****



# **4. Kategorie Beste Kunden-Orientierung**

 Stand 31.01.2022

**Außendarstellung**

* 1. Haben Sie eine eigene Firmenwagenflotte (PKW, Werkstattwagen, LKW, Tieflader o.ä.)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte fügen Sie Bilder der Flotte bei.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Tragen die Mitarbeiter einheitliche Kleidung in den Farben/mit dem Logo
		1. Ihres Hauptlieferanten?

[ ]  Ja [ ]  Nein

* + 1. Ihres eigenen Unternehmens?

[ ]  Ja [ ]  Nein

* + 1. Mit persönlichem Namensschild?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte fügen Sie Fotos von Leitung, Vertriebs- und Servicepersonal bei.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Haben Ihre Service-Mitarbeiter offizielle Visitenkarten? [ ]  Ja [ ]  Nein
	Bitte Beispiel anfügen.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Welche Öffnungszeiten haben Sie im Verkauf/Service/ Kundenannahme?
	+ in der Hauptsaison: Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.
	+ in der Nebensaison: Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.
	1. Wie kommunizieren Sie Ihre Öffnungszeiten (Internet, Aushang, Rechnung, etc.)?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Bitte belegen Sie dies in Form von Fotos.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Zur Gestaltung des Firmen-Außengeländes:
	Gibt es Fahnen, Pylonen o.ä.? [ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte laden Sie dazu Fotos hoch.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Zur Gestaltung des Firmengeländes allgemein (Bitte fügen Sie dazu jeweils Fotos an):
	+ Gibt es eine eindeutige Beschilderung auf dem Gelände (Haupteingang, Werkstatt, die Bereiche/Abteilungen im Betrieb wie Rep.-Annahme, ET, Verkauf, Verwaltung)

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* + Gibt es am Empfang eine offene Sitzecke / Wartebereich (mit Selbstbedienung von Kaltgetränken, Kaffee, Endlosvideo, Broschüren, Prospektständer, Veranstaltungstermine, schwarzes Brett, Litfaßsäule.)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* + Gibt es ausgewiesene Kundentoiletten?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* + Sind Kundenparkplätze vorhanden und gekennzeichnet?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* Sind die Außenbereiche für Neu- und Gebrauchtmaschinen gekennzeichnet? [ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* Sind Abstellbereiche für Maschinen/Geräte zur Reparatur für Kunden gekennzeichnet?
[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* Sind Bereiche gekennzeichnet, wo reparierte Maschinen/Geräte zur Abholung bereitstehen?
[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Haben Sie für Schulungsmaßnahmen eigene Lokalitäten? [ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte fügen Sie dazu ein Foto bei.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

**Interne Organisation**

* 1. Kommt im Unternehmen ein CRM/Kundenmanagement-System zum Einsatz?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Falls ja, welches?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Welches „emotionale“ Wissen über Kunden zur Verbesserung der Kundenbindung wird eingepflegt und auch tatsächlich genutzt?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Verfügen Sie über detaillierte Fahrzeugdaten Ihrer Kunden? [ ]  Ja [ ]  Nein

Falls ja, wie nutzen Sie diese Daten für die Beratung und Umgang mit dem Kunden?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Falls nicht in Form eines CRM, verfügt Ihre Unternehmens-EDV über eine elektronische Wiedervorlage zur rechtzeitigen Erinnerung anTermine/Fristen? Wenn ja, welche Termine werden per Erinnerung gelebt in der Werkstatt / Servicebereich (TÜV / HU, Feldspritzenprüfung, GW End, Ende Servicevertrag, etc.)

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Haben Sie eine strukturierte Kundendatei (Kontakte, Maschinenbestand, Termine), um gezielt mit Kunden in Kontakt zu treten. 🗆 ja 🗆 nein

Wie setzen Sie die Daten ein:

* + Werden Kunden kontaktiert, wenn die Hauptuntersuchung (HU) ansteht?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte beschreiben Sie, wie Sie das machen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Werden Kunden kontaktiert, wenn die Gewährleistungszeit abläuft?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte beschreiben Sie, wie Sie das machen

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Werden Kunden kontaktiert bei anstehen Service- und Finanzdienstleitungen (z.B. Ablauf Leasing, Ablauf der Garantie, Feldspritzenprüfung, Elektrogeräte, etc.)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte beschreiben Sie, wie Sie das machen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Von welcher Marktabdeckung gehen Sie aus?

