

Servicebefragung: Kunden wünschen sich bessere Telefonbetreuung

Viele Kunden wünschen sich Verbesserungen im Bereich der Telefonbetreuung. Immerhin ist das Telefon bei Fragen der Kommunikationskanal Nummer Eins. Für Beschwerden liegt die E-Mail hoch im Trend. Der erste Kontakt zum Anbieter wird am liebsten in der Filiale vor Ort hergestellt.

Viele Kunden wünschen sich Verbesserungen im Bereich der Telefonbetreuung. Immerhin ist das Telefon bei Fragen der Kommunikationskanal Nummer Eins. Für Beschwerden liegt die E-Mail hoch im Trend. Der erste Kontakt zum Anbieter wird am liebsten in der Filiale vor Ort hergestellt. Dies zeigen die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage von ServiceRating im Zuge des Wettbewerbs „[Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2014](#)“ (DKD), für die 1.050 Personen vom 20.08 bis 22.08.2013 repräsentativ befragt wurden.

Die meisten Servicekunden (51 Prozent) wünschen sich verstärkte Investitionen im Bereich Telefon. Besonders wird der Wunsch bei den Älteren laut. 56 Prozent der 45 bis 54-Jährigen fänden Verbesserungen wie eine Rund-um-die-Uhr-Betreuung und Beratung wünschenswert. Mit 43 Prozent ist aber auch bei den 18 bis 24-Jährigen der Wunsch nach mehr telefonischem Support am größten. Ein nicht unbedeutender Teil (17 Prozent) dieser Zielgruppe wünscht sich darüber hinaus mehr Apps und mobile Gadgets zur Serviceunterstützung. Mit zunehmendem Alter der Kunden lässt dieser Wunsch zwar nach, liegt aber durchschnittlich noch bei acht Prozent. Auch die Nachfrage nach Verbesserungen im Bereich Social Media tritt besonders bei den Jüngeren vermehrt auf. Zwölf Prozent würden sich hier über Neuerungen freuen. Über alle Altersklassen verteilt würden Servicekunden eine bessere Betreuung beim Besuch der Website begrüßen (30 Prozent).

Verschiedene Kommunikationskanäle für Fragen oder Kritik

Als beliebtester Supportkanal bei Fragen oder für Hilfestellung erweist sich für die allermeisten das Telefon. 44 Prozent greifen bei Fragen am liebsten zum Hörer. Weit dahinter belegt die E-Mail den zweiten Rang (25 Prozent), 17 Prozent fragen am liebsten in der Filiale vor Ort um Rat. Für eine Beschwerde bevorzugen die Kunden dagegen eher einen weniger direkten Kommunikationskanal. Hier ist die E-Mail am beliebtesten (34 Prozent). Knapp jeder Vierte (24 Prozent) tut seinen Ärger am liebsten am Telefon kund, 18 Prozent in der Filiale. Zwölf Prozent teilen ihre Kritik am liebsten in Briefform mit.

Bewährte Medien wie Telefon und E-Mail können sowohl bei Fragen als auch Kritik punkten. Soziale Medien wie Twitter und Facebook werden insgesamt eher selten genutzt. Fünf Prozent der 18 bis 24-Jährigen machen ihrem Ärger gerne öffentlich Luft. Die älteren Generationen benutzen soziale Netzwerke so gut wie gar nicht für diesen Zweck.

Erstkontakt am liebsten persönlich

Für den ersten Kontakt mit einem Serviceanbieter würden die meisten das persönliche Gespräch in der Filiale vorziehen. Jeder Dritte stellt so am liebsten den Kontakt zu seinem zukünftigen Dienstleister her. Die für Fragen und Kritik bewährten Medien Telefon und E-Mail eignen sich auch für die erste Kontaktaufnahme – immerhin sehen das 22 Prozent der Befragten so. 13 Prozent würden sich für das Kontaktformular auf der Homepage entscheiden. Soziale Medien und Fax werden generell nicht als Option wahrgenommen, die Präferenz hierfür liegt bei unter einem Prozent. Einen Live-Chat auf der Homepage fänden insgesamt immerhin noch zwei Prozent für

sich interessant. Unter den älteren Befragten findet sich kaum jemand, der zu dieser Art der Kommunikation bereit wäre.

Über „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“:

Zur Förderung der Kundenorientierung in Unternehmen haben ServiceRating, die Universität St. Gallen und das Handelsblatt den Wettbewerb „[Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister](#)“ für das Jahr 2014 wieder neu ausgeschrieben. Die Anmeldung zum Wettbewerb ist ab sofort möglich. Anhaltspunkte, wie Unternehmen ihren Service nachhaltig verbessern können, werden im Rahmen des Wettbewerbs gewonnen. Teilnehmer erhalten einen dezidierten Bericht über ihre Serviceleistungen und haben zusätzlich die Möglichkeit Anregungen und Verbesserungsvorschläge zum Thema Kundenservice zu erhalten.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.bestedienstleister.de

Pressekontakt:

ServiceRating GmbH

Patricia Cox

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 16 88 288 - 73

E-Mail: cox@servicerating.de

Internet: www.servicerating.de

Über die ServiceRating:

ServiceRating analysiert, optimiert und kommuniziert Servicequalität. Als erste Agentur in Deutschland bietet ServiceRating eine objektive Beurteilung der Kundenservice- und Beratungsleistungen in einem ganzheitlichen Rating-Verfahren sowie im Wettbewerb „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“ an. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie zu aktuellen Servicethemen und Beratung im Servicemanagement werden auf der Internetseite www.servicerating.de veröffentlicht.

