

## Bewerbung als Top 100 Akustiker 2017/2018

Unternehmensdaten		
Firma		
Straße		
PLZ/Ort		
Telefon		
Fax		
Mail		
Internet		
Ansprechpartner für dieses Projekt		
Unternehmensstruktur		
Sortiment	<input type="checkbox"/> Hörsysteme	<input type="checkbox"/> Hörtraining
	<input type="checkbox"/> Eigenes Otoplastiklabor	<input type="checkbox"/> Tinnitus
	<input type="checkbox"/> Pädakustik	<input type="checkbox"/> Sonstiges:
	<input type="checkbox"/> Optik	
Anzahl Filialen		
Anzahl Mitarbeiter		
Jahr der Unternehmensgründung/-Übernahme		
Inhaber		

# 1. Geschäftsgestaltung

## 1.1 Gibt es ein einheitliches Erscheinungs- und Firmenbild nach Innen und Außen? (Logo, Hausfarben, Briefpapier)

- Ja, einheitliches Logo auf Briefpapier, Visitenkarten, im Werbeauftritt
- Nein

## 1.2 Was bieten Sie Ihren Kunden, um ihnen den Besuch Ihres Geschäftes zu erleichtern? (z.B. Kundenparkplätze, Parkgeld-Erstattung usw.)

- Eigene Kundenparkplätze
- Behindertenparkplätze vor der Tür
- Parkgelderstattung
- Taxizuschuss
- Hausbesuche
- Hol-/Bringservice
- Sonstiges: *(Bitte notieren)*

## 1.3 Wie ist Ihr Hörakustik-Geschäft zugänglich?

- Mehrere Stufen
- Eine kleinere Stufe
- Ebenerdig oder mit stufenergänzender Rampe (Rollstuhl/Kinderwagen)
- Ebenerdig, zusätzlich noch automatische Türöffnung
- Andere Ebene mit Fahrstuhl
- Andere Ebene ohne Fahrstuhl

## 1.4 Falls Sie Stufen haben, wie sorgen Sie dafür, dass gehbehinderte Menschen Zugang zu Ihrem Geschäft erhalten? Wie unterstützen Sie z. B. Rollstuhlfahrer/innen?


**1.5 Wodurch wirkt Ihr Geschäft besonders einladend? ? (z. B. roter Teppich, Floorwindo, Blumen im Eingang...Bitte notieren )**


**1.6 Wie informieren Sie Ihre Kunden bereits im Schaufenster über Ihre Ware? (z.B. Material, Zweck...)**


**1.7 Wie stellen Sie sicher, dass für die Kunden, die Ihr Geschäft betreten, immer ein Ansprechpartner im Geschäft sichtbar ist?**


**1.8 Angenommen, alle Mitarbeiter sind bereits in einem Kundengespräch. Wie gehen Sie mit einem neu hinzukommenden Kunden um?**

*(Beschreiben Sie Ihre Vorgehensweise bitte möglichst genau)*


**1.9 Wann wurde Ihr Geschäft zuletzt einem Facelift unterzogen, d.h. dem Kunden ein neues frisches Erscheinungsbild geboten, es muss nicht ein kompletter Umbau gewesen sein? Was wurde geändert?**

<input type="checkbox"/> Innerhalb der letzten 2 Jahre <i>(Bitte notieren was)</i>	
<input type="checkbox"/> Zwischen 3 und 5 Jahren <i>(Bitte notieren was)</i>	
<input type="checkbox"/> Länger als 5 Jahre her <i>(Bitte notieren was)</i>	

**1.10 Verfügt Ihr Geschäft über einen speziellen Wartebereich? Wenn ja, wie ist dieser gestaltet?**

<input type="checkbox"/>	Ja, es gibt einen speziellen Wartebereich
	Wenn ja, wie ist der Wartebereich gestaltet:
<input type="checkbox"/>	Nein, es gibt keinen speziellen Wartebereich

**1.11 Wie sorgen Sie dafür, dass der Kunde einen möglichst großen Erlebniswert beim Besuch erfährt? Was tun Sie, damit Ihr Kunde sich wohl fühlt? Wie gestalten Sie die Wartezeit für Ihre Kunden möglichst angenehm?**

**Bitte listen Sie alles auf, was Sie Ihren Kunden/Nichtkunden neben Fachkompetenz und einem umfangreichen Beratungsgespräch bieten.**


**1.12 Wie gehen Sie mit Angehörigen und Begleitpersonen Ihrer Kunden oder auch mit begleitenden Kindern und Hunden um?**  
(Bitte möglichst genau beschreiben)


