



Zwischen Kundenwunsch und Wirklichkeit

Automatisierung, Big Data, Co-Browsing, Self Service oder Multi-Channel – deutsche Unternehmen sind sehr innovativ im Kundenservice. Aber wollen das auch deren Kunden? *TeleTalk* startet gemeinsam mit der D+S 360° den „Service Check Deutschland“ und schaut bei vielen Branchen genau hin.

Die diesjährige CCW 2015 zeigt erneut, dass Führungskräfte in Call- und Service Centern ein breites Portfolio an Tools, Plattformen und Lösungen zur Optimierung etablierter Kennzahlen oder zur Optimierung der bestehenden Prozesse zur Verfügung steht. Doch sind die seit Jahren etablierten Kennzahlen und Prozesse in der heutigen Zeit überhaupt

noch relevant um einen Dialog im Sinne der Endkunden zu managen? Was sind genau die Wünsche und Bedürfnisse von Endkunden? Klafft möglicherweise eine Lücke zwischen den Wünschen der Kunden und der Servicerealisierung der Unternehmen? Grund genug für *TeleTalk* und die Experten von D+S 360°, hier einmal genauer hinzuschauen: Im Rahmen einer zehnteiligen

Themenstrecke wird jetzt die Servicekultur in unterschiedlichen Branchen genauer unter die Lupe genommen, und zwar mit dem neuen „Service Check Deutschland“. Dabei wird nachgeprüft, ob und in welcher Branche noch Lücken zwischen „Wunsch und Wirklichkeit“ klaffen – und zwar aus Sicht derer, die im Mittelpunkt jeder Kundenservicebetrachtung stehen sollten: Der Kunden.

Profis testen Profis

Die Hamburger D+S 360° übernimmt dabei die Realisierung der Service-Checks: Alle Unternehmen werden mindestens einmal über die Kanäle Telefon, E-Mail und per Brief getestet. Je nach Branche – sofern diese eine Affinität dafür hat – erfolgt auch ein Test der Kanäle Social Media und Chat. Nun weiß jeder Kundenserviceprofi, dass je nach Branche die Wünsche und Bedürfnisse von Kunden sehr unterschiedlich ausfallen können. Ein Geschäftskunde der mit einem Verlag kommuniziert wählt andere Kommunikationskanäle und hat andere Anforderungen an die Qualität der Kommunikation als beispielsweise ein Endkunde,

der sich bei einem Energieversorger über die aktuell verfügbaren Tarife informieren möchte. Deshalb werden die Ergebnisse jeder Erhebung nach Branchen aufgeteilt, und im Rahmen der kommenden Branchenspecials jeder *TeleTalk*-Ausgabe vorgestellt.

Testreihe steht fest

Insgesamt werden dazu in zehn verschiedenen Branchen jeweils die 25 größten „Player“ unter die Lupe genommen. Im Fokus jedes Checks stehen die Qualität der Kommunikation, aber auch die für den Kundendialog eingesetzten Prozesse im Kundenservice. Je nach Branche sollen so die Hürden und Chancen im Kundenservice aufgezeigt werden, und gleichzeitig praktische Lösungsansätze für die Optimierung der Kundenserviceeinheiten an die Hand gegeben werden. Gleichzeitig werden Kunden der jeweiligen Unternehmen zu Wort kommen: Persönliche Interviews werden in den fokussierten Branchen fortlaufend durchgeführt. Um pünktlich zur CCW 2015 die erste Kernfragen-

und Antworten zuordnen zu können, wurden im Vorfeld im Rahmen einer Marktforschung bereits rund 400 Verbraucher nach ihren Kommunikationsvorlieben befragt. Das erste Ergebnis: Bei einem Abgleich der Kundenanforderungen und den Ergebnissen der durchgeführten Erhebung zeigt sich, dass eine breite Kluft zwischen den Kundenwünschen und der Kundenorientierung der einzelnen Unternehmen besteht – bezogen auf die Wartezeiten in der Hotline respektive auf die Erwartungshaltung zur Reaktionszeit bei der Rückmeldung via E-Mail.

