

Auswirkung der Gesamt-Händler-Performance auf die Kundenzufriedenheit

Ein Unternehmen, das einen Onlinemarktplatz betreibt, muss seine Händler gut kennen, um mit ihnen eine optimale Partnerschaft ausüben zu können. Die Analyse der Zufriedenheit der Endkunden spielt dabei für beide Parteien die wichtigste Rolle. Ob und welche Performance-Faktoren der Händler aber tatsächlich einen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit haben, liegt nicht immer auf der Hand.

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es daher, die Gesamt-Performance der Auftragsabwicklung sowie derjenigen der Händler, die ihre Produkte auf diesem Onlinemarktplatz anbieten, zu analysieren und deren Auswirkung auf die Kundenzufriedenheit zu untersuchen. Die erarbeiteten Erkenntnisse sollen als Datengrundlage für die Spezifikation eines Bonus-Malus-Systems der Händler dienen. Zur Gesamt-Performance der jeweiligen Händler zählen die Liefergeschwindigkeit, die Retourenquoten und die Stornierungsquoten. Weiter gehört zudem die Case-Quote, welche sich aus der Gegenüberstellung von Gesamtbestellungen je Händler und der jeweiligen Anzahl Cases im Customer-Service zusammensetzt. Die Kundenzufriedenheit wird anhand der Wiederverkaufsrate, genannt Rebuy-Rate, analysiert.

Die vom Onlinemarktplatz zur Verfügung gestellten Daten werden mit der Programmiersprache R aufbereitet und in Excel veranschaulicht. Zudem werden die entsprechenden Prozesse in einem Diagramm visuell dargestellt und es wird aufgezeigt, wie die zu analysierenden Daten im Prozess generiert werden. Schliesslich werden pro Händler alle vier Performance-Faktoren und die Kundenzufriedenheit in einer Liste ersichtlich dargestellt. Für jeden Performance-Faktor und die Rebuy-Rate wurde je eine Top- und Flopliste erstellt, in welcher die jeweils 30 stärksten respektive 30 schwächsten Händler verzeichnet sind.

Aus der Analyse resultiert, dass vor allem die Case-Quote eine deutliche Auswirkung auf die Kundenzufriedenheit hat. Neben der Case-Quote weisen auch der Mittelwert der Liefergeschwindigkeit und die Retourenquote einen signifikanten Einfluss auf die Rebuy-Rate aus. Das Ziel dieser Bachelorarbeit konnte somit erreicht und darüber hinaus erfolgskritische Aspekte zum Ablauf der Auftragsabwicklung analysiert und dokumentiert werden.



Diplomierende
Baris Bayram
Tamara Ganz

Dozierende
Raimond Matthias Wüst
Manuel Renold

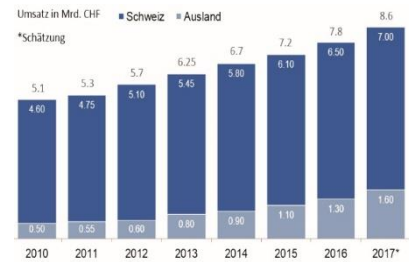
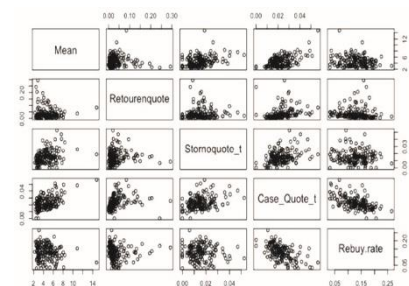


Abbildung 2: Entwicklung Marktvolumen, Online- und Versandhandel 2010-2017

Entwicklung Marktvolumen, Online- und Versandhandel 2010-2017



Pairs-Plot für die Visualisierung von Zusammenhängen der Variablen