

swiss made software

Menu

- [swiss made. it works.](#)
- [über das label](#)
- [praktika und diplomarbeiten](#)
- [firmen](#)
- [products & cloud services](#)
- [services & consulting](#)
- [software enabled business](#)
- [partner](#)
- [news](#)
 - [2017](#)
 - [2016](#)
 - [2015](#)
 - [2014](#)
 - [2013](#)
- [der blog](#)
- [newsletter](#)

Studie: Optimierter Customer Insight - Einfluss des Projekt Managements

Mittwoch 11.10.2017

swiss made software-Träger gewinnen im Rahmen eines Forschungsprojektes kostenlos einen unabhängigen Einblick in die Zufriedenheit Ihrer Kunden und die Zuverlässigkeit der Selbsteinschätzung der eigenen Mitarbeitenden.

Im Rahmen eines Forschungsprojektes an der Fachhochschule Nordwestschweiz und der Universität Freiburg wird untersucht, welche Faktoren die Zufriedenheit bei Software-Entwicklungsprojekten beeinflussen.

Natürlich gibt es schon hunderte Studien, welche die Einflussfaktoren/Treiber erfolgreicher Softwareprojekte analysieren. Als Indikator wird dabei meist das bekannte magische Dreieck «Zeit-Budget-Scope» verwendet. Diesen Studien gemeinsam ist, dass vom Erfüllungsgrad des magischen Dreiecks automatisch auf die Kundenzufriedenheit geschlossen wird, meist ohne diese explizit abzufragen. Aus Marketingperspektive fragwürdig ist der oft gewählte Ansatz „Selbsteinschätzung durch den Lieferanten“: Können involvierte Mitarbeiter wirklich die Zufriedenheit der Kunden zuverlässig beurteilen?

Das im Rahmen einer Dissertation realisierte Projekt untersucht u.a., inwieweit vom Erfüllungsgrad des Dreiecks «Zeit-Budget-Scope» wirklich auf die Kundenzufriedenheit geschlossen werden darf und wie gut Lieferanten die Kundenzufriedenheit einschätzen können.

Im Rahmen einer Online-Befragung (Beantwortungsdauer: ca. 10 Minuten) werden mehrere Personen mit unterschiedlichen Funktionen beim Kunden bezüglich der deren Zufriedenheit befragt. Gleichzeitig werden die Mitarbeitenden des entsprechenden Softwarelieferanten gebeten die entsprechenden Fragen „aus Kundenperspektive“ zu beantworten. Swiss made software

Members, unabhängig von Grösse und Art, haben die Möglichkeit kostenlos an dieser Untersuchung zu partizipieren.

Nutzen für partizipierende Unternehmen

Die teilnehmenden Unternehmen erhalten einen vertieften Einblick in die wahrgenommene Zusammenarbeits- und Softwarequalität ihrer Kunden und deren Gesamtzufriedenheit. Jedes Unternehmen erhält kostenlos eine vertrauliche Auswertung mit allen Details, inklusive einem Feedback über die Zuverlässigkeit der Selbsteinschätzung der Kundenzufriedenheit der eigenen Mitarbeitenden.

Nach Abschluss der Untersuchung profitieren die Unternehmen zusätzlich vom Benchmarking der «eigenen Werte» im Vergleich zu den „durchschnittlichen Werten“ (Kundenzufriedenheit und Zuverlässigkeitsgrad der Selbsteinschätzung).

Aus den kumulierten Ergebnissen wird im Rahmen des Forschungsprojektes der Einfluss des gewählten Projektmanagement-Ansatzes auf die unterschiedlichen Dimensionen der Kundenzufriedenheit untersucht.

Leistungen der partizipierenden Unternehmen

Befragt werden deutschsprachige Kunden (Idealfall: User, kundenseitiger Projektleiter und dessen Vorgesetzter) bei welchen in den vergangenen 24 Monaten ein Software-Projekt realisiert wurde.

Partizipierende Unternehmen leiten ein E-Mail mit dem Fragebogenlink an die Kunden (<http://befragung.wirtschaft.fhnw.ch/uc/Helbling/405b/>) und eigenen Mitarbeitenden weiter. Vorzugsweise kann der Versand auch durch den Forschungsprojektleiter erfolgen. Natürlich ist die ausschliessliche Verwendung der Email-Adressen für das Projekt garantiert.

Um die Rücklaufquote zu optimieren, erfolgt das Anschreiben gemeinsam im Namen des partizipierenden Unternehmens und der Fachhochschule Nordwestschweiz. Der Zeitpunkt der Befragung kann frei gewählt werden, muss aber bis Mitte Dezember erfolgt sein. Im Rahmen einer kurzen Besprechung wird der auf Ihre Bedürfnisse angepasste Ablauf definiert (u.a. Befragungszeitpunkt, Art der Datenübermittlung; gemeinsames Schreiben). Am Forschungsprojekt partizipierende swiss made software Mitglieder gehen keinerlei finanziellen Verpflichtungen ein.

Ein Schritt zum optimierten Customer Insight

Interessiert? Fragen? Thomas Helbling, Dozent für B2B-Marketing an der FHNW freut sich auf Ihre Rückmeldung (thomas.helbling@fhnw.ch).

[english](#)

[Members](#)

[Member Login](#) [Reset Passwort](#)

Bitte geben Sie ihren
Benutzernamen (Email) ein.



copyright © 2017 by swiss made software gmbh, Switzerland - all rights reserved.

[Online Partner](#) inside-channels.ch [esense GmbH - Gute Webseiten.](#)