

Servicefaktor Schnelligkeit wird zu wenig beachtet

18.10.2010, 16:37 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *ADRESS-CONTROL GmbH*

Presseagentur: *ACC - Albers Communication Consulting*

Einige Versandhändler lassen Kunden lange warten -
- Online-Händler liefern schneller -

Saarbrücken, 18. Oktober 2010. Bis zu zwei Wochen muss mancher Kunde auf seine Bestellung warten, die er bei einem deutschen Versandhändler geordert hat. Das ist eines der Ergebnisse einer aktuellen Studie, die von der Adress-Control Süppmayer GmbH in Zusammenarbeit mit dem Branchenblatt ‚Versandhausberater‘ bei den 100 größten Versandhändlern Deutschlands durchgeführt wurde.

Bei Bestellungen aus dem Angebot für gewerbliche Kunden lieferten die schnellsten Händler binnen 24 Stunden, die langsamsten benötigten fünf Tage. Deutlich schlechter schnitten die Lieferungen an Endverbraucher ab. Zwar schafften auch hier manche den Spitzenwert von einem Tag – das Schlusslicht hingegen benötigte zwölf Werktagen für die Lieferung. Die durchschnittlichen Laufzeiten der Pakete lagen bei drei beziehungsweise vier Tagen. Auffällig war, dass die reinen Online-Versandhändler ihre Waren deutlich schneller lieferten. Ohne die Spezialisten des E-Commerce lägen die Laufzeiten im Schnitt bei rund einer Woche.

„Viele Untersuchungen orientieren sich an den internen Durchlaufzeiten im Unternehmen“, erläutert Geschäftsführer Dieter Süppmayer. Diese seien aber für den Kunden ohne Bedeutung. „Für ihn zählt der Zeitrahmen zwischen Bestellung und Empfang des Pakets“. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten wurde jeweils nur vorrätige Ware geordert; alle Bestellungen wurden vor 16:00 Uhr getätigt. Für den Test waren über einen längeren Zeitraum bei jedem Versandhaus fünf Bestellungen per Telefon und fünf online aufgegeben worden.

Die telefonische Bestellung nutzten die Spezialisten von Adress-Control zudem zu einem Qualitäts-Check der Call Center. Auch dabei wurden eine ganze Reihe von Defiziten festgestellt. So wurden Daten, die für die weitere Kundenbetreuung relevant sind, viel zu selten abgefragt: Endverbraucher wurden nur in einem von vier Fällen nach ihrer E-Mail-Adresse gefragt, knapp 40 Prozent der Agents wollten das Geburtsdatum wissen, immerhin rund die Hