



Nervfaktor Kundenhotlines: Schlimmer als der Zahnarztbesuch

Aktuelle Umfrage von Zendesk zeigt: Deutschlands Kundenservice ist immer noch ein rotes Tuch für viele Kunden

Berlin, 24. November 2016 – Lieber zum Zahnarzt gehen, als eine Service-Hotline anzurufen? Lieber im Stau stehen, anstatt ein Unternehmen mit einer Frage zu kontaktieren? 48 Prozent der Kunden wählten den Anruf bei der Kundenservice-Hotline in die Top 3 der nervigsten Situationen – knapp jeder Sechste findet die Hotline sogar am nervigsten überhaupt. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Umfrage im Auftrag von Zendesk, Anbieter einer Kundenservice-Software, unter gut 1.200 Deutschen. Auf den Plätzen zwei bis fünf der nervigsten Momente landen: im Stau stehen beim Pendeln, Probleme mit der IT, Werbung während des Spielfilms und das Warten an der Kasse.

Obwohl 42 Prozent der Befragten zwar der Meinung sind, dass sich der Kundenservice deutscher Unternehmen in den letzten fünf Jahren verbessert hat, können sich 62 Prozent immer noch nichts Lästigeres vorstellen, als tatsächlich Kontakt mit dem Service aufzunehmen.

Generationsübergreifende Einigkeit: Kundenservice nervt

Egal ob jüngere oder ältere Generation: Der Kundenservice hat es immer noch nicht geschafft, sich seines hohen Nervfaktors zu entledigen. Zum Glück für den Kundenservice allerdings, stören sich die jüngeren Befragten oftmals noch mehr an anderen Situationen. Während für die Generation 50+ der Anruf bei der Kundenservice-Hotline definitiv den höchsten Nervfaktor hat, bekommen bei den jüngeren Generationen andere Bereiche ihr Fett weg. Die 35- bis 54-Jährigen wählen klar Probleme mit der IT auf den ersten Platz, während es die Hotline immer noch auf den zweiten schafft. Bei den 18- bis 34-Jährigen hat der Stau während des Pendelns das größte Nervpotential, gefolgt von Problemen mit der IT und dem Kundenservice. Es stellt sich also die Frage: Ist der Kundenservice vielleicht doch etwas besser geworden oder sind die täglichen IT-Probleme oder die (mindestens gefühlte) Zunahme von Baustellen und damit Staus auf den Straßen einfach inzwischen nur noch nerviger geworden? Auf jeden Fall ist es noch ein weiter Weg, bis andere abgefragte „Nervsituationen“ wie schreiende Babys, eine Fahrt mit der Deutschen Bahn oder der Besuch beim Zahnarzt nicht mehr durch schlechten Kundenservice übertrumpft werden.

Treue geht durch den Kundenservice

Wie wichtig der Kundenservice tatsächlich für ein Unternehmen ist, zeigen die weiteren Ergebnisse. 82 Prozent der Befragten sind sich einig: Stimmt der Service, bleiben sie einem Unternehmen und dessen Produkten wesentlich eher treu. Besonders für die jüngere Generation der 18- bis 34-Jährigen gilt diese Faustregel. 41 Prozent sagen hier sogar, sie wären bereit über Produktmängel hinwegzusehen, wenn der Kundenservice sehr gut ist. Obwohl die Qualität eines Produktes oder einer Dienstleistung natürlich ein wichtiger Faktor ist, zeigen die Ergebnisse doch: Ohne den richtigen Service zum Produkt geht es einfach nicht, will ein Unternehmen langfristig bestehen bleiben.

Erreichbarkeit ist das A und O – Überall und zu jeder Zeit

Ein guter Service bedeutet nicht nur freundliche und kompetente Mitarbeiter, sondern auch ausreichend Möglichkeiten diese zu erreichen. 59 Prozent der Befragten gaben an, dass sie sich mehr Möglichkeiten wünschen, um mit dem Kundenservice in Kontakt zu treten. Im Kommen sind ganz klar Kanäle wie der Chat, den 39 Prozent der Befragten gerne nutzen, wenn er ihnen denn angeboten wird. Bei der jüngeren Generation sind es sogar bereits fast die Hälfte (45 Prozent), die sich diesen Kontaktkanal wünschen.

Auch Marktplätze mit Bewertungsfunktionen wie eBay oder Amazon sollten von Unternehmen nicht unterschätzt werden. 53 Prozent der Kunden erwarten auch hier ein Feedback des jeweiligen Kundenservice, wenn sie eine Bewertung, besonders eine negative, zu einem Produkt verfassen. Bei der Generation der 18- bis 35-Jährigen erwarten dies sogar 56 Prozent. „Der Wunsch nach einer ständigen Erreichbarkeit wird immer höher“, sagt Björn Bauer, Senior Solutions Consultant EMEA bei Zendesk. „60 Prozent aller Kunden sind der Ansicht, dass Unternehmen ihren Kundenservice nicht nur zu den regulären Geschäftszeiten anbieten sollten, sondern rund um die Uhr. Probleme halten sich eben nicht an Öffnungszeiten, sondern treten mit Vorliebe sonntagmittags oder einfach spät abends auf. Zu diesen Zeiten ist der Kunde dann oftmals noch auf sich allein gestellt. Wer jedoch langfristig loyale und zufriedene Kunden haben will, muss sein traditionelles Geschäft überdenken und neue Wege gehen.“

Pressekontakt

Julia della Peruta

Oseon

069-25 73 80 22-12

zendesk@oseon.com

Über Zendesk

Zendesk entwickelt Software für bessere Kundenbeziehungen. Mit Zendesks Hilfe können Unternehmen die Interaktionen mit ihren Kunden verbessern und die Wünsche Ihrer Kunden besser verstehen lernen. Mehr als 87.000 zahlende Kunden nutzen Zendesk-Produkte in über 150 Ländern. Zendesk hat seinen Hauptsitz in San Francisco, sowie weitere Niederlassungen in den USA, Europa, Asien, Australien und Südamerika. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.zendesk.de/>.