

Deutschland, Deine Call Center: Es geht nicht mit, aber auch nicht ohne



Deutschland, Deine Call Center: Es geht nicht mit, aber auch nicht ohne / Infografik Kundenbetreuung in Deutschland von Lithium Technologies Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/119339 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Lithium International"

Credit: Lithium International
Fotograf: Lithium International

Zürich (ots) -

~

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/119339/3223864> -

~

Umfrage von Lithium Technologies und Forsa über Kundenbetreuung zeigt Hassliebe der Deutschen zu telefonischem Kundenservice und mangelnde Wahrnehmung der Alternativen

~

- Die klassische Hotline ist bei der Kundenbetreuung nach wie vor konkurrenzlos - die Mehrheit der Befragten nutzt diesen Kommunikationsweg regelmäßig
 - 67 Prozent der Befragten haben im vergangenen Jahr mit Call Centern schlechte Erfahrungen gemacht; im persönlichen Gespräch im Laden waren es hingegen nur 20 Prozent.
 - Alternative Kommunikationswege wie Live Chats oder Online Communities werden hierzulande kaum wahrgenommen.

~

Top oder Flop: Wie steht es um die Kundenbetreuung in Deutschland?

Dieser Angelegenheit ist Forsa im Auftrag von Lithium Technologies in einer Umfrage unter mehr als 1.000 Konsumenten nachgegangen. Dabei ging es vor allem um die Frage, auf welchem Weg sich Konsumenten an Unternehmen und Dienstleister wenden sowie ihre Einschätzung der

Servicequalität. Erstes Kommunikationsmittel der Wahl ist und bleibt die Hotline: 62 Prozent der Konsumenten bevorzugen es, bei Fragen zum Hörer zu greifen, wobei 67 Prozent letztes Jahr damit negative Erfahrungen gemacht haben. Besonders schlecht wird der Kundenservice der Kommunikationsdienstleister wahrgenommen: Mehr als die Hälfte der Befragten (55 Prozent) haben mit ihrem Internetprovider oder Telekommunikationsanbieter bereits negative Erfahrungen gemacht. Nur 18 Prozent der Teilnehmer sahen über alle Branchen hinweg 2015 gar keinen Grund, über den Kundenservice zu klagen.

Geduldsprobe Warteschleife

Über 80 Prozent der Umfrageteilnehmer haben in den vergangenen drei Monaten mindestens einmal telefonisch Kontakt mit Unternehmen gehabt, 35 Prozent sogar mehr als dreimal. Richtig zufrieden machen die Call Center ihre Nutzer aber nicht: 58 Prozent fühlten sich vor allem durch lange Wartezeiten gestört, 28 Prozent ärgerten sich über ungenügenden Support. Zum Vergleich: Im Ladengeschäft war nur ein Fünftel der Konsumenten unzufrieden mit dem Service.

Der Knackpunkt: Wer per Telefon eine Antwort haben möchte, muss Zeit mitbringen - aber nur ca. jeder Vierte wartet mehr als fünf Minuten in der Warteschleife einer Hotline, ohne aufzulegen. Nach zehn Minuten reißt 90 Prozent der Anrufer den Geduldsfaden. Jeder Zehnte gab an, gar nicht oder nur bis zu einer Minute warten zu wollen, bevor er aufhängt. Ein durchschnittliches Call-Center-Gespräch dauerte für mehr als ein Drittel mindestens fünf Minuten, für 21 Prozent sogar über zehn Minuten.

Weitere Kritikpunkte im Kontakt mit Call Centern sind mangelnde Sachkompetenz der Mitarbeiter (51 Prozent) sowie umständliche Zwischenschritte oder Sicherheitschecks (49 Prozent). Immerhin 40 Prozent stören sich an der Tatsache, dass Unternehmen die Kundenbetreuung überhaupt von externen Kräften erledigen lassen. Knapp ein Drittel beklagte sich, dass Call Center häufig einem Skript folgen anstatt sich um das spezielle Anliegen zu kümmern. Jeder Fünfte meinte, sein Gegenüber scheine sich nicht für sein Anliegen zu interessieren.

