

Service-Insights: Kunden wünschen sich mehr Individualität in der Betreuung

Köln, 18.06.2015: Der Wettbewerb „TOP SERVICE Deutschland“ hat auch im Jahr 2015 wieder wertvolle Ergebnisse zum Thema Kundenorientierung hervorgebracht. Kunden wollen, dass ihre Bedürfnisse erkannt und entsprechend bedient werden. Besonders deutlich wird, dass individuelle Kundenbetreuung gegenüber der reinen Kompetenzsteigerung von Mitarbeitern im Vordergrund steht.

Kunden erleben sich bei Unternehmen häufig als „einer unter vielen“. Die Leistung des Unternehmens ist da, das Eingehen auf den Kunden fehlt. Der Kunde will individuell betreut werden und erwartet, dass mit ihm auf Augenhöhe kommuniziert wird. Der Wunsch einer partnerschaftlichen Beziehung zum Anbieter steht im Vordergrund. Mehr als der Wunsch nach gesteigerter Kompetenz bei den Mitarbeitern. Diesen Aussagen liegen empirische Ergebnisse des Wettbewerbs „TOP SERVICE Deutschland 2015“ zugrunde. Die Erkenntnisse speisen sich aus einer umfassenden Erhebung in Form einer Kundenbefragung im Rahmen des Wettbewerbs, an dem deutschlandweit Firmen aus unterschiedlichen Branchen teilnahmen.

„Unternehmen fokussieren ihre Aktivitäten auf die Abstimmung ihrer Serviceleistungen für den Kunden. Dabei leisten sie jedoch noch zu wenig, um kundenorientiertes Denken, Handeln und Fühlen bei ihren Mitarbeitern zu erreichen. Sie sollten lernen, aktiv Feedback von ihren Kunden aufzunehmen um den immer anspruchsvolleren Kundenwünschen gerecht zu werden“, so Kai Riedel, Geschäftsführer bei ServiceRating.

Obwohl Unternehmen kundengerechte Dienstleistungen anbieten, werden diese von den Kunden häufig nicht als solche wahrgenommen. Nun gilt es für Unternehmen herauszufinden, welche Leistungen der Kunde als „kundengerecht“ auffasst, um sich bei der Leistungserbringung auf genau diese Aspekte fokussieren zu können. Oft wissen Kunden auch gar nicht, was die Unternehmen alles anbieten. Hier gilt es, Leistungen entsprechend besser zu kommunizieren und den Kunden individuell zu beraten.

Der Wettbewerb „TOP SERVICE Deutschland“ hat einige Schwachstellen in der Serviceleistung der Teilnehmer aufgedeckt. Ebenso wurden sehr gute Ansätze in der Kundenorientierung hervorgehoben. Die Weichen in Richtung hoher Kundenzufriedenheit konnten für die teilnehmenden Unternehmen neu gestellt werden.

Weiterführende Insights aus dem Wettbewerb „TOP SERVICE Deutschland 2015“ werden am 26. Juni 2015 im kostenlosen Webinar mit dem Thema „Kundenorientierung - Was sind die Trends im Jahr 2015?“ von ServiceRating angeboten. Anhand von Praxisbeispielen aus Unternehmen mit erfolgreichem Kundenservice wird gezeigt, wie gelungene Kundenorientierung umgesetzt wird. Die Anmeldung erfolgt über die Homepage: [Webinar Juni](#)

Der Gesamtbericht zum Wettbewerb „TOP SERVICE Deutschland 2015“, mit Übersichten zu den Servicetrends 2015 und den Aktivitäten der Teilnehmer, kann für 850,00 € (zzgl. 19% MwSt.) bei ServiceRating erworben werden. Der Bericht bietet wertvolle Informationen zu Benchmarks und Aktivitäten der Teilnehmer sowie Best-Practice-Ansätze der Gewinner.

Über ServiceRating:

ServiceRating unterstützt Sie als externer Partner in der Beratung zur Servicequalität. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie Umfragen zu aktuellen Servicethemen werden auf der Internetseite www.servicerating.de veröffentlicht.

Weitere Informationen zur ServiceRating GmbH: www.servicerating.de

Pressekontakt: Patricia Cox

Tel.: 0221-16 88 288-73

E-Mail: cox@servicerating.de