



Zertifizierter Einzelberater

Leitfaden zur Vorbereitung von Qualitäts-Audits  
Fassung für Einzelberater

herausgegeben von



Österreichisches PR-Gütezeichen

## Einleitung

Um qualitativ hochwertige PR-Arbeit nachvollziehbar zu machen, wurde von der Agenturenvereinigung ÖPR – Österreichisches PR-Gütezeichen im Jahr 2004 der international etablierte Qualitätsstandard Consultancy Management Standard (CMS) in Österreich eingeführt. Zehn Jahre später folgt nun der nächste evolutionäre Schritt: ÖPR erweitert den Standard der ICCO (International Communications Consultancy Organisation) um marktrelevante, österreich-spezifische inhaltliche sowie ethische Kriterien und bündelt beide Zugänge im „Österreichischen PR-Gütezeichen“.

Das Österreichische PR-Gütezeichen richtet sich an PR-Agenturen wie auch Kommunikations-/PR-Abteilungen von Unternehmen oder Institutionen und ist in seiner ursprünglichen Form aufgrund der Komplexität der Anforderungen nicht für PR-Einzelberater anwendbar. Um jedoch auch für Einzelberater ein entsprechendes Kennzeichen zu schaffen, wurde der Standard des Österreichischen PR-Gütezeichens adaptiert. Auf dieser Grundlage können sich Einzel-Berater auditieren lassen und als „Zertifizierte Einzelberater“ auftreten.

Einzelberater sind in diesem Zusammenhang PR-Berater, die ihre Geschäftstätigkeit alleine ausüben und in kein Unternehmen (weder als Gesellschafter noch als Angestellter oder freier Dienstnehmer) eingebunden sind.

Das Qualitätssiegel „Zertifizierter Einzelberater“ signalisiert, wer sich zu ethisch sauberer Arbeit bekennt, inhaltliche Qualitätsaspekte verfolgt und gleichzeitig Ablauf- bzw. Organisationsqualität im Auge hat.

Damit ist es ein positives Unterscheidungsmerkmal für Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner.

Es ist aber auch für den Berater selbst wertvoll. Denn es unterstützt darin, Qualität und Effizienz bei wiederkehrenden Aufgaben sicherzustellen und Ressourcen für Weiterentwicklung freizumachen. Es trägt dazu bei, dass Probleme rascher erkannt und signifikante Krisen vermieden werden.

### Grundsätzliches Bekenntnis

Eine der maßgeblichen Grundlagen des Zertifikats ist der Ehrenkodex des PRVA. Bedingung für das Erlangen ist es daher, dass sich die/der BeraterIn dazu bekennt, niemanden dazu anzuleiten oder gar Druck auszuüben, dem Ehrenkodex widersprechend zu handeln. Zusätzlich anerkennt ein Träger des

Zertifikats den Österreichischen PR-Ethik-Rat als Beschwerde- und außergerichtliche Streitschlichtungsstelle der österreichischen PR-Branche.

Sollte die/der BeraterIn seitens Dritter wiederholt gesetzwidrige Angebote erhalten oder sollte anderweitig Druck ausgeübt werden, den Ehrenkodex zu missachten, ist die/der BeraterIn verpflichtet, Sanktionen zu setzen und gegebenenfalls den Sachverhalt dem PR-Ethik-Rat zu melden.

### **Bewertung**

Um das Zertifikat zu erlangen, stellen sich BeraterInnen einem objektiven und standardisierten Zertifizierungsverfahren. Seitens der Zertifizierungsstelle und der Auditororganisation (XERO) wird dabei im Rahmen eines umfassenden Audits Reifegrad und Umsetzungsqualität der Qualitätsausrichtung und angewandten Systematiken bewertet.

Diese Systematik muss in den Arbeitsabläufen implementiert und an den Vorgaben folgender Standards orientiert sein:

- CMS III (Consultancy Management Standard)
- Österreichspezifische Kriterien

Im Rahmen eines Audits werden Methodik und Systematik hinsichtlich Konformität bewertet. Hinter einem Audit im praktischen Sinne verbirgt sich allerdings etwas mehr, nämlich das Sammeln von Informationen und Nachweisen. In Soll-Ist-Vergleichen wird darauf geachtet, ob geforderte Standards in der Praxis umgesetzt werden und ob sie in der vorliegenden Art geeignet scheinen, die gesetzten Ziele zu erreichen. Einfach ist der Begriff Audit als „Begutachtung“ zu interpretieren, wobei der/die Auditor/in als Gutachter/in agiert und bei der Lösung von Problemen bzw. ggf. bei der Verbesserung der betrieblichen Abläufe unterstützt.