Wert %

Berechnung: Vorhandene aktive Kunden / Marktteilnehmer (ein wahrscheinlicher Schätzwert)

* 1. Holen Sie Kundenbewertungen zu Ihrem Unternehmen und Ihrem Service ein?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte beschreiben Sie, wie Sie das machen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Haben Sie schon einmal die Kundenbindung anhand des Net Promoter Score (NPS) ermittelt?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Erklärung: Kundenbindung lässt sich durch die Fragestellung an die Kunden ermitteln: „Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (höchst wahrscheinlich) ob Sie unser Produkt / unsere Dienstleistung einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ Wobei als Förderer nur diejenigen gewertet werden, die mit 9 oder 10 antworten. Die passiv Zufriedenen, also diejenigen die 7 oder 8 Punkte vergeben werden nicht gewertet. Als Kritiker gelten all diejenigen, die mit 0 bis 6 antworten.) – (Berechnung: NPS ergibt sich aus dem Anteil Förder (Promoters) in % minus Kritiker (Detractors) in % und kann somit zwischen plus 100 und minus 100 liegen)

* 1. Legen Sie ein auf Kampagnen und saisonale Botschaften ausgerichtetes Marketingkonzept fest (gemeint ist nicht die Verkaufsplanung, sondern Marketing im Sinne der Verkaufsförderung, vornehmlich Werbung und Veranstaltungen)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Ist darin auch eine elementspezifische Budgetplanung enthalten?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Benennen Sie bitte Ihre Elemente und die (in etwa) prozentualer Verteilung des Budgets.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Erstellen Sie einen Mediaplan (Dokument, das ausgewählte Medien, Timing und Häufigkeit von Werbung festlegt), also eine Übersicht der Werbemaßnahmen nach Monaten über ein Jahr?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte Übersicht des Plans anfügen.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Bitte erläutern Sie, wie Anrufe von Kunden innerbetrieblich behandelt werden (Telefonzentrale, Durchwahlen, Selbstwählmenüs)? Sind alle Abteilungen (Verkauf/Werkstatt/…) per Durchwahl direkt erreichbar? Bitte fügen Sie eine Rufnummernliste der Abteilungen bei.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Verwenden Sie Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs) [ ]  Ja [ ]  Nein

Falls ja, wie bringen Sie diese zur Anwendung?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Sicherlich kalkulieren Sie ihre betrieblichen Stunden-Verrechnungssätze. Dazu einige Aspekte:
	+ Wie oft kalkulieren Sie neu?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Differenzieren Sie bei der Verrechnung von Werkstattstunden nach Ausbildungsgrad des Servicepersonals (Auszubildende nach Lehrjahr, Geselle, Altgeselle, Servicetechniker, Jungmeister, etc.)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

* + Bitte geben Sie uns eine Übersicht der Verrechnungsätze.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Wie und wo kommunizieren Sie die Stunden-Verrechnungssätze, die Notdienst-Zuschläge, die AGB und die Reparatur-Bedingungen? Bitte Belege dafür beifügen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Verlangen Sie Zuschläge für den Service-Notdienst (z.B. pro Std., nach Wochentag, Uhrzeit)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte erläutern Sie Ihr System kurz.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Zur Organisation im Bereich Reparatur –
	Bitte beschreiben und dokumentieren Sie den Werkstattprozess und die Durchlaufzeit und fügen Sie dazu gern Fotos, Skizzen, etc. bei (die nachfolgende Aufzählung ist nur als Gedächtnisstütze zu verstehen):
	+ Haben Sie hierfür einen Annahme-Meister – Stichwort Dialogannahme?
	+ Wird der Umfang für die Wartung bzw. Reparatur mit dem Kunden gemeinsam am Fahrzeug festgelegt?
	+ Wird auch im mobilen Service für jeden Reparaturauftrag ein eigener Auftrag angelegt?
	+ Wird dem Kunden auf Wunsch ein schriftlicher Kostenvoranschlag für die anstehenden Arbeiten gemacht?
	+ Übernimmt der Mitarbeiter, der die Reparatur angenommen hat, auch eventuelle Rückfragen an den Kunden während der Reparatur?
	+ Benachrichtigen Sie die Kunden, wenn die Reparatur/der Serviceauftrag nicht zum vereinbarten Termin ausgeführt werden kann?
	+ Nach Beendigung: Erfolgt eine Abnahme des Meisters nach jeder Reparatur/Wartung?
	+ Erklärt die gleiche Person der Dialogannahme nach der Reparatur dem Kunden die durchgeführten Arbeiten?
	+ Kann der Kunde bei der Abholung der Maschine die Rechnung mitnehmen?
	+ Wie wird die Rückgabe an den Kunden dokumentiert?
	+ Wer benachrichtigt den Kunden nach Fertigstellung der Reparatur und wann?
	+ Werden Kunden nach abgeschlossenen Reparaturarbeiten nochmals kontaktiert?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Wird die die Reparaturannahme (incl. AGB) schriftlich festgehalten und vom Kunden unterschrieben?

