

Fragebogen zur Bewerbung Top 100 Optiker 2020/2021

BGW
INSTITUT für innovative Marktforschung

Bewerben können sich alle inhabergeführten mittelständischen Augenoptik-Betriebe. Mit diesem Fragebogen wird für jedes teilnehmende Geschäft ein neutrales und individuelles Leistungsprofil erstellt. Dieses Leistungsprofil und die Überprüfung mittels Testkäufen und Geschäftsbesichtigungen sowie Mitarbeiterbefragungen durch speziell geschulte Fachleute stellen anschließend die Grundlage zur Einstufung als TOP 100 Optiker 2020/2021.

Einsendeschluss für die Bewerbungsunterlagen ist der 31. Oktober 2019.



Uwe Ochsenknecht

Die neutrale und unabhängige Auswertung erfolgt durch das BGW Institut. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Bei nachgewiesenen unrichtigen Angaben wird der Fragebogen und damit die Bewerbung nicht berücksichtigt. Teilnehmen können alle inhabergeführten Augenoptikfachgeschäfte. Wenn Sie Filialen haben, konkretisieren Sie die Bewerbung für die Filiale. Gerne können Sie auch Muster und Beispiele von besonderen Serviceleistungen oder Aktionen zur Illustration beilegen!

Nach der Auswertung und Prüfung werden die Teilnehmer darüber informiert, ob sie als Top 100 Optiker ausgewählt worden sind. Im Rahmen einer großen Galaveranstaltung am **1. Februar 2020** werden diese Top 100 Optiker vom überaus beliebten und bekannten deutschen Schauspieler und Sänger und diesjährigen Schirmherrn **Uwe Ochsenknecht** ausgezeichnet.

Die Bewerbung als TOP 100 Optiker ist kostenlos. Eine Umlage von € 1.980,- zzgl. MwSt. fällt nur bei jenen Unternehmen an, die das umfangreiche Leistungspaket des BGW Instituts nutzen werden.

Das Leistungspaket enthält:

- Personalisierte hochwertige Urkunde
Top 100 Optiker 2020/2021
- Individuelles Foto mit Ihnen und Uwe Ochsenknecht bei Überreichung Ihrer Urkunde
- Auflistung aller ausgezeichneten Betriebe auf der Gala-Fotowand
- Bestenliste – Präsentation mit Logo und Link auf der TOP 100 Optiker Website
- 1.000 individuell erstellte Top 100 Optiker Broschüren mit Fotos Ihres Geschäftes, Ihres Teams und mit Ihrem Foto als Titel, das Sie gemeinsam mit Uwe Ochsenknecht bei der Urkundenübergabe zeigt
- Plakate DIN A1, Presstexte, Werbebriefe, Schaufensteraufkleber, Türaufkleber, Ansteckpins, Tischaufsteller
- Zertifikat und Logo TOP 100 Optiker für Eigenwerbung
- Professionelle Pressearbeit und Unterstützung rund um das Projekt
- Veröffentlichung auf Facebook und Instagram mit eigener Top 100 Optiker Seite

Um die Auszeichnung gebührend und im passenden Rahmen zu feiern, laden wir Sie sehr herzlich am **1. Februar 2020** anlässlich dieses großartigen Ereignisses zur Gala im **Hotel Intercontinental auf Düsseldorfs Königsallee** ein. Für Essen, Trinken, Musik und tollen Überraschungen ist gesorgt. Diese Einladung gilt für maximal 2 Personen und nur in Verbindung mit dem Leistungspaket. Weitere Personen können gern gegen eine Gebühr angemeldet werden.

i Wenn Sie das Leistungspaket und das Werbematerial nicht nutzen wollen, können Sie auch ohne Zahlung der Gebühr TOP 100 Optiker werden. Sie werden dann lediglich in der Bestenliste auf der Website namentlich erwähnt.