Telefon bleibt wichtigster Kanal

Teilgenommen haben an den ersten Befragungen Verbraucher im Alter von 14-69 Jahren – am stärksten beteiligt hat sich die Altersgruppe der 30-39-jährigen Endkunden (26,22 Prozent), gefolgt von den 20-29-jährigen Personen (25,71 Prozent). Angesprochen auf die ihnen wichtigsten Kommunikationskanäle zeigte sich, dass hier eine Tren-

nung zwischen privater und beruflicher Kommunikation festzustellen ist.

Im privaten Umfeld ist mit 26,06 Prozent das Telefon – gleich, ob Handy oder Festnetz-Telefon – immer noch der bevorzugte Kommunikationskanal. Dicht gefolgt von den sozialen Netzwerken mit 18,22 Prozent, der SMS (12,73 Prozent) und Chat (10,75 Prozent). Die E-Mail liegt mit 9,99 Prozent bei der privaten Kommunikation relativ gut positioniert im hinteren Mittelfeld. Auf den letzten Plätzen rangieren das Fax (1,46 Prozent) und der klassische Brief mit 7,12 Prozent. Spannend dabei ist die Erkenntnis, dass im privaten Umfeld die Nutzung von Self Service-Lösungen auf 8,12 Prozent schon deutlich zugelegt hat.

Im Geschäftsleben sieht die Reihenfolge der bevorzugten Kanäle auf den ersten Blick ähnlich aus, denn auch hier steht das Telefon mit 36,94 Prozent auf dem ersten Platz in der Gunst. Die Plätze 2 und 3 werden aber von der E-Mail (14,59 Prozent) und dem

Der Herrscher des Service-Dschungels:

KÖNIG KUNDE



Die Bolzhauser AG – Ihr strategischer Wertschöpfungspartner wenn es um die Kundenzufriedenheit mit dem Customer Service geht. Unser mehrdimensionaler Ansatz, objektive Qualitätsprüfungen und subjektive Kundenmeinungen zu verknüpfen, sorgt für Klarheit.

Bolzhauser bringt Ihnen die GEWINNBRINGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT und identifiziert die Wünsche und Ansprüche Ihrer Kunden je nach Kanal und Anliegen. Reagieren Sie, bevor der Löwe brüllt ...

Wir machen Ihre Kundenzufriedenheit messbar, greifbar und steuerbar. Damit jeder Ihrer Kunden zu einem zufriedenen König wird!

Informieren Sie sich unter 02 12 / 38 51 55 90 oder www.bolzhauser.de



Bolzhauser

ROADMAP VOM „SERVICE CHECK DEUTSCHLAND“ 2015

- *TeleTalk 03/15: „Telekommunikation & IT“
Service-Check bei den 25 größten TK-Unternehmen in Deutschland*
- *TeleTalk 04/15 – „Industrie und Dienstleistungen“
50 bekannten Dienstleistungsunternehmen unter der Lupe*
- *TeleTalk 05/15 – „Energiewirtschaft“
Service-Check bei den 25 größten Energieversorgern;*
- *TeleTalk 06/15 – „Touristik“
15 Reiseveranstalter, 15 Reisevermittler und 15 Hotels im Service-Check*
- *TeleTalk 07/15 – „Öffentliche Verwaltung“
Die Kommunikation der Bürgerämter in den 25 größten Städten in Deutschland*
- *TeleTalk 08/15 – Service Check „Personal“
Personalabteilungen der DAX 30 Unternehmen – und als Special: Die Personalabteilung der 30 größten CC-Anbieter*
- *TeleTalk TT 09/15 – „Pharma & Gesundheit“
Teil 1 – Pharma – Anfrage eines Patienten bei 25 Pharmaunternehmen
Teil 2 – Krankenhäuser – Anfrage eines Kassenpatienten vs. Anfrage eines Privatpatienten bei 25 großen und bekannten Kliniken
Teil 3 – Krankenversicherungen – Anfrage bei den 25 größten gesetzlichen Krankenversicherungen zu den Vorteilen gegenüber den Marktbegleitern*
- *TeleTalk 10/15 – „Handel & Versandhandel“
Check der 100 größten Versandhändler in Deutschland*
- *TeleTalk 11/15 – „Finanzdienstleistungen“
Anfrage zu den Konditionen bei Tagesgeldkonten bei 20 großen Banken und Direktbanken*
- *TeleTalk 12/15 – „Medien und Verlage“
Anfrage zu einem Produkt zu einer Publikation rund um das Thema Buchführung & Rechnungslegung*

