

Umfrage: Jeder vierte Service-Anruf mit ausreichend beurteilt

Köln, 13.11.2014. Die Deutschen stellen den Dienstleistern in Sachen Service-Hotline kein gutes Zeugnis aus. Zwar bewertet die Mehrheit (74 Prozent) der Bundesbürger die Beratungsqualität des letzten Telefonats mit ihrem Dienstleister als ausgezeichnet bis gut, jeder Vierte ist jedoch nicht begeistert und bewertet das Gespräch als mittelmäßig oder schlecht. Noch ein bisschen kritischer sind die 45 bis 54 Jährigen (32 Prozent mittelmäßig bis schlecht). Unter Berücksichtigung des letzten Telefonkontaktes würde daher sogar jeder vierte Deutsche das Unternehmen nicht weiterempfehlen. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage der ServiceRating GmbH.

Der Eindruck der Befragten vom Servicemitarbeiter auf der anderen Seite der Leitung ist beim letzten Telefonat insgesamt durchschnittlich. Immerhin hatten 58 Prozent der Befragten einen freundlichen Eindruck. Auch Hilfsbereitschaft (44 Prozent) und Kompetenz (41 Prozent) zählten zu den meistgenannten Beschreibungen. Über unerfahrene oder unfreundliche Mitarbeiter haben sich eher weniger beklagt (8 bzw. 6 Prozent). Dennoch sind 27 Prozent mit der abschließenden Problemlösung nicht ganz zufrieden.

Auch beim Thema Erreichbarkeit von Service-Hotlines ist noch ein bisschen Luft nach oben: Fast jeder Dritte (31 Prozent) bewertet diese als mittelmäßig bis schlecht. Hier sind die Befragten mittleren Alters (45 bis 54 Jahre) am wenigsten zufrieden.

Hauptgrund für den Telefonkontakt mit dem Dienstleister sind allgemeine Fragen (35 Prozent). Für jeden Vierten war die Reklamation Grund für die Kontaktaufnahme, für 18 Prozent Fragen zum Produkt nach dem Kauf. Jeder Neunte kontaktiert den Dienstleister zum Thema Kündigung.

„Die Unternehmen müssen noch mehr daran arbeiten, ihren Kunden einen stabilen Service zu bieten“, weiß Kai Riedel, Geschäftsführer von ServiceRating. „Wenn jeder vierte Anruf daneben geht, dann kann ein Kunde niemals sicher sein, welchen Service er erleben wird. Unternehmen sollten die Qualität im Telefonservice prozessbegleitend messen und so gezielt entwickeln“, so Riedel weiter.

Für die Umfrage wurden insgesamt 1.027 Personen vom 07.11. bis 10.11.2014 repräsentativ befragt.

Über 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 „Top Service Deutschland“ an. ServiceRating ist eine Tochterfirma des Marktforschungsinstituts YouGov Deutschland AG mit Sitz in Köln. Weitere Informationen zur ServiceRating GmbH: www.servicerating.de

Pressekontakt: Patricia Cox

Tel.: 0221-16 88 288-73

E-Mail: cox@servicerating.de