**1.13 Jetzt einige Fragen zu Ihrer/Ihren Anpasskabine/n:**

Wie viele Anpasskabinen haben Sie in Ihren Geschäftsräumen? (Bitte Anzahl eintragen)			
Bieten Sie Ihren Kunden bei der Messung oder Anpassung in den Anpasskabinen zusätzliche Informationen, Einblick in die Hörkurve usw., kurz: bieten Sie eine entsprechende „Show“? (Bitte kreuzen Sie an und <b>beschreiben</b> Sie, was Sie bieten!)	<input type="checkbox"/>	Ja, und zwar:	<input type="checkbox"/> Nein
Platz für Begleitpersonen in der/den Kabine/n? (Bitte kreuzen Sie an)	<input type="checkbox"/>	Ja	<input type="checkbox"/> Nein

**2. Kundendaten und -informationen**

**2.1 Werden im und/oder außen am Geschäft den Kunden Ihre Leistungen und Ihr Service gut sichtbar erklärt bzw. angeboten?**

<input type="checkbox"/> Nein
<input type="checkbox"/> Ja, bereits vorhanden Wie?

**2.2 Tragen Sie in Ihre Kundendatei weitergehende relevante Merkmale des Kunden ein, wie z. B. Hobbys, spezielle Höranforderungen, etc.?**

- Nein
- In Vorbereitung
- Ja, bei einigen Kunden
- Ja, immer und bei allen Kunden

**2.3 Nutzen Sie diese Informationen zur Kundenbindung?**

- Nein
- Ja, und zwar folgendermaßen:

**2.4 Wie ist sichergestellt, dass die Auftragsverfolgung schnell und reibungslos funktioniert?**


**2.5 Wie gewährleisten Sie, dass Kundendaten schnell verfügbar sind und ein Kunde auf jeden Fall eine kompetente Auskunft erhält, auch wenn der zuletzt zuständige Berater nicht im Haus ist?**


**2.6 Wie informieren Sie Kunden und wie verhalten Sie sich bei durch SIE verursachte Terminverschiebungen?**


**2.7 Wie und wo kommunizieren Sie Ihre Serviceleistungen?**


**2.8 Haben Sie eine Internetpräsenz?**

<input type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Ja, und zwar: <i>(Bitte Domain eintragen)</i> ..... ..... → Wenn ja, wie häufig aktualisieren Sie sie? ..... .....

**2.9 Machen Sie Werbung für Ihr Geschäft und Ihre Leistungen (Ware, Service, Image etc.)?**

<input type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Ja, selten bis gelegentlich maximal 5x im Jahr und zwar: <i>(Bitte notieren)</i> ..... ..... .....
<input type="checkbox"/>	Ja, regelmäßig mindestens 6x im Jahr und zwar: <i>(Bitte notieren)</i> ..... ..... .....

**2.10 Führen Sie auch Verkaufsförderungsaktionen im oder am Geschäft durch, wie z. B. Kundeninfoabend, Vorstellung von Messeneuheiten, Events, Straßenfest,??**

<input type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Ja, und zwar: <i>(Bitte notieren)</i> ..... ..... .....

**2.11 Wie informieren Sie Ihre Mitarbeiter über laufende Aktionen, Werbemaßnahmen und Angebote?**


**2.12 Gibt es einen langfristigen Werbeplan oder Marketing-Plan, in dem die Aktionen konkret geplant werden?**

- Ja und zwar für folgenden Zeitraum:.....
- Nein, wir planen von Aktion zu Aktion, je nach Notwendigkeit oder Lust

**2.13 Welches Werbemedium setzen Sie regelmäßig ein?**

- Zeitungsanzeigen
- Prospekte/Beilagen
- Kundenbriefe
- Aktionen im Geschäft/am Standort
- Sonstige: .....
- Gar keine

**3. Marktorientierung**

**3.1 Werden Befragungen zur Erfassung der Verbrauchermeinung und zur Kontrolle des eigenen Images durchgeführt?**

- Nein, noch nicht
- Ja, zuletzt im Jahre.....

**3.2 Wissen Sie, wie viele Hörgeräte im Jahr (in Ihrem Markt/Gebiet) verkauft werden? Kennen Sie das Marktpotential an Ihrem Standort?**

- Nein
- Ja, selbst geschätzt/eigene Ermittlung
- Ja, durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre .....