Um das Zertifikat verliehen zu bekommen, müssen alle im Standard angeführten Themen in zweckmäßiger und geeigneter Form zur Anwendung gelangen. Im Rahmen des Audits werden daher zu jedem einzelnen Themenpunkt gezielte Gespräche geführt und Nachweise eingesehen. Die Bewertung zur Konformität erfolgt in Form eines umfassenden Auditberichtes, der nach Abschluss eines Audits erstellt wird und auch alle Ideen, Verbesserungsvorschläge und Hinweise enthält, die der weiteren Optimierung dienen.

Das Zertifikat, das nach der erfolgreichen Absolvierung eines Audits von der Zertifizierungsstelle ausgestellt wird, hat eine Gültigkeit von zwei Jahren und kann anschließend wieder mit einem Re-Zertifizierungsaudit verlängert werden.

Über Consultancy Management Standard [www.iccopr.com/member-benefits/cms.aspx](http://www.iccopr.com/member-benefits/cms.aspx)

Über ICCO [www.iccopr.com](http://www.iccopr.com)

Über ÖPR [www.prguetezeichen.at](http://www.prguetezeichen.at)

## Ethische Grundlagen

### 1. Information

Wie stellt die/der BeraterIn sicher, dass der Ehrenkodex des PRVA allen Kunden und Lieferanten bekannt ist?

### 2. Verpflichtung

In welcher Form macht die/der BeraterIn Lieferanten und Geschäftspartner auf den Ehrenkodex aufmerksam?

In welcher Form nimmt die/der BeraterIn die – für die Kerntätigkeitsfelder der PR-Betreuung relevanten – Lieferanten und Geschäftspartner in die Pflicht? Hat die/der BeraterIn beispielsweise ein System, dass nur jene Lieferanten und Partner „preferred partner“ werden können, die sich zur Einhaltung des PRVA-Ehrenkodex (schriftlich) verpflichten?

Wie geht die/der BeraterIn mit wiederholten Verstößen gegen den Ehrenkodex um? Sind Abläufe und Konsequenzen definiert?

## Qualitätskriterien für die inhaltliche Arbeit

### 1. Zielerreichung für den Auftraggeber

Wie stellt die/der BeraterIn sicher, dass die Zielerreichung für den Auftraggeber bei Beratung, Konzeption und Realisierung von Projekten immer unter Wahrung der ethischen Richtlinien im Vordergrund steht?

Werden Ziele und Strategien gemeinsam bzw. im Dialog mit dem Auftraggeber entwickelt und/oder abgestimmt?

Werden messbare Ziele formuliert?

Werden Maßnahmen den Vorgaben entsprechend, im Rahmen der budgetären Vorgaben und termingerecht durchgeführt?

### 2. Inhaltliche Qualität

Wie stellt die/der BeraterIn sicher, dass zweckmäßige Kommunikationsmittel und Instrumente zum Einsatz kommen, um informations- und dialogorientierte Kommunikation zu erzielen? (Sind die Kommunikationsinstrumente State-of-the-art? Wird Kreativität gefördert? Sind die Maßnahmen auf nachhaltige Wirkung ausgerichtet?)