[ ]  Ja [ ]  Nein

* 1. Gibt es ein/e Verantwortliche/n für Aftersales-Marketing
	[ ]  Ja [ ]  Nein

**Dienstleistungen**

* 1. Sind die Öffnungszeiten sichtbar ohne das Gelände betreten zu müssen? (z.B. bei geschlossenem Betrieb außerhalb der Öffnungszeiten) [ ]  Ja [ ]  Nein

Falls ja, bitte Foto beifügen.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Haben Sie Notdienste außerhalb der regelmäßigen Öffnungszeiten (z.B. für Landtechnik und Innenwirtschaft)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Wie kommunizieren Sie Ihre Öffnungszeiten für Notdienste

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Die Übergabe einer Maschine/Anlage ist für den Kunden stets ein besonderer Tag.
	+ Wie machen Sie daraus ein „großes Ereignis“?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Gibt es für die Übergabe eine spezielle Örtlichkeit?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Wie stellen Sie die Maschineübergabe an Ihren Kunden sicher?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Was tun Sie in Vorbereitung für die Übergabe an den Kunden? Nennen Sie Beispiel für folgende Punkte:
		- Übergabeinspektion
		- Maschine nach Kundenwünschen zusammenstellen
		- Funktionstest
		- Einstellungen für den Feldeinsatz
		- Fahrerschulung
		- Einweisung des Kunden auf dem Feld

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* + Wird der Übergabeprozess jeweils dokumentiert (z.B. wer, wann, wie, etc.)? [ ]  Ja [ ]  Nein
	1. Bitte beschreiben Sie, wie Ihr Konzept für Ersatzmaschinen im Reparaturfall aussieht?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Bieten Sie eine telefonische oder online Beratung/Analyse/Diagnose für Maschinen an und wie verrechnen Sie die Dienstleistungen an den Kunden?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Können Sie Diagnose/Analyse/Fernwartung an telemetriefähigen Maschinen durchführen?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Wie verrechnen Sie den Einsatz / die Fehleranalyse mittels Telemetriesystem?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Bieten Sie Garantieverlängerungen mit entsprechenden Servicevereinbarungen? [ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte stellen kurz zusammen, zu welchen Konditionen und mit welchem Erfolg?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Wie sieht ihr Kundenbindungsprogramm für Kunden ansonsten aus?
	Bitte stellen Sie zusammen, welche Konzepte Sie haben, um Kunden langfristig zu binden (Service- und Wartungsverträgen)?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Haben Sie einen Kundendienstberater im Außendienst für Beratungsgespräche
	beim Kunden über Wintercheck, GWL-Verlängerung, ET-Verkauf, Winterbestellungen, Anschlussfinanzierungen, etc?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Was im Detail bieten diese Ihren Kunden an?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Werden bei Ihnen Nachernte- u/o. Winterchecks durchgeführt?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte erläutern Sie ihr Konzept diesbezüglich.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Haben Sie einen aktiven, strukturierten und strategisch ausgerichteten Ersatzteil-Vertrieb? (Shopprodukte, Ersatzteile, Verschleißteile, Netze, Garne, Folien, Serviceleistungen)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte stellen Sie dessen Programm kurz zusammen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Bieten Sie einen Verschleiß- und Ersatzteil-Frühbezug oder andere
	Rabattierungssysteme an?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte erläutern Sie ihre diesbezüglichen Aktionen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Verfügen Sie über ein Auslieferungssystem von Ersatzteilen direkt an Kunden (z.B. Übernacht Direkt-Belieferung vom Grossisten oder eigene Sammelauslieferungen)?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte erläutern Sie dies kurz.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Bieten Sie Miet-/Leasingmaschinen an?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Erläutern Sie ihre diesbezügliche Vermarktungsstrategie.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Welche Konzepte haben Sie, um Kunden bei der Präzisionslandwirtschaft (oder -Gartenbau) zu unterstützen (z.B. Spurführungssysteme, Kartierungen, RTK Korrekturdaten, Applikationsdaten, Datenverwaltung)?
	Bitte stellen Sie diese kurz zusammen und geben an, wie Sie diese Leistung an Ihre Kunden verrechnen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Bieten Sie eigene Kunden-Schulungen an? (bspw.: Fahrerschulung; Motorsägen-Führerschein, Traktorkurs für Frauen, etc.)