Bewerbung als Top 100 Optiker 2020/2021

UNTERNEHMENSDATEN (des sich bewerbenden Geschäftes)

Firma	
Straße	
PLZ	
Ort	
Telefon	
Fax	
E-Mail	
Internet	
Ansprechpartner	

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

Sortiment	<input type="checkbox"/> Brillen <input type="checkbox"/> Sonnenbrillen <input type="checkbox"/> Kontaktlinsen <input type="checkbox"/> Sonstige (bitte notieren) <hr/> <input type="checkbox"/> Hörgeräte <input type="checkbox"/> Uhren/Schmuck <input type="checkbox"/> Vergrößernde Sehhilfen
Anzahl Filialen	
Anzahl Mitarbeiter	
Jahr der Unternehmensgründung/-Übernahme	
Inhaber	
Positionierung im Markt	<input type="checkbox"/> Premium-Anbieter (Hochwertiges Angebot) <input type="checkbox"/> Konsumorientiert (Mittleres Preisniveau) <input type="checkbox"/> Preisanbieter <input type="checkbox"/> Generalist

1. GESCHÄFTSGESTALTUNG

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

Nein

Ja, einheitliches Logo auf Briefpapier,
Visitenkarten, im Werbeauftritt

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

Eigene Kundenparkplätze

Sonstige (bitte notieren)

Behindertenparkplätze vor der Tür

Parkgelderstattung

Hol-/Bringservice

1.3 Wie ist Ihr Geschäft zugänglich?

Mehrere Stufen

Ebenerdig, zusätzlich noch
automatische Türöffnung

Eine kleinere Stufe

Ebenerdig oder mit stufenergänzender
Rampe (Rollstuhl/Kinderwagen)

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?

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

2. KUNDENDATEN UND -INFORMATIONEN

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

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ja, bei einigen Kunden |
| <input type="checkbox"/> In Vorbereitung | <input type="checkbox"/> Ja, immer und bei allen Kunden |

2.2 Nutzen Sie diese Informationen zur Kundenbindung?

- Nein
 Ja, und zwar folgendermaßen:

2.3 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?

2.4 Wie und wo kommunizieren Sie Ihre Serviceleistungen? (Bitte beschreiben)

2.5 Haben Sie eine Internetpräsenz?

- | | |
|-------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ja, und zwar:
(Bitte Domain eintragen) |
|-------------------------------|--|

Wenn ja, wie häufig aktualisieren Sie sie?

--

2.6 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: (Bitte alles notieren) |
| |
| |
| <input type="checkbox"/> Ja, regelmäßig mindestens 6x im Jahr und zwar: (Bitte alles notieren) |
| |
| |

2.7 Führen Sie auch Verkaufsförderungsaktionen im oder am Geschäft durch?
(Kundeninfoabend, Vorstellung von Messeneuheiten, Events, Straßenfest, Oktoberfest?)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> Nein |
| <input type="checkbox"/> Ja, und zwar: (Bitte alles notieren) |
| |
| |
| |
| |

2.8 Wie und wann informieren Sie Ihre Mitarbeiter über laufende Aktionen, Werbemaßnahmen und Angebote?

Wie:

Wann:

2.9 Welches Werbemedium setzen Sie regelmäßig ein?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Zeitungsanzeigen | <input type="checkbox"/> Sonstige (bitte notieren) |
| <input type="checkbox"/> Prospekte/Beilagen | |
| <input type="checkbox"/> Kundenbriefe | _____ |
| <input type="checkbox"/> Aktionen im Geschäft/am Standort | _____ |
| <input type="checkbox"/> Gar keine | |

3. MARKTORIENTIERUNG

3.1 Haben Sie sich auf bestimmte Zielgruppen festgelegt oder in einem bestimmten Segment wie z. B. Qualität, Preis, Mode positioniert?