**3.3 Ist Ihnen Ihr eigener Marktanteil und der Ihrer Wettbewerber bekannt?**

- Nein
- Ja, selbst geschätzt/eigene Ermittlung
- Ja, durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre .....



**3.4 Kennen Sie den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens in Ihrem Markt, in Ihrem Einzugsgebiet?**

- Nein
- Ja, selbst geschätzt/eigene Ermittlung
- Ja, durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre .....

**3.5 Wie beobachten Sie die Produkt- und Branchenentwicklung?  
Wie informieren Sie sich über die neueste Technik und die neuesten Trends?**


**4. Kundenorientierung**

**4.1 Führen Sie Kundenbefragungen durch?**

- Ja
  - In Vorbereitung
  - Nein
- Wenn ja, wie?
- Eigene Ermittlung/Durchführung
  - Durchführung durch externes Institut

**4.2 Wenn ja: Fragen Sie dabei nur die Zufriedenheit mit Ihren Leistungen ab oder auch die generellen Wünsche an ein Hörakustikgeschäft?**

- Nur die Zufriedenheit beim letzten Besuch
- Wir ermitteln auch die Anforderungen
- Wir ermitteln sowohl die Anforderungen unserer Kunden als auch unseren Erfüllungsgrad

**4.3 Wie erfahren Sie, was den Kunden beim Hörgerätekauf besonders wichtig ist?**

- Im Gespräch mit dem Kunden
- Durch eine Kundenbefragung in Eigenregie
- Systematische Kundenbefragung durch ein Institut
- Wir wissen auch so, was die Kunden wollen

**4.4 Wie ermitteln Sie die individuellen Hörbedürfnisse Ihrer Kunden im Beratungsgespräch?**


**4.5 Wie betreuen Sie Ihre Kunden während der Ausprobung/Probezeit?**


**4.6 Loben Sie Ihre Kunden im Hinblick auf das Trageverhalten der angepassten Hörsysteme?**

- Nein
- Eher wenig/gelegentlich
- Regelmäßig
- Systematisch, permanent, die Mitarbeiter werden entsprechend regelmäßig extern geschult

**4.7 Gibt es ein Kunden-Bindungssystem, z.B. Servicepass, VIP-Karte o.ä.?**

- Nein
- In Vorbereitung
- Ja, ist eingeführt und wird auch genutzt (Bitte unten beschreiben)
- Ja, ist eingeführt und permanent weiterentwickelt/verbessert  
Wenn ja, bitte kurz beschreiben:

4.8 Bieten Sie Ihren Kunden Hör-Trainings an?	
<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Gelegentlich
<input type="checkbox"/>	In Planung
<input type="checkbox"/>	Nein

4.9 Gibt es eine Betreuung nach der Anpassung? Anschreiben, telefonisches Nachfassen...?	
<input type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Eher selten
<input type="checkbox"/>	Gelegentlich
<input type="checkbox"/>	Ja, in jedem Fall bei Stammkunden und hochwertigen Systemen (bitte unten beschreiben)
<input type="checkbox"/>	Ja, in jedem Fall bei allen Kunden (bitte unten beschreiben)
Wenn ja, was genau tun Sie?	

4.10 Informieren Sie Ihre Kunden auch nach dem Kauf über Neuheiten, Zubehör, etc.?	
<input type="checkbox"/>	Ja, regelmäÙg
<input type="checkbox"/>	Eher sporadisch/gelegentlich
<input type="checkbox"/>	In Planung
<input type="checkbox"/>	Nein

4.11 Bieten Sie Ihren Kunden auch 0% Finanzierungen an?	
<input type="checkbox"/>	nein
<input type="checkbox"/>	Eher selten oder gelegentlich, wenn wir daran denken
<input type="checkbox"/>	Immer, unsere Mitarbeiter sind entsprechend geschult

4.12 Wie verhalten Sie sich bei unberechtigten Reklamationen? Wie kulant zeigen Sie sich? Was tun Sie, um den reklamierenden Kunden zufrieden zu stellen und sogar zu begeistern? (Bitte beschreiben)	
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>	

**4.13 Führen Sie eine Reklamationsstatistik und wenn ja, wie werten Sie diese aus?**

- Nein
- In Vorbereitung
- Ja

Wenn ja, wie werten Sie diese aus?

