

**Nadja Germann**

Bereichsleiterin Marketing & Verkauf des VSE
nadja.germann@strom.ch

Responsible Marketing & ventes de l'AES
nadja.germann@electricite.ch

Was Kunden wirklich wollen

Der Bundesrat hat die Vernehmlassung für eine volle Öffnung des Strommarkts lanciert. Unabhängig vom Ausgang der Debatte sollten sich die Unternehmen der Energiebranche fragen, welches die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden sind. Nur eine methodisch korrekte Analyse der Kundenbedürfnisse bildet eine solide Basis, um herauszufinden, was die Kundinnen und Kunden tatsächlich wollen und nicht, wovon die Unternehmung glaubt, dass die Kunden es möchten.

Zur Analyse von Kundenbedürfnissen stehen verschiedene methodische Ansätze zur Verfügung. Quantitative Methoden bedienen sich gern messbarer Merkmale, der Überprüfung von Hypothesen in einer Art Labor-Situation und sie zielen auf repräsentative Ergebnisse ab. Qualitative Analysemethoden hingegen bevorzugen Feldbeobachtungen und arbeiten mit der Beschreibung spezifischer Merkmale, ohne dass diese messbar sein müssen. Qualitative Methoden haben den Vorteil, dass sie den Kunden in seiner Gesamtheit betrachten können.

Zur Datenerhebung im Rahmen einer qualitativen Kundenbedürfnisanalyse empfehlen sich persönliche, offene und narrative Interviews; möglichst vor Ort, dort, wo der Kunde seinen Strom verbraucht, also beispielsweise in seinem Unternehmen. Diese Einzelinterviews können methodisch mit Gruppendiskussionen und teilnehmenden Beobachtungen kombiniert werden. Die Auswertung des Materials erfolgt mittels Transkription, Einzelanalyse, generalisierender Analyse und Kontrollblick auf das vollständige Transkript – und bei Bedarf auf die Originalnotizen.

Dank qualitativer Kundenbefragungen können Kosten gespart und Irrtümer beseitigt werden. Eine qualitative Analyse der Kundenbedürfnisse wird klare Hinweise zur Beantwortung der Frage geben, welches die zentralen Argumente für einen Lieferantenwechsel sind. Will der Kunde nur Licht in seiner Wohnung oder sind ökologische Überlegungen tatsächlich ausschlaggebende Argumente für die Wahl des Stromprodukts und allenfalls des Anbieters? Welche Relevanz hat für Kundinnen und Kunden der Preis der Energielieferung? Die qualitative Analyse der Kundenbedürfnisse ist eine zuverlässige Methode, um rechtzeitig Antworten auf solche Fragen zu finden.

Ce que veulent vraiment les clients

Le Conseil fédéral a lancé la consultation sur l'ouverture complète du marché de l'électricité. Quelle que soit l'issue du débat, les entreprises de la branche énergétique devraient se demander quels sont les besoins de leurs clients. Seule une analyse méthodique de ces besoins forme une base solide pour découvrir ce que les clients veulent réellement ou ne veulent pas, et non ce que croient les entreprises à ce sujet.

Différentes approches sont disponibles concernant la méthode à appliquer pour effectuer l'analyse voulue. Les approches quantitatives se servent de critères mesurables et de la vérification d'hypothèses dans une sorte de « situation de laboratoire », et elles visent des résultats représentatifs. Les méthodes d'analyse qualitatives, au contraire, privilégient les observations sur le terrain et opèrent avec la description de caractéristiques spécifiques sans que celles-ci soient mesurables. Ces méthodes qualitatives présentent l'avantage de pouvoir considérer le client dans sa globalité.

Pour collecter les données dans le cadre d'une analyse qualitative des besoins du client, il est recommandé de mener des entretiens personnels, ouverts et narratifs, si possible à l'endroit même où le client consomme son électricité, soit par exemple au sein de son entreprise. Ces entretiens individuels peuvent être combinés avec les méthodes de discussion de groupe et l'observation participante. L'évaluation du matériel consiste en la transcription, l'analyse individuelle, l'analyse généralisante et le contrôle final de la transcription complète – et, au besoin, des notes originales.

Grâce aux sondages qualitatifs menés auprès des clients, on peut faire des économies de coûts et corriger les erreurs. Une analyse qualitative des besoins des clients fournira des indications précises sur leur réponse concernant les principaux arguments pour changer de fournisseur. Le client souhaite-t-il simplement avoir de la lumière chez lui, ou les considérations écologiques pèsent-elles réellement comme arguments décisifs dans le choix du produit d'électricité et peut-être aussi du fournisseur? Quelle importance le prix de la fourniture d'énergie revêt-il pour les clients? L'analyse qualitative des besoins des clients est une méthode fiable pour trouver à temps des réponses à de telles questions.