Kundenmonitor® Deutschland

Serviceprofil: Elektrogroßgeräte (Kundendienst) 2019

2,10

Branchenwert Globalzufriedenheit 2019

Performance der Herstellerkundendienste beeinflusst Absatzchancen der Gerätemarken

Der Miele-Kundendienst sichert sich mit einem Mittelwert von 1,91 in diesem Jahr erneut den Spitzenplatz im Ranking der Globalzufriedenheit der Kundendienste für Elektrohaushaltsgroßgeräte. Knapp dahinter folgt BSH mit einem Mittelwert von 1,94. Der Kundendienst von BSH kann sich dabei über eine signifikante Steigerung von 16 Basispunkten im Vergleich zu 2017 freuen und erreicht damit ebenfalls ein Top-Zufriedenheitsniveau. Es folgen die Kundendienste von AEG/Electrolux (Mittelwert 2,27), Profectis (2,37) und Whirlpool (2,38).

Die Zufriedenheit mit dem Kundendienst des Herstellers hat einen entscheidenden Einfluss auf die zukünftigen Absatzchancen der Gerätemarken: So würden von den vom Herstellerkundendienst überzeugten Kunden (=vollkommen zufrieden oder sehr zufrieden) bei Bedarf 54 Prozent bestimmt und 37 Prozent wahrscheinlich erneut ein Gerät von derselben Marke, wie das reparierte Gerät, kaufen. Bei den mit dem Herstellerkundendienst zufriedenen Kunden würden 15 Prozent bestimmt und 37 Prozent wahrscheinlich, bei den enttäuschten Kunden (=weniger zufrieden oder unzufrieden) nur 1 Prozent bestimmt und 12 Prozent wahrscheinlich erneut ein Gerät derselben Marke kaufen. Eine Top-Performance des Herstellerkundendienstes verstärkt damit deutlich die Loyalität zur Gerätemarke.

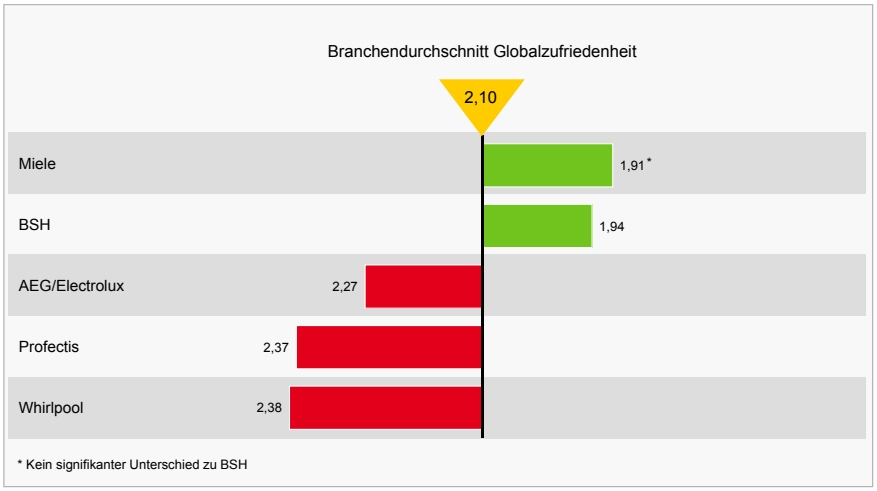
Branchensteckbrief

Geführte Interviews: 1.626 Befragte

Erhebungsmethode:
Online-Interviews (CAWI)
nach soziodemografischen Kriterien quotiert (Bevölkerung ab 16 Jahren)

Erhebungszeitraum:
Oktober 2018, Januar, April und Juli 2019

Kundendienste von Miele und BSH überzeugen mit Top-Performance



Made by ServiceBarometer AG

Kundenmonitor® Deutschland

Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.

