



Excellence Barometer

## **Emotionale Entscheider**

Leistung alleine reicht nicht aus, um Kunden zu binden, denn ihre Zufriedenheit mit den gebotenen Leistungen wirkt sich nur zum Teil auf ihre Treue aus. Auch weiche Faktoren spielen eine wichtige Rolle: Etwa ein Drittel der Kundenbindung entsteht durch das Image der Anbieter und Lieferanten beim Kunden.

Man kann von einer Abkehr vom ausschliesslich rationalen Entscheider sprechen, denn Emotionen, Sympathie und Kontakte prägen die Kundenbeziehungen im Business-to-Business-Bereich erheblich mit. Das zeigt die Sonderstudie aus dem Excellence Barometer 2006, einer Studieninitiative der Forum! Marktforschung GmbH und der Deutschen Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ). Die Studie betrachtet die Kundenbeziehungen in neun B-to-B-Branchen.