**4.14 Welchen besonderen Service bieten Sie Ihren Kunden? Warum soll er zu Ihnen kommen? Warum soll er bei Ihnen kaufen? Wie stellen Sie sicher, dass der Kunde die wichtigste Person in Ihrem Unternehmen ist?**


**4.15 Was leisten Sie zum Thema Aufklärungsarbeit über das Hören, Gehörschutz, Prävention usw.?**


**4.16 Wie lang sind die Response-Zeiten bei E-Mail-Anfragen?**

- Innerhalb 1 Stunde
- Am gleichen Tag
- Spätestens am nächsten Tag
- Länger
- Bei uns gibt es keine E-Mail Anfragen

Wie stellen Sie diese Zeiten sicher?

**4.17 Sind Sie mit Ihrem Unternehmen im social network vertreten?**

- Nein, gar nicht
- Ist in Planung
- Ja, auf Facebook: Seite: .....
- Ja, auf Twitter: Seite: .....
- Ja, Sonstige: ..... Seite: .....

Bemerkungen/Ergänzungen:

-----

-----

-----

**4.18 Werben Sie auf social network Seiten?**

- Ja, wöchentlich
- Ja, monatlich
- Ja, einmal im Quartal
- seltener
- Gar nicht

Wenn ja, was posten, twittern Sie? (Sonderangebote, Aktionen, Neuheiten....)

-----

-----

-----

-----

**5. Unternehmens- und Mitarbeiterführung**

**5.1 Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Mitarbeiter aus?**


**5.2 Sind die Verantwortlichkeiten in Ihrem Betrieb eindeutig festgelegt? Weiß jeder, was er wann zu tun hat und wer für welche Aufgaben konkret verantwortlich ist?**

- Nein
- Teilweise festgelegt
- Umfassend schriftlich festgelegt
- Umfassend schriftlich festgelegt und permanent überprüft
- Extern nach DIN ISO zertifiziert

**5.3 Ist eine Unternehmensphilosophie definiert? Wie lautet sie? Bitte beifügen!**

- Nein
- Ist in Vorbereitung
- Ist eingeführt und allen Mitarbeitern bekannt
- Ist eingeführt, den Mitarbeitern bekannt und hängt im Geschäft aus

**5.4 Liegt eine konkrete Jahresplanung/ein Ziel vor für Umsatz, Einkauf, Kosten, Ergebnis?**

- Nein
- Planung nach Erfahrungswerten
- Systematische Planung mit permanenter Überwachung

**5.5 Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Lieferanten aus?**


**5.6 Werden die Mitarbeiter über wichtige Daten und Ziele informiert?**

- Nein
- Ja, sporadisch
- Ja, regelmäßig

**5.7 Wie bzw. mit welcher Regelmäßigkeit werden Ihre Mitarbeiter durch externe Referenten geschult?**

- Gar nicht
- Sind schon mal geschult worden
- Hin und wieder
- Mindestens einmal im Jahr
- Öfter, und zwar ..... x im Jahr

**5.8 Gibt es regelmäßige Mitarbeiterbesprechungen?**

- Nein
- In Vorbereitung
- Gelegentlich
- Öfter, und zwar ..... x im Jahr

**5.9 Wie werden die Ergebnisse/Beschlüsse der Besprechungen allen bekannt gemacht?**


**5.10 Was tun Sie, um Ihre Mitarbeiter möglichst langfristig an Ihr Unternehmen zu binden?**


**5.11 Wie stellen Sie sicher, dass Produkte mit MHD (Mindesthaltbarkeitsdatum) oder Ablaufdatum regelmäßig kontrolliert und eventuell aussortiert werden?**


**5.12 Gibt es einen Hygieneplan und wenn ja, wie wird dieser überwacht?**

- Nein
- Ist in Vorbereitung
- Ja, hängt aus
- Ja, hängt aus und ist allen Mitarbeitern bekannt
- Ja, wird von allen Mitarbeitern umgesetzt

Wird folgendermaßen überwacht:

--

**5.13 Wie gewährleisten Sie, dass Ihre Mitarbeiter immer auf dem neusten Stand (Technik, Neuheiten) sind?**  
(Bitte beschreiben)


**5.14 Was tun Sie zur Mitarbeitermotivation? Belohnen Sie auch Zusatzleistungen? (Bitte beschreiben)**


**5.15 Welche Rolle spielt das Thema Ethik in Ihrer Unternehmensführung? Wie sieht das soziale Engagement Ihres Unternehmens aus?**


**5.16 Haben Sie Kundentoiletten?**

- Ja
- Nein

**5.17 Begleiten Sie Ihre Kunden zur Tür, wenn sie Ihr Geschäft verlassen?**

- Ja, jeder Kunde wird von uns zur Tür begleitet
- Nur besonders wichtige Kunden
- Nein