- | | |
|-------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Nein | Wenn ja, um welches Segment/
welche Zielgruppen handelt es sich? |
| <input type="checkbox"/> Ja | |
| | <input type="checkbox"/> Qualität |
| | <input type="checkbox"/> Preis/Konsum |
| | <input type="checkbox"/> High Fashion/Designer |
| | <input type="checkbox"/> Technik |
| | <input type="checkbox"/> Sonstiges: |
| | _____ |
| | <input type="checkbox"/> Nein, bin Generalist |

3.2 Werden Befragungen durch externe Institute zur Erfassung der Verbrauchermeinung und zur Kontrolle des eigenen Images durchgeführt?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Nein, noch nicht | <input type="checkbox"/> Ja, zuletzt im Jahre _____ |
|---|---|

3.3 Wissen Sie, wie viele Brillen in Ihrem Markt im Jahr verkauft werden könnten?
Kennen Sie das Marktpotential für Brillen an Ihrem Standort?

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

3.4 Ist Ihnen Ihr eigener Marktanteil und der Ihrer Wettbewerber bekannt?

- Nein
- Ja, selbst geschätzt/eigene Ermittlung
- Durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre _____

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

- Nein
- Ja, selbst geschätzt/eigene Ermittlung
- Durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre _____

3.6 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?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ja | Wenn ja, wie? |
| <input type="checkbox"/> In Vorbereitung | <input type="checkbox"/> Eigene Ermittlung/Durchführung |
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Durchführung durch externes Institut |

4.2 Wenn ja, was genau fragen Sie?

4.3 Wenn ja: Befragen Sie nur aktuelle Kunden oder auch solche, die schon länger nicht mehr im Geschäft waren?

- Nur Kunden, die aktuell gekauft haben
- Wir befragen auch Kunden, die schon länger nicht mehr da waren

4.4 Wie erfahren Sie, was den Kunden – ganz allgemein – beim Brillenkauf besonders wichtig ist?

- Im Gespräch mit dem Kunden
- Durch eine schriftliche Kundenbefragung in Eigenregie
- Durch eine systematische Kundenbefragung durch ein Institut
- Wir wissen auch ohne Befragung, was die Kunden wollen

4.5 Loben Sie Ihre Kunden nach dem Kauf (Kaufbestätigung)?

- Nein
- Eher selten, gelegentlich, wenn wir daran denken
- immer, die Mitarbeiter werden entsprechend regelmäßig geschult

4.6 Bieten Sie Ihren Kunden auch 0% Finanzierungen – das sogenannte Brillen-Abo – an?

- Nein
- Eher selten, gelegentlich, wenn wir daran denken
- immer, die Mitarbeiter werden entsprechend regelmäßig geschult

4.7 Gibt es eine Betreuung nach dem Kauf?

- Nein
- Gelegentlich
- Ja, in jedem Fall bei Stammkunden und hochwertigen Produkten
- Ja, in jedem Fall bei allen Kunden

Wenn es eine Betreuung nach dem Kauf gibt, was genau tun Sie?

4.8 Gibt es ein System für die Weiterempfehlung wie z.B. „Kunden werben Kunden“?

- Nein
- Ja

Bitte beschreiben Sie Ihr System. Was bekommt der Empfehler, was der empfohlene Neukunde?

4.9 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)

4.10 Führen Sie eine Reklamationsstatistik?

- Nein
- Ja

4.11 Wie findet die Brillenübergabe statt? (Bitte möglichst genau beschreiben)

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

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Innerhalb 1 Stunde | <input type="checkbox"/> Länger |
| <input type="checkbox"/> Am gleichen Tag | <input type="checkbox"/> Bei uns gibt es keine E-Mail Anfragen |
| <input type="checkbox"/> Spätestens am nächsten Tag | |

Wie stellen Sie sicher, dass auch Ihre Mitarbeiter sich an diese Zeiten halten?

