

Service-Studie: Online-Chat bei Kfz-Versicherern - Schwächen beim Online-Chat, Service der Versicherer in diesem Bereich nur mittelmäßig – Ergo Direkt ist Testsieger

Probleme lösen und perfekt beraten? Wer bei Kfz-Versicherern die Online-Chatfunktion nutzt, sollte seine Erwartungshaltung nicht zu hoch schrauben. Vor allem in puncto Schnelligkeit ist Kundenfrust möglich. Das zeigte die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ), welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv den Chat bei sieben Kfz-Versicherern getestet hat.

Chats offenbaren viel Mittelmaß

Kfz-Versicherer mit einem Chat-Angebot im Internet zeigen ein offenkundiges Verbesserungspotenzial – die Leistung in diesem Servicebereich ist insgesamt nur befriedigend. Ein Unternehmen erzielt als erfreuliche Ausnahme das Qualitätsurteil „sehr gut“. Eine der generellen Schwachstellen ist der nicht selten zähe Gesprächsfluss: In fast allen Chats kommt es im Test zu längeren Pausen von über einer Minute. Im Schnitt rund 53 Sekunden müssen die Nutzer auf die Beantwortung ihrer Fragen warten – eine zu lange Zeit. Zudem erfolgen viele Chats nach Schema F: Im Test wird annähernd jedes zweite Gespräch (46,7 Prozent) zu wenig individuell geführt.

Fachkundige Auskünfte

Als Stärke der Unternehmen erweist sich die Beratungskompetenz. Die Mitarbeiter geben fast ausnahmslos korrekte Auskünfte, beraten in fast 72 Prozent der Chats in einen angemessenen Umfang und sind auch sicher in der Rechtschreibung. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Der Chat stellt einen zunehmend wichtigen Kontaktkanal für Interessenten und Kunden dar. Punkten können die Kfz-Versicherer am ehesten mit ihren fachkundigen Mitarbeitern. Allerdings besteht in der Branche generell noch Nachholbedarf – viele Unternehmen bieten keinen Chat und somit in diesem Bereich auch keinen Service.“

Chat-Service bei Ergo Direkt top

Sieger der Service-Studie ist Ergo Direkt. Der Versicherer sichert sich als einziger Anbieter das Qualitätsurteil „sehr gut“. Das Unternehmen erteilt in allen Chats korrekte und vollständige Auskünfte. Auch reagieren die Mitarbeiter auf die Fragen schnell, die Antworten sind gut verständlich und fallen vergleichsweise individuell aus. Auch können Nutzer im Anschluss an den Chat eine Bewertung vornehmen. Darüber hinaus bietet Ergo Direkt neben einem textbasierten auch einen Video-Chat an. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Direct Line und DA Direkt, beide mit dem Gesamturteil „befriedigend“.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete Filial- und Direktversicherer, die im Rahmen der DISQ-Studie „Kfz-Versicherer 2016“ untersucht wurden und zudem einen Online-Chat als integralen Bestandteil des Internetauftritts anboten. Dies traf auf sieben von 30 Anbietern zu. Die Servicequalität der Versicherer wurde anhand von jeweils zehn Chat-Tests ermittelt. Insgesamt



Markus Hamer

© DISQ

flossen 70 Servicekontakte mit den Unternehmen in die Auswertung ein. Bei der Analyse setzte das Hamburger Marktforschungsinstitut auf ein bewährtes Verfahren: Die verdeckten Chat-Gespräche („Mystery-Tests“) wurden auf der Basis streng definierter Rollenspiele durchgeführt; die Messungen erfolgten nach einem standardisierten Kriterienkatalog. Dabei spielten Kompetenz und Lösungsorientierung der Servicemitarbeiter ebenso eine Rolle wie beispielsweise deren Reaktionsgeschwindigkeit und Freundlichkeit oder auch die Nutzerfreundlichkeit des jeweiligen Chat-Angebots.

Pressekontakt:

Martin Schechtel

Telefon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20

E-Mail: m.schechtel@disq.de

Unternehmen

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Dorotheenstraße 48

22301 Hamburg

Internet: www.disq.de

Über DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.