sich Serways in Zukunft weiterentwickeln?

Almut Leitner
Abteilungsleiterin Qualitätsmanagement
almut.leitner@tank.rast.de

Kundenbefragung vor Ort

Um von möglichst vielen Kunden Meinungen einzufangen, haben wir an den Pilotstandorten zusätzlich Aufsteller errichtet, an denen jeder Kunde auf einer Karte mit Ankreuzfragen seine Meinung zu Serways sofort mitteilen kann.

Neugierig!
sind wir auf Ihre Meinung.



Nehmen Sie uns unter die Lupe.
Wie gefällt Ihnen Serways als neuer Partner auf der Autobahn?
Antworten Sie einfach und bequem mit der Fragekarte.
Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen. Sie helfen Sie uns Service und Angebot weiter zu optimieren.

Nehmen Sie uns unter die Lupe.



1. Karte ziehen.
2. Karte ausfüllen.
3. Karte einwerfen.

Vielen Dank!