Reiseanbieter Top - Kommunikationsdienstleister Flop

Der Blick auf die verschiedenen Branchen zeigt folgendes Bild: Neben den Kommunikationsdienstleistern (55 Prozent Unzufriedenheit) war

immerhin knapp jeder Fünfte unzufrieden mit der Kundenbetreuung allgemein bei Finanzdienstleistern wie Banken und Versicherungen. Überdurchschnittlich gut schnitt die Reise- und Touristikbranche ab: Nur 5 Prozent gaben an, hier schon schlechte Erfahrungen gemacht zu haben. Im Mittelfeld liegen Versorgungsdienstleister (15 Prozent), Unternehmen aus dem Gesundheitswesen (13 Prozent) sowie Einzelhändler und Geschäfte (12 Prozent).

Hassliebe Call Center: Warum können die Deutschen nicht mit, aber auch nicht ohne?

Dazu sagt Claudia Dietschi, Vice President EMEA Services bei Lithium Technologies: "Hotlines sind in der Kundenbetreuung durchaus sinnvoll, beispielsweise wenn es um sehr individuelle und komplexe Anfragen geht. Für alle anderen Anliegen gibt es heute bessere Wege. In Deutschland mangelt es aber immer noch viel zu oft an ergänzenden digitalen Angeboten wie zum Beispiel Online Communities - und was nicht angeboten wird, kann auch nicht nachgefragt werden. Hier sind andere Länder bereits weiter."

Eine vergleichbare Studie von Lithium Technologies in Großbritannien zeigt, dass dort 19 Prozent der Konsumenten alternative Methoden wie Online-Foren oder Live Chats zur Kontaktaufnahme mit Unternehmen bevorzugen. Die Nutzung solcher Angebote ist dabei keine Frage des Alters. Die British Telecommunications verzeichnet einen Nutzeranteil ihrer Service-Community von 50 Prozent über 50-Jähriger. Diesem Trend hinken die Deutschen hinterher: Kommunikationsangebote wie Online-Foren oder Live Chats werden mit einer Nachfrage von nur zwei Prozent kaum wahrgenommen.

"In Zukunft wird der kundenzentrierte Kommunikationsansatz über Soziale Medien oder Communities auch hierzulande eine viel größere Rolle spielen. Immer mehr Konsumenten werden solche Angebote einfordern", so Dietschi weiter. "Dort beantworten sachkundige Nutzer die Fragen anderer Kunden - schnell, unkompliziert und auf Augenhöhe, denn die Nutzer schöpfen aus ihrer eigenen Erfahrung. Unternehmen können so nicht nur den Service verbessern, sondern gleichzeitig die Kosten senken."

Forsa hat die Online-Umfrage im Auftrag von Lithium Technologies unter 1.011 Befragten im November 2015 durchgeführt.

Über Lithium Technologies

Lithium unterstützt Unternehmen weltweit dabei, über die Integration von externen sozialen Netzwerken und webeigenen Communities erfolgreiche und gewinnbringende Kundenbeziehungen aufzubauen. Im Dialog mit dem Unternehmen aber auch untereinander erhalten Kunden so jederzeit und überall Antworten auf ihre Fragen und können ihre Erfahrungen mit anderen teilen. 300 führende Marken in 34 Ländern vertrauen auf Lösungen von Lithium und sind aufgrund der umfassenden Interaktion mit ihrem gesamten digitalen Ökosystem in der Lage, Umsätze messbar zu steigern, Kosten zu senken, Innovationen zu beschleunigen und ihre Marke insgesamt bekannter und beliebter zu machen.

Lithium Communities verzeichnen jeden Monat über 100 Millionen Unique Visitors, die Technologie von Klout bewertet darüber hinaus rund 600 Millionen Online-Profilen. Das macht Lithium zu einem der digital bedeutendsten Unternehmen. Lithium ist ein zertifizierter Cloud-Service im Privatbesitz mit Hauptsitz in San Francisco.

Weitere Informationen finden Sie hier: de.lithium.com oder www.lithium.com, auf Twitter: @LithiumTechDE und in der Lithium Community: community.lithium.com

~

Rückfragehinweis:

LEWIS

Elisabeth Wagner / Christiane Conrad / Monique Gepp

Tel. +49-89-17 30 19 0

E-Mail: lithiumgermany@teamlewis.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE119339/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0087 2016-01-13/12:09

131209 Jän 16

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160113_OTS0087