[ ]  Ja [ ]  Nein

Welche sind das, zu welchen Konditionen und mit welchem Erfolg?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Führen Sie nach erfolgtem Maschinen-/Geräte-Verkauf eine gezielte Kundenansprache anhand von Fahrzeugdaten (z.B. Stundenzahl, Garantieablauf, Öl-Erfahrungswerten o.ä.) durch?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte erläutern Sie dies.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

**Veranstaltungen**

* 1. An welchen regionalen und welchen überregionalen Messen nehmen Sie als Aussteller teil? Bitte skizzieren Sie, welche Kriterien Sie in Ihrem Standkonzept berücksichtigen.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Welche Tage der offenen Tür halten Sie im Jahresverlauf ab? Bitte beschreiben Sie kurz Ihre Veranstaltungen und deren Ergebnisse.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Welche Kundenveranstaltungen planen Sie für das kommende Jahr? Sofern Sie verschiedene Events abhalten, beschreiben Sie bitte die Unterschiede in ihrer Ausrichtung. (z.B. Werksbesuche, Messebesuche, Bildungsreisen, etc.).

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Gibt es bei Ihnen einen Veranstaltungskalender mit Ihren für die Kunden relevanten Terminen?
	[ ]  Ja [ ]  Nein

**Presse- & Öffentlichkeitsarbeit offline**

* 1. Schicken Sie Pressemitteilungen an Ihre regionalen Tageszeitungen?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte fügen Sie Beispiele an.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Laden Sie Pressevertreter ein, wenn bei Ihnen besondere Ereignisse anstehen? [ ]  Ja [ ]  Nein

Listen Sie bitte bis zu 3 Beispiele auf.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Haben Sie
	+ eine Imagebroschüre Ihres Unternehmens

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* + eine Kundenzeitschrift Ihres Unternehmens

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* + einen Imagefilm Ihres Unternehmens

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* + Anzeigen/Prospekte für eigene Serviceangebote im Aftersales Bereich

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* + Werbeartikel mit eigenem Branding

[ ]  Ja [ ]  Nein

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

Bitte für alle Elemente Beispiele beifügen

**Online-Öffentlichkeitsarbeit / Dienstleistungen**

* 1. Zu den digitalen Medien inkl. social media – Bitte beschreiben Sie in Stichworten:
	+ Welche Kanäle verwenden Sie als Marketinginstrumente?
	+ Welche Inhalte bilden Sie dort typischerweise ab?
	+ Wie ist die Nutzung mit Ihrem Mediaplan verzahnt?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Bitte fügen Sie bis zu drei Fotos von Direktwerbungen bei.

Dateien: Klicken Sie bitte hier, um die Dateinamen Ihrer Dokumente anzugeben.

* 1. Welche Inhalte betreffend Marketing/Kundenorientierung zeigen Sie auf Ihrer Internetseite?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

Folgen die Inhalte einem unterjährigen Marketingplan? [ ]  Ja [ ]  Nein

Bitte nennen Sie dazu die URL Ihrer Webseite: www. Wert

Die Jury wird Ihre Internetseite auf folgende Bewertungspunkte überprüfen:

* + Präsentation des Betriebes und des Markenspektrums [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Neumaschinen-Angebote [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Nachwuchs- und Mitarbeiterakquise [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Präsentation von Sonderaktionen [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Servicemarketing [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Shop mit direkter Bestellmöglichkeit [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Ersatzteilshop mit direkter Bestellmöglichkeit [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Gebrauchtmaschinen-Angebote [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Ansprechpartner [ ]  Ja [ ]  Nein
	+ Öffnungszeiten [ ]  Ja [ ]  Nein
	1. Wie analysieren Sie Zahl und Herkunft der Besucher Ihrer Homepage?
	Geben Sie uns ein Beispiel.

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.

* 1. Analysieren Sie fortlaufend die Internetseiten Ihrer direkten Wettbewerber?

[ ]  Ja [ ]  Nein

Was analysieren Sie dabei?

Klicken Sie bitte hier, um Ihre Antwort einzugeben.