Unternehmen aller Branchen sind hiermit ausdrücklich eingeladen, sich selbst zu „registrieren“, damit sie beim branchenspezifischen Service-Check berücksichtigt werden. Interessierte Unternehmen wenden sich bitte direkt an D+S (E-Mail: B.Barnack@ds-cc.de) oder an TeleTalk (E-Mail: faiga@teletalk.de).

klassischen Brief (10,92 Prozent) belegt. Auch hier konnte die Nutzung von Self Service-Lösungen mit 11,52 Prozent deutlich zulegen. Die letzten Plätze in der Geschäftskommunikation teilen sich SMS, Chat (5,63/5,72 Prozent) und die sozialen Netzwerke mit rund 8,36 Prozent.

Wunsch und Wirklichkeit

Die Ergebnisse der ersten Befragungen deuten schon an, wo eine mögliche Kluft zwischen Wunsch und Wirklichkeit im Kundenservice vorhanden sein könnte. Befragt nach Reaktionszeiten auf Anfragen an Kundenservices von Unternehmen haben Endkunden offensichtlich glasklare Vorstellungen bezüglich der zu erbringenden Servicequalität:

Für einen Teil der Interviewteilnehmer sind Wartezeiten in einer Hotline komplett in-

akzeptabel: Rund ein Zehntel (8,74 Prozent) erwartet eine Anrufannahme innerhalb von 20 Sekunden. Etwas kulanter sind 12,08 Prozent der befragten Verbraucher, die eine Reaktionszeit zwischen 21-45 Sekunden für akzeptabel halten. Ein weiteres Viertel aller Kunden (25,45 Prozent) erwartet, dass ein Anruf innerhalb von 46-60 Sekunden angenommen wird. Immerhin 16,45 Prozent der Teilnehmer unserer Befragung geben dem Unternehmen zwischen 91-120 Sekunden für die Annahme ihres Anrufs. Und für nur 5,55 Prozent der befragten Personen ist eine Wartezeit von mehr als 120 Sekunden akzeptabel.

Sehr eindeutig sind auch die Anforderungen bei Rückmeldungen via E-Mail. Nur knapp fünf Prozent (4,19) 4,der Kunden erwarten, dass sie eine Antwort innerhalb von zwei Stunden per E-Mail erhalten. Die meisten

Studienteilnehmer sind geduldiger und warten 13 bis 24 Stunden auf eine Reaktion. Bemerkenswert: 4,88 Prozent der Teilnehmer würden auch länger als 48 Stunden auf eine Rückmeldung vom Kundenservice warten.

Im Vorfeld des ersten „Service Check Deutschland“ zeichnet sich mit der ersten branchenübergreifenden Kundenbefragung ab, dass Kunden ihre Anforderungen und Wünschen an die Servicequalität in deutschen Kundenserviceeinheit klar formulieren. Wir dürfen also sehr gespannt sein, wie die 25 größten TK-Unternehmen in Deutschland den Wünschen ihrer Kunden über die Kanäle Telefon, E-Mail, Chat und Social Media gerecht werden – nachzulesen in *TeleTalk* 03/2015!

**Benjamin Barnack,
Kai-Werner Fajga**