

Pressemitteilung

Detecon-Studie zum Kundenerlebnismanagement von Telekommunikationsanbietern

Augenblicke entscheiden über Kundenbindung

Bonn/Eschborn, 18.03.2010. Die Optimierung bestimmter, für den Kunden besonders kritischer Kundenkontakte entscheidet bei Telekommunikationsunternehmen über eine erfolgreiche Kundenbindung. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie „Customer Experience Management in der Telekommunikationsbranche“ von Detecon International.

Die ICT-Management-Beratung hatte Unternehmen befragt, welche Kundenerfahrungen sie für ihr Customer Experience Management (CEM) als besonders relevant ansehen. Ergänzt wird die Studie durch Ergebnisse aus der Grundlagenforschung des Mainzer Beratungs- und Marktforschungsunternehmens forum! zum Thema „Beziehungsmanagement“. Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen (47 Prozent) nannte die systematische Analyse und Optimierung besonders kritischer Kundenerfahrungen, die sogenannten „Moments of Truth“. Sie treten beispielsweise bei einem technischen Störfall auf und wirken deshalb besonders kritisch bei der Bindung von Bestandskunden.

„Reaktionen von Kunden sind für Unternehmen besonders wertvolle Informationsträger zum Ausgestalten maßgeschneiderter CEM-Maßnahmen“, sagt Christian Jost, Senior Consultant bei Detecon und Projektleiter der Studie. Ein Viertel der befragten TK-Unternehmen setzt im Rahmen von CEM auf die systematische Analyse von Kundenkontakten. Maßgeblich dabei sei, die alltäglichen Erlebnisse der bestehenden Unternehmenskunden ernst zu nehmen und diese auf Probleme hin zu untersuchen, bevor man versuche Kunden zu begeistern. „Ein einzelner nicht behobener Beschwerdegrund kann die Ursache für zahlreiche Kündigungen sein – der Aufwand im hart umkämpften Markt einen neuen Kunden zu gewinnen, ist weitaus größer“, weiß Jost.

CEM analysiert beispielsweise die Erfahrungen der Kunden mit Beratung, Kauf, Außendienstmitarbeitern oder Telefonaten mit dem Service-Center sowie Kontakt- und Kündigungsgründe. Auf Grundlage dieser Aussagen lassen sich individuelle Maßnahmen entwickeln, die Negativstimmungen entgegenwirken, gezielt positive Kundenerlebnisse aufbauen und Kunden emotional an das Unternehmen binden.

Einbinden der Mitarbeiter entscheidend

Nach Meinung der befragten Unternehmen hängt der Erfolg von CEM insbesondere davon ab, wie die eigenen Mitarbeiter eingebunden werden (59 Prozent). Erforderlich ist etwa, die analysierten Kundenerlebnisse verständlich aufzubereiten und allen an der Leistungserstellung involvierten Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen. Die daraus formulierten Handlungsanweisungen für den Umgang mit Kunden helfen, die Kundenbedürfnisse systematisch zu bedienen und so die Kundenzufriedenheit zu steigern.

„Belange der Kunden lassen sich durch CEM unmittelbar in Maßnahmen umsetzen. Unternehmen können so gezielt auf die Bedürfnisse reagieren und die Kundenzufriedenheit, die emotionale Kundenbindung und zugleich den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens steigern“, betont Joachim Hauk, Teamhead CRM der Detecon und Co-Autor der Studie. So stelle die Studie von Detecon und „forum!“ heraus, dass emotional gebundene Kunden mehr und öfter kaufen, weniger anfällig für Konkurrenzprodukte sind, Fehler und Pannen leichter verzeihen und das Unternehmen aktiv weiter empfehlen. „Systematisches Nutzen von ‚Moments of Truth‘ sichert Unternehmen entscheidende Wettbewerbsvorteile im Bereich Kundensicherung“, resümiert Hauk.

Die Studie „Customer Experience Management in der Telekommunikationsbranche – Marktstudie und Handlungsempfehlungen zur optimalen Gestaltung von Kundenerlebnissen“ steht unter www.detecon.com/cem_tk kostenlos zum Download zur Verfügung.

Detecon International GmbH

Detecon ist eines der weltweit führenden Unternehmen für ICT-Management-Beratung. Der Leistungsschwerpunkt besteht in Beratungs- und Umsetzungslösungen, die sich aus dem Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien, engl. Information and Communications Technology (ICT), ergeben. Die Dienstleistungen umfassen sowohl die klassische Strategie- und Organisationsberatung als auch die Planung und Umsetzung von komplexen, technologischen ICT-Architekturen und -Anwendungen. Das Know-how der Detecon bündelt das Wissen aus erfolgreich abgeschlossenen Management- und ICT-Beratungsprojekten in über 160 Ländern. Detecon ist ein Tochterunternehmen der T-Systems International, der Großkundenmarke der Deutschen Telekom.

Weitere Informationen unter:

www.detecon.com

info@detecon.com

Pressekontakt

Detecon International GmbH

Gerhard Auer

Oberkasseler Straße 2

D-53227 Bonn

Phone: (+49 228) 700-1013

Fax: (+49 228) 700-1017

e-Mail: gerhard.auer@detecon.com

www.detecon.com