Wie stellt die/der BeraterIn sicher, dass die Arbeit ggf. durch geeignete und adäquat ausgebildete Freelancer/Lieferanten durchgeführt wird? (umfassendes PR-Know-how, persönliche Integrität, Kenntnis über Instrumente und Einsatzgebiete, Verantwortungsbewusstsein, Vertrauenswürdigkeit)

Wie stellt die/der BeraterIn sicher, dass mit den Ressourcen des Auftraggebers verantwortungsvoll umgegangen wird? (Effizienz, Angemessenheit der Mittel, sinnvolle Beziehung zwischen Zweck und Mittel, Mitarbeiterressourcen)

Wie stellt die/der BeraterIn sicher, dass die Arbeit unter Berücksichtigung der gesellschaftlichen Verantwortung erfolgt? (verantwortungsvoller Umgang mit Teil-Öffentlichkeiten, Schaffung eines Interessensausgleichs, Einhaltung aller rechtlichen Rahmenbedingungen, wahrheitsgetreu)

### 3. Ablehnung sittenwidriger Honorare

Setzt die/der BeraterIn die freiwillige Selbstbeschränkung der ÖPR um und verzichtet auf Honorare, die in Zusammenhang mit Transaktionsgeschäften der öffentlichen Hand schlagend werden würden und von der Höhe des erzielten Kauf- bzw. Verkaufspreises abhängig wären (also nicht an den tatsächlichen Arbeits- und Zeitaufwand eines PR-Beraters gebunden sind)?

## Qualitätsmanagement nach Consultancy Management Standard (CMS III)

### 1. Führung und Kommunikation

Zertifizierte Einzelberater müssen nachweisen, dass sie gut organisiert sind und dass die Verantwortlichkeiten auf sämtlichen Ebenen eindeutig festgelegt werden.

<p>1.1. Wurden Risiken für die Tätigkeit als Berater im Zusammenhang mit wichtigen internen oder externen Änderungen identifiziert und die entsprechenden Maßnahmen ergriffen?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sämtliche kurz- oder langfristigen Risiken für ihre/seine Geschäftstätigkeit ermitteln</li> <li>- die potenziellen Auswirkungen sämtlicher ermittelter Risiken bewerten</li> <li>- die erforderlichen Pläne zur Eindämmung dieser Risiken ausarbeiten</li> </ul> <p>Wenn die potenziellen Risiken beträchtlich sind, sollte die/der BeraterIn angemessene Notfallpläne erstellen. Diese Pläne sollten die folgenden Themenbereiche umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschäftsfähigkeit, d.h. die Möglichkeit, die Kunden auch weiterhin bedienen zu können</li> <li>- Auswirkungen auf die Betroffenen, d.h. Kunden, Partner, verbundene Unternehmen, etc.</li> </ul> <p>Es sollte ebenfalls eine Risikoanalyse in Bezug auf die Organisationsänderungen durchgeführt werden, die sich möglicherweise nachhaltig auswirken.</p> <p>Beispiele für solche Organisationsänderungen: Umzug des Büros, IT-Umstellung, Einbindung neuer/anderer Freelancer oder Lieferanten bzw. Beendigung der Zusammenarbeit mit Freelancern oder Lieferanten.</p>
<p>1.2. Hat die/der BeraterIn eine</p>	<p>Die/der BeraterIn muss eine Vorgehensweise definiert haben, wie sie/er die fortlaufende Geschäftsfähigkeit sicherstellt. Dazu zählt</p>

<p>Nachfolgeregelung für sich entwickelt?</p>	<p>insbesondere eine entsprechende Nachfolgeregelung bzw. Stellvertretungsregelung.</p>
<p>1.3. Gibt es ein System, um die wirksame Kommunikation mit externen Partnern sicherzustellen?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte zuerst sämtliche Stakeholder ermitteln. Sie/Er sollte ebenfalls feststellen, welche Themen zu welchem Zeitpunkt kommuniziert werden sollten. Die Stakeholder sind üblicherweise Medien, Anrainer, öffentliche Stellen, Partner und Berater, Gewerkschaften, Berufsverbände und Bildungseinrichtungen. Eine externe Kommunikationspolitik oder ein Prozessablauf für die Kommunikation sollten die oben aufgeführten Punkte umfassen.</p>
<p>1.4. Wie unterstützt die/der BeraterIn Aktivitäten der Nachhaltigkeit und wendet sie/er diese an?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte aufzeigen, welche Aktivitäten und Programme sie/er im Sinne einer Nachhaltigkeit fördert. Definiert ist Nachhaltigkeit als das Schaffen von überdauernden Werten durch verantwortliches Handeln. Es muss dargelegt werden, wie diese Aktivitäten und Programme kommuniziert werden und wie diese in der täglichen Arbeit zur Anwendung kommen. Beispiele für vorbildliche Handlungsweisen sind hier der Umgang mit Rohstoffen wie Energie, Strom, Wasser, Papier, der Einsatz umweltschonender Technologien und Materialien, die gezielte Entsorgung von Hilfsmitteln, Büromaterialien und elektronischem Abfall, usw.</p>

## 2. Entwicklung

Zertifizierte Einzelberater müssen nachweisen, wie sie für kontinuierliche Weiterentwicklung sorgen, um die langfristigen Ziele ihrer Geschäftstätigkeit zu erreichen.

<p>2.1. Welche Maßnahmen setzt die/der BeraterIn, um für kontinuierliche Weiterentwicklung zu sorgen?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte über einen Innovations- und Entwicklungsprozess für neue Services und Dienstleistungen verfügen. Sie/er muss nachweisen, wie sie/er mithilfe von neuen Ideen und Services den Umsatz und die Profitabilität steigert.</p> <p>Dieser wichtige Innovations- bzw. Entwicklungsprozess kann als Ablaufdiagramm (Work Flow) dargestellt werden.</p> <p>Ein guter Entwicklungsprozess beinhaltet Pläne für die Implementierung und Vermarktung neuer Services, ebenso wie klare Konzepte (Beschreibung von Vorteilen, dem Nutzen und Mehrwert für Kunden). Systematische Entwicklung bedeutet auch die Erprobung neuer Services im Feld, z.B. bei konkret ausgewählten Kunden.</p>
<p>2.2. Setzt die/der BeraterIn Benchmarking als Mittel zur Weiterentwicklung ein?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte eindeutig festlegen, was verglichen werden soll und mit wem der Vergleich stattfinden soll.</p> <p>Bezüglich des Punktes "Was verglichen werden soll" gibt es drei Möglichkeiten zur Festlegung von Maßstäben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Leistung – das eigene Leistungsniveau wird mit dem anderer Einzelberater verglichen, um sich selbst entsprechend einzustufen (z.B. Benchmarking-Untersuchungen, Honorarumfragen, Grundlagenerhebungen durch nationale Verbände).</li> <li>- Prozesse – Identifizierung von best practice-Prozessen und Vergleich mit den eigenen.</li> <li>- Strategien – Ermittlung der Strategien der Konkurrenten und Vergleich mit den eigenen (z.B. Vergleich der Akquisitions- oder Wachstumsstrategien der wichtigsten Konkurrenten mit den eigenen)</li> </ul> <p>In Bezug auf den Punkt "Mit wem der Vergleich stattfinden soll" gibt es folgende Möglichkeiten für die Festlegung von Maßstäben:</p>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Im Wettbewerb – mit Konkurrenten, d.h. anderen Einzelberatern oder Spezialisten auf diesem Sektor</li><li>- Allgemein – mit Beratern anderer Branchen, z.B. Unternehmensberatern</li></ul>
--	--

### 3. Finanzsystem

Zertifizierte Einzelberater müssen nachweisen, dass ihre Finanzmanagementsysteme angemessen sind, um operativ wirksam arbeiten zu können. Dieses Element ist nicht als umfassende Finanzprüfung vorgesehen, sondern soll lediglich sicherstellen, dass grundsätzliche Kontrollmechanismen für das Finanzmanagement vorhanden sind und funktionieren.

<p>3.1. Verfügt die/der BeraterIn über eine angemessene Buchführung?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte wichtige Informationen des Finanzmanagements zusammenstellen, was zum Beispiel folgendes umfasst: Jahresabschlüsse, Schlüsselzahlen/-indikatoren und Berichte über die Finanzsituation.</p> <p>Die/der BeraterIn sollte ebenfalls Nachweise über Analysen über Schlüsselbereiche der Beratungstätigkeit, wie z.B. Over-Servicing, vorlegen können.</p>
<p>3.2. Verfügt die/der BeraterIn über wirksame Systeme zur Kontrolle von Außenständen?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte nachweisen, dass sie/er über eine wirksame Kontrolle der Außenstände verfügt und dass relevante Informationen des Finanzmanagements diese beinhalten, z.B.: Verfahren für die Kontrolle der Außenstände, Bewertungen der Bonität, Nachweise über Wertberichtigungen auf uneinbringliche Forderungen, Listen mit Altschuldnern und Gläubigerlisten.</p>
<p>3.3. Verfügt die/der BeraterIn über wirksame Systeme für Zeitaufzeichnungen, Rechnungen und Preisverhandlungen?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte nachweisen, dass sie/er über Systeme und Prozesse verfügt, die für eine angemessene Kontrolle der folgenden Aspekte sorgen: Preisverhandlungen, Zeitaufzeichnungen, Abrechnungen und Serviceniveau.</p>
<p>3.4. Verfügt die/der BeraterIn über ein angemessenes System zur Finanzberichterstattung?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte Nachweise über Finanzberichte in folgender Form erbringen können: geprüfte Konten, Berichte über Finanzleistungen, Besteuerung und Informationen über Pensionsfonds.</p>
<p>3.5. Wie wird die Wirtschaftlichkeit bewertet, und werden</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte nachweisen, dass ihre/seine Prozesse zu Finanzplanung und Controlling Schritte beinhalten, welche eine</p>

<p>Maßnahmen implementiert, um eine fortdauernde Geschäftstätigkeit zu gewährleisten?</p>	<p>langfristige Gesundheit im Sinne der Wirtschaftlichkeit ermöglichen. Diese müssen folgendes sicherstellen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Langfristige finanzielle Stabilität</li><li>- Gleichbleibende oder erhöhte Profitabilität</li><li>- Angemessene Reserven, um auf sich ändernde Marktbedingungen zu reagieren, die in Übereinstimmung mit den eigenen Risikoanalysen sind (siehe 1.1)</li></ul>
---	--

#### 4. Durchführung von Projekten oder Kampagnen

Zertifizierte Einzelberater müssen gegenüber den Auditoren nachweisen, dass sie über geeignete Systeme verfügt, um eine wirksame Planung, Durchführung und Bewertung von Projekten zu ermöglichen.

<p>4.1. Verfügt die/der BeraterIn über ein wirksames System zur Erfassung der Kundenanforderungen?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte über ein System verfügen, um Kundenanforderungen zu erfassen – unabhängig davon, ob es sich um eine Anfrage eines bereits vorhandenen Kunden oder eines neuen Unternehmens handelt. Unter Kundenanforderungen wird verstanden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zielsetzungen des Kunden</li> <li>- Wesentliche Erfolgsfaktoren (die wichtigsten Aktivitäten, die für den Erfolg des Projekts notwendig sind)</li> <li>- Wichtige Leistungsindikatoren und mit dem Kunden abgestimmte Evaluationsinstrumente</li> <li>- Meilensteine und Projektergebnisse</li> <li>- Genehmigungs- und Freigabeprozess durch den Kunden</li> </ul>
<p>4.2. Verfügt die/der BeraterIn über ein wirksames Planungssystem, um den Erwartungen der Kunden gerecht zu werden?</p>	<p>Die/der BeraterIn muss nachweisen, dass sie/er bei der Planung folgende Aktivitäten setzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchführung von Untersuchungen vor einem Projekt</li> <li>- Planung des Projektes</li> <li>- Zuweisung und Verfügbarkeit angemessener Ressourcen: Zeit, Personal, Etat</li> <li>- Entwicklung einer Strategie</li> <li>- Kommunikationsprozesse: Kontakte, Feedback zum Fortschritt des Projekts, Kundenmeetings</li> </ul>
<p>4.3. Verfügt die/der BeraterIn über einen wirksamen Informationsfluss?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte über wirksame Systeme für den Umgang mit wichtigen Informationen verfügen: elektronische und manuelle Ablage, Handhabung, Datensicherung, Abfrage, Entsorgung und generelle Sicherheit.</p>

<p>4.4. Stellt die/der BeraterIn sicher, dass die Serviceleistungen seitens der Lieferanten gleichmäßig erbracht werden?</p>	<p>Die/der BeraterIn muss nachweisen, dass ihre/seine Lieferanten einen Auswahl-, Genehmigungs- und Überwachungsprozess durchlaufen, um angemessene und gleichmäßig gute Serviceleistungen sicherzustellen. Ein wirksames System kann die folgenden Punkte umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Überwachung der erbrachten Leistungen</li> <li>- Nachweis, dass die/der BeraterIn mit bevorzugten Lieferanten Beziehungen und Partnerschaften aufbaut.</li> </ul>
<p>4.5. Überwacht die/der BeraterIn den Verlauf von Projekten und ergreift sie/er bei Bedarf geeignete Maßnahmen?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte nachweisen, dass sie/er regelmäßig den Verlauf von Projekten überwacht, um eine wirksame Umsetzung des Projektplanes sicherzustellen, damit Kundenanforderungen erfüllt und die eigene Reputation bewahrt bzw. erhöht wird.</p> <p>Die/der BeraterIn sollte zusammen mit dem Kunden eine geeignete Form der Evaluierung festlegen – und zwar anhand von wichtigen Leistungs- und Erfolgsfaktoren, Meilensteinen, zu erreichenden Zielen und Projektergebnissen (siehe 4.1).</p> <p>Wenn die Leistungen hinter den Erwartungen zurückbleiben, sollten angemessene Abhilfemaßnahmen ergriffen werden. Wesentliche Versäumnisse sollten umfassend untersucht werden, um die zugrunde liegenden Ursachen festzustellen und Aktivitäten zur Systemverbesserung einzuleiten, damit ein neuerliches Auftreten verhindert wird.</p> <p>Nachweise für ein Projekt-Monitoring sind: Berichte über den Projektstatus, Aufzeichnungen zu Treffen mit Kunden.</p>
<p>4.6. Wie bewertet die/der BeraterIn Nutzen und Mehrwert, den sie/er in Projekten und Kommunikationskampagnen für ihre/seine Kunden schafft?</p>	<p>Die/der BeraterIn muss ein System einsetzen, um die Effektivität ihrer/seiner Projekte und Kommunikationskampagnen für den Kunden zu beweisen. Der Nutzen und der Mehrwert der Projektarbeit, der sich aus den Kommunikationszielen ergibt, muss identifiziert und bewertet werden. Dabei werden die Bedürfnisse des Kunden berücksichtigt.</p> <p>Die Vorgehensweise der/des Beraterin/s bei der Evaluation von Projekten sollte sich am weltweiten Standard orientieren, der im</p>

Juni 2010 mit der „Barcelona Declaration of Research Principles“ veröffentlicht wurde:

1. Ziele vereinbaren und die Zielerreichung bewerten sind fundamentale Kriterien jeglicher PR Arbeit.
2. Medienbewertung erfordert Quantität und Qualität - sich hier einzuschränken reicht nicht aus.
3. Der Werbewert (Advertising Value Equivalent = AVEs) alleine sagt nichts über den Wert der PR Arbeit aus und liefert keine Informationen bezüglich zukünftiger Aktivitäten.
4. Neue Medien können und sollen bewertet werden.
5. Die Bewertung von Projektergebnisse ist der Bewertung von Medienergebnissen klar vorzuziehen.
6. Geschäftsergebnisse können und sollen bewertet werden, wo immer das möglich ist.
7. Transparenz und Wiederholbarkeit sind für fundierte Evaluation von höchster Bedeutung.

## 5. Kundenzufriedenheit

Zertifizierte Einzelberater müssen den Nachweis erbringen, dass die Kundenzufriedenheit beständig und kontinuierlich gemessen wird. Die/der BeraterIn ist sich der Tatsache bewusst, dass zur Verbesserung ihrer/seiner professionellen Fähigkeiten die Meinungen der Kunden zu den erbrachten Leistungen methodisch untersucht und diese Informationen eingesetzt werden müssen, um den Service für die Kunden zu verbessern.

<p>5.1. Verfügt die/der BeraterIn über ein System zur Messung der Kundenzufriedenheit?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte über ein angemessenes System zur Messung der Kundenzufriedenheit verfügen, das sämtliche Kunden umfasst.</p> <p>Das System umfasst üblicherweise einige folgender Aktivitäten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- regelmäßige Treffen zu Evaluation und Bewertung</li> <li>- regelmäßige informelle Treffen oder gemeinsame Mittagessen</li> <li>- formelle jährlich oder halbjährlich stattfindende Überprüfungen</li> <li>- Untersuchungen zur Kundenwahrnehmung / Fragebögen</li> <li>- Beschwerdesysteme</li> </ul> <p>Das System sollte die Häufigkeit der Überprüfungen und die eingesetzten Mittel ausweisen und wichtige Leistungsindikatoren zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit festlegen.</p> <p>Die/der BeraterIn muss die Ergebnisse der Messung dokumentieren.</p>
<p>5.2. Beinhaltet die Messung der Kundenzufriedenheit sämtliche Elemente der Kundenbetreuung?</p>	<p>Um sicherzustellen, dass die Beraterleistung den Kundenerwartungen entspricht, ist es wichtig, alle Aspekte zu berücksichtigen, die Einfluss auf die Kundenzufriedenheit haben. Das System sollte folgende Faktoren messen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verstehen der Kundenerwartungen</li> <li>- Erfüllung der Kundenanforderungen</li> <li>- Kommunikation mit dem Kunden</li> <li>- Marktkenntnis</li> <li>- Kreativität</li> <li>- Strategisches Denken</li> <li>- Termintreue</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualität der Leistungserbringung</li> <li>- Kundenwahrnehmung hinsichtlich der gesamten Betreuung</li> </ul>
<p>5.3. Wird die Messung der Kundenzufriedenheit wirksam durchgeführt?</p>	<p>Die/der BeraterIn muss nachweisen, dass die Kundenzufriedenheit im Vergleich zu den vorgegebenen Zielen gemessen wird und in der Folge auch entsprechende Maßnahmen gesetzt werden.</p> <p>Es ist wichtig, dass die Befragungsergebnisse an die Kunden zurück gemeldet werden, dabei kann ein individuelles Feedback bei einigen Kunden durchaus angebracht sein.</p>
<p>5.4. Vergleicht die/der BeraterIn die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsmessungen aller Kunden miteinander?</p>	<p>Die/der BeraterIn sollte regelmäßig die Kundenzufriedenheit überprüfen. Dies sollte eine Trendanalyse der Zufriedenheit übergreifend über sämtliche Kunden beinhalten.</p> <p>Festgestellt werden sollte auch, wie wirksam das System die Kundenzufriedenheit misst.</p>

## 6. New Business

Zertifizierte Einzelberater müssen über ein wirksames System für die Neugeschäftsentwicklung verfügen, das auch den Umgang mit Anfragen und die Abwicklung von Akquisitionsprozessen beinhaltet, um die gesteckten Ziele zu erreichen.

<p>6.1. Verfügt die/der BeraterIn über ein System für die Neugeschäftsentwicklung, um die gesteckten Ziele auch wirklich zur erreichen?</p>	<p>Die Neugeschäftsstrategie muss anhand von Zielen ausgearbeitet werden.</p> <p>Die Strategie beinhaltet Folgendes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketingpläne</li> <li>- Studien und Fallbeispiele, z.B. die Analyse der Geschäftschancen im Markt oder speziellen Segmenten</li> <li>- Leistungsüberwachung</li> </ul>
<p>6.2. Verfügt die/der BeraterIn über ein wirksames System für den Umgang mit Anfragen und Neugeschäftspräsentationen?</p>	<p>Die/der BeraterIn muss einen wirksamen Prozess zur Handhabung und Bearbeitung von Anfragen, Konzepten, Präsentationen, Ausschreibungen, Verträgen und Abschlüssen nachzuweisen. Ein wirksames System inkludiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berichterstattung, Handhabung, Verfolgung und Abschluss sämtlicher Anfragen und Konzepte</li> <li>- Analyse gewonnener und verlorener Aufträge bzw. Präsentationen</li> <li>- Neugeschäftsvermittler</li> <li>- Aufbau zukünftiger Kundenbeziehungen, einschließlich Datenbankmanagement und einer regelmäßigen Überprüfung verlorener Präsentationen und Kunden.</li> </ul>

## Kontakt

### Österreichisches PR-Gütezeichen

Lothringerstraße 12/4.Stock  
1030 Wien

T: +43 1 715 15 40

F: +43 1 715 15 35

[office@prguetezeichen.at](mailto:office@prguetezeichen.at)