



KUNDENDIALOG ODER KUNDENMONOLOG?

Service-Check 2017, Teil 3: Das Expertenteam der gevekom GmbH hat zusammen mit *TeleTalk* die Servicequalität bei 20 großen Telekommunikations-Dienstleistern unter die Lupe genommen. Das Ergebnis fiel in diesem Jahr schlechter aus als in 2016. Ist bei einigen Unternehmen die Luft raus?

Auch für die Telekommunikationsdienstleister geht es mit dem Service Check 2017 in die dritte Runde. Auch in diesem Jahr stehen die Bereiche Qualität (Art & Umfang der Beratung und/oder Rückmeldung) und die Quantität (Reaktionsgeschwindigkeit & Service Level) auf dem Prüfstand.

Kontaktkanal Telefon

Telefonisch wurde bei allen getesteten Unternehmen ein Neukundenszenario (Beratung Neukunde DSL) platziert. Das Szenario: Der Schritt in die Selbständigkeit, eine potentielle Neukundin möchte sich selbständig machen, für das neue kleine Büro wird ein DSL-Anschluss benötigt.

Bei jedem Unternehmen wurden mindestens vier Anwahlversuche werktags in der Zeit zwischen 9 und 20 Uhr vorgenommen. Alle 20 Unternehmen konnten im Test erreicht werden. Von den 20 Unternehmen haben im Test 18 Unternehmen ein Sprachportal geschaltet, im Durchschnitt waren zwei Schritte notwendig, um einen Gesprächspartner an das Telefon zu bekommen. Die durchschnittliche Wartezeit lag bei sechs Minuten und 30 Sekunden. NetCologne hat in Puncto Erreichbarkeit überzeugt, hier lag die durchschnittliche Wartezeit bei drei Sekunden. Auch gut erreichbar waren im Test unitymedia (zehn Sekunden), m.net (elf Sekunden) und TeleColumbus (13 Sekunden). Etwas Zeit müssen Kunden bei Vodafone (15 Minuten), der Telekom (17 Minuten) und o2 (45 Minuten) mitbringen.

Auszug aus dem Testprotokoll

Vodafone: Die Tester haben versucht über die allgemeine Beratungshotline (0800 7242600) eine Produktberatung zu einem DSL-Anschluss zu erhalten. Im konkreten Szenario lag die Wartezeit bei knapp 17 Minuten, anschließend hatte die Testerin den ersten Ansprechpartner am Telefon. Dieser teilte der potentiellen Neukundin relativ schnell mit, dass Geschäftskunden nicht in seinen Aufgabenbereich fallen, es erfolgte eine unangekündigte Warmübergabe an einen weiteren Kollegen. Dieser Kollege wäre zwar in der Lage gewesen,

einen potentiellen Neukunden zu beraten, aber nur, wenn es sich um einen Privatkunden handelt, der sich für Mobilfunkprodukte interessiert. Es erfolgte Weiterleitung Nummer 2 zu Ansprechpartner Nummer 3. Dieser fühlte sich zuständig für das Anliegen der potentiellen Neukundin. Die Beratung erfolgte kurz und knapp, nach einer kurzen Verfügbarkeitsprüfung wurde relativ kurz und knapp eine 100.000er mbit-DSL-Leitung angeboten. Eine entsprechende Bedarfsanalyse oder eine positive Präsentation der Leistung? Fehlzanzeige!

Kontaktkanal E-Mail

Im Rahmen des Tests haben die am Service-Check beteiligten Unternehmen auch eine Anfrage von einem potentiellen Neukunden per E-Mail erhalten. Das Szenario: Der Kunde wünscht zum 1. Juli 2017 einen DSL-Anschluss für weniger als 30 Euro im Monat, ohne eine entsprechende Mindestvertragslaufzeit. Der potentielle Neukunde wünscht per E-Mail ein Angebot.

Von den 20 Unternehmen haben 17 Unternehmen innerhalb von drei Wochen geantwortet. Keine Antwort haben die Tester von Congstar, o2 (trotz Eingangsbestätigung) und innogy erhalten. 16 der 20 Unternehmen sendeten eine automatische Eingangsbestätigung. In der Reaktionszeit waren die Ansprechpartner der NetCologne am schnellsten, hier erfolgte eine persönliche Rückmeldung innerhalb von 60 Minuten. Ebenfalls am gleichen Tag (innerhalb von sechs Stunden) antworteten 1&1, Vodafone und Tele2. Im Mittelfeld liegen EWE (36 Stunden), M-net (39 Stunden) und StarDSL (45 Stunden). Die Deutsche Telekom hat nach rund 60 Stunden geantwortet.

In der Regel waren die E-Mails an das jeweilige CI des Unternehmens angepasst. Es wurde in den meisten Fällen der Einsatz von Textbausteinen erkannt. Anlagen, beispielsweise in

SERVICE-CHECK TELEKOMMUNIKATION

1&1	O2
1click2 DSL	Primacom
congstar	Star DSL
easyball	tele columbus
EWE	Tele2
innogy SE	Telekom
Kabel Deutschland	T-Online
komDSL	unitymedia
M-net	Versatel
NetCologne	Vodafone



Re: DSL in Dresden - Vodafone Dialog ID: [7785679002]

Von: kontakt@vodafone.com

Vollansicht 24.05.2017 um 18:21 Uhr



Guten Tag Herr Klotz,

vielen Dank für Ihre E-Mail.