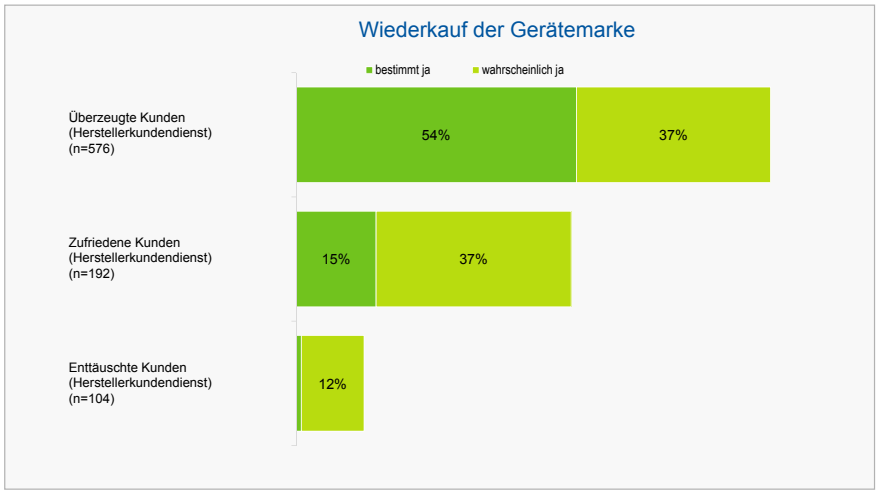
Die Zufriedenheitsskala im Kundenmonitor Deutschland

vollkommen zufrieden	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	unzufrieden
= 1	= 2	= 3	= 4	= 5

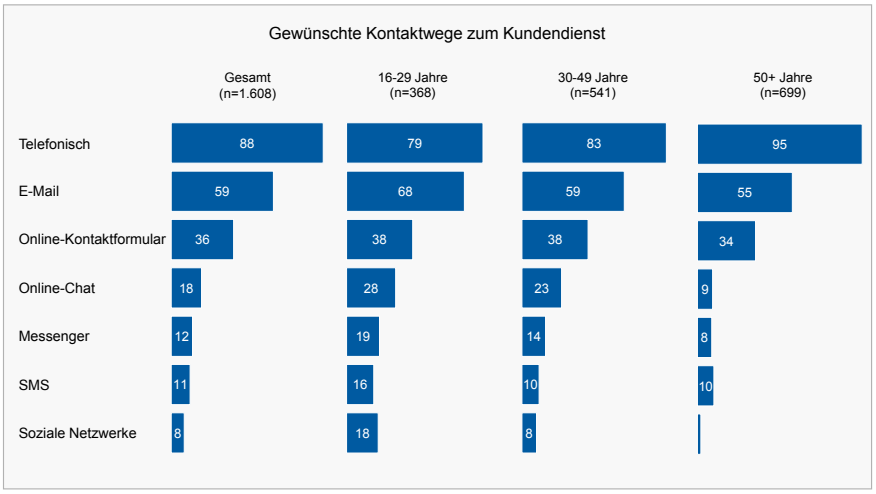
Der am häufigsten genutzte Kontaktweg zum Kundendienst ist mit 74 Prozent das Telefon. Deutlich seltener wird Kontakt zum Kundendienst über den Händler (18) und per Internet/E-Mail (17 Prozent) aufgenommen.

Auch bei den gewünschten Kontaktwegen zum Kundendienst ist das Telefon derzeit mit 88 Prozent noch beliebter als E-Mail (59), Online-Kontaktformular (36), Online-Chat (18), Messenger (12), SMS (11) und soziale Netzwerke (8 Prozent). Die Möglichkeit der Kontaktaufnahme per E-Mail oder über ein Online-Kontaktformular ist dabei für alle Altersgruppen ähnlich wichtig. Die Erreichbarkeit über einen Online-Chat sowie über Messenger ist dagegen vor allem für jüngere Kunden relevant: So wünschen sich bei den 16 bis 29-Jährigen 28 Prozent die Möglichkeit der Kontaktaufnahme über einen Online-Chat sowie 19 Prozent über Messenger. In der Kundengruppe ab 50 Jahren sind es nur 9 (Online-Chat) bzw. 8 Prozent (Messenger).

Zufriedenheit mit Herstellerkundendienst beeinflusst Wiederkaufabsicht der Gerätemarke



Kontakt per Online-Chat und Messenger vor allem für jüngere Zielgruppen interessant



Herausgeber des Kundenmonitor Deutschland: ServiceBarometer AG

Weitere Ergebnisse unter www.kundenmonitor.de
matthias.metje@servicebarometer.de
Telefon: (089) 89 66 69 0