4.13 Sind Sie mit Ihrem Unternehmen im social network vertreten?
Wenn ja, bitte Bezeichnung eintragen.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nein, gar nicht | <input type="checkbox"/> Ist in Planung |
| <input type="checkbox"/> Ja, auf Facebook | Link: |
| <input type="checkbox"/> Ja, auf Instagram | Link: |
| <input type="checkbox"/> Ja, Sonstige | Link: |

Bemerkungen/Ergänzungen:

4.14 Werben Sie auf social network Seiten?

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> wöchentlich | <input type="checkbox"/> seltener |
| <input type="checkbox"/> monatlich | <input type="checkbox"/> gar nicht |
| <input type="checkbox"/> einmal im Quartal | |

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

5. UNTERNEHMENS- UND MITARBEITERFÜHRUNG

5.1 Sind die Verantwortlichkeiten in Ihrem Betrieb eindeutig festgelegt?

Weiß jeder, was er wann zu tun hat und wer für welche Aufgaben konkret verantwortlich ist?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Umfassend schriftlich festgelegt
und permanent überprüft |
| <input type="checkbox"/> Teilweise festgelegt | <input type="checkbox"/> Extern nach DIN ISO zertifiziert |
| <input type="checkbox"/> Umfassend schriftlich festgelegt | |

5.2 Sind die Schnittstellen zwischen den einzelnen Arbeitsbereichen in Ihrem Unternehmen systematisch koordiniert? Gibt es z.B. Checklisten für die Übergabe vom Verkauf an die Werkstatt?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Umfassend schriftlich festgelegt
und permanent überprüft |
| <input type="checkbox"/> Teilweise festgelegt | <input type="checkbox"/> Extern nach DIN ISO zertifiziert |
| <input type="checkbox"/> Umfassend schriftlich festgelegt | |

5.3 Ist eine Unternehmensphilosophie definiert? (Bitte beifügen wenn vorhanden)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ist eingeführt, den Mitarbeitern bekannt und
hängt im Geschäft aus |
| <input type="checkbox"/> Ist in Vorbereitung | |
| <input type="checkbox"/> Ist eingeführt und allen Mitarbeitern bekannt | |

5.4 Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Einkaufsplanung?

- Nein, gibt es nicht. Wir kaufen spontan ein Ist in Vorbereitung
 Ist eingeführt und funktioniert
folgendermaßen:

5.5 Sind beim Einkauf auch Mitarbeiter aus dem Verkauf eingebunden?

- Ja Nein

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

- Nein Systematische Planung mit permanenter Überwachung
 Planung nach Erfahrungswerten

5.7 Werden die Mitarbeiter über wichtige betriebswirtschaftlichen Daten und Ziele informiert?

- Nein Detailinformationen auf Mitarbeiterbesprechungen
 Sporadisch Alle regelmäßig über die relevanten Daten
 Einzelne Mitarbeiter regelmäßig

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

- Gar nicht Einmal jährlich
 Hin und wieder Öfter, und zwar _____x im Jahr

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

5.14 Welche Rolle spielt das Thema Ethik in Ihrem Unternehmen, in Ihrer Unternehmensführung?
Wie sieht das soziale Engagement Ihres Unternehmens aus? (Bitte beschreiben)

5.15 Welche Rolle spielt das Thema Umweltschutz in Ihrem Unternehmen, in Ihrer Unternehmensführung? Z.B. Verpackung, Vermeidung von Plastik etc. (Bitte beschreiben)

5.16 Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Lieferanten aus?

5.17 Haben Sie (offizielle) Kundentoiletten?

Ja

Nein

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

Ja

Nein

6. UND ZUM SCHLUSS:

6.1 Warum wollen Sie Top 100 werden? Was versprechen Sie sich von diesem Titel? Wie würden Sie diesen Wettbewerbsvorteil einsetzen und nutzen?
Wie würden Ihre Kunden davon profitieren?



Viel Erfolg!

Zur Teilnahme senden Sie bitte den ausgefüllten Fragebogen an:

BGW
INSTITUT für innovative Marktforschung

BGW Institut für innovative Marktforschung

SK Connect GmbH

Stichwort: TOP 100 Optiker

Goethestr. 3

45128 Essen

Einsendeschluss: 31. Oktober 2019