Sie wünschen ein Angebot. Gern!

Da Sie einen Kommunikationskanal gewählt haben, der ausschließlich Bestandskunden betreut, kann ich Ihnen nicht die besten Konditionen anbieten. Aus diesem Grund empfehle ich die Kontaktaufnahme der Interessentenbetreuung unter 0800 - 588 83 49

Produkt- und KaufberatungTäglich von 7:30 – 22:00 Uhr
Kostenlos aus allen Netzen

alternativ auf unserer Website.

Tut mir leid, dass ich Ihnen noch nicht final helfen konnte, wenn Sie meinen Hinweisen folgen, haben Sie in Kürze ein zu Ihnen passendes Angebot. Danke!

Ihnen wünsche ich eine angenehme Woche.

Freundliche Grüße

Das Unternehmen vodafone antwortete auf Anfrage der Tester per E-Mail zwar mit einer exzellenten Reaktionszeit – unter zwei Stunden – eine Antwort blieb man aber trotzdem schuldig.

Form von Leistungsbeschreibungen, wurden von keinem Unternehmen eingesetzt.

TeleColumbus, 1&1, unitymedia und die Deutsche Telekom beispielsweise lieferten in ihren E-Mails bereits ein konkretes Angebot, entsprechende Lösungsvorschläge wurden dargestellt. Bei Tele2 freut man sich zwar über das Interesse des potentiellen Kunden, es wird aber lediglich auf die Webseite verwiesen.

Auszug aus dem Testprotokoll

Vodafone: Das Unternehmen hat auf den ersten Blick mit einer exzellenten Reaktionszeit (unter zwei Stunden) überrascht. Es wird eingeleitet mit „Sie wünschen ein Angebot. Gern!“ Dann die Ernüchterung: im weiteren Verlauf der E-Mail wird erklärt, dass der gewählte Kommunikationskanal ausdrücklich nur Bestandskunden zur Verfügung steht. Der potentielle Neukunde könne eine Hotline anrufen, alternativ könne man sich auch auf der Webseite umschauen.

Kontaktkanal Brief

Alle 20 Unternehmen haben auf dem Postweg die Anfrage von einem potentiellen

die schriftliche Kundenanfrage auf dem Postweg. Etwas verwirrend - das Unternehmen teilt mit Bedauern mit, dass sie der potentiellen Neukundin keine Internet- und Telefonprodukte anbieten können, laut der Onlineabfrage (auf der unitymedia-Webseite) sind entsprechende Leistungspakete unter der gewünschten Adresse verfügbar.

Fazit

Im Vergleich zum Testdurchlauf 2015 und 2016 könnte man beim aktuellen Testdurchlauf meinen, dass bei dem einen oder anderen Anbieter aktuell einfach die Luft raus ist. Besonders in der schriftlichen Kommunikation (E-Mail & Brief) haben sich einige der Anbieter in den letzten Jahren noch überschlagen mit einer individuellen Ansprache und proaktiven Informationen. Die Reaktionszeiten in der E-Mail-Kommunikation wurden zwar deutlich verbessert, die Antworten fallen aber auch deutlich knapper und allgemeiner aus. Schon seit einigen Jahren spricht die Branche über kundenorientierte Omni-Channel-Kommunikation. Kunden sollen danach entscheiden können, welchen Kanal sie nutzen, wann sie kommunizieren - und im Idealfall über ihren gewählten Weg einen direkten Ansprechpartner bekommen. Vor allem sollte Kunden auf allen Kanälen eine qualitativ vergleichbare Rückmeldung gegeben werden. In diesem Test zeigte sich jedoch häufig (siehe E-Mail-Beispiel Vodafone), dass Unternehmen immer mehr versuchen den Kunden in diesen Auswahlmöglichkeiten einzuschränken – und Kunden in bestimmte Kontaktkanäle zwingen wollen. Ob das Auswirkungen der Automatisierung im Kundenservice auf Grund von Einsparversuchen sind, muss an dieser Stelle nicht ergründet werden. Festzuhalten bleibt aber eindeutig, dass das Prozedere zu Lasten von Neu- und Bestandskunden negativ verändert wurde.



Nadine Brzenk ist Junior Key Account Managerin bei Gevekom.
Benjamin Barnack ist Mitglied der Geschäftsleitung bei Gevekom.

Neukunden erhalten. Das Szenario: Die potentielle Neukundin benötigt einen Internetanschluss an ihrem Wohnort in Dresden. Insgesamt haben innerhalb von drei Wochen 16 Unternehmen geantwortet. Keine Antwort gaben o2, Vodafone, 1&1 und die Telekom. Die durchschnittliche Reaktionszeit lag bei neun Werktagen. Am schnellsten waren congstar (fünf Tage), M-net (sechs Tage) EWE (sechs Tage) und innogy (sieben Tage). Bei den 16 erhaltenen Rückmeldungen war in 14 Fällen der Einsatz von Textbausteinen zu erkennen. Alle Unternehmen wurden in der jeweiligen CI des Anbieters verschickt, auch die Formatierung war in den meisten Fällen professionell und gut leserlich aufgebaut. Insgesamt waren alle Anschreiben recht knapp verfasst, im Durchschnitt wurde mit 38 Wörtern je Anschreiben geantwortet.

Auszug aus dem Testprotokoll

Unitymedia: Bei unitymedia antwortete das Kunden Service Center aus Bochum. Einleitend bedankt sich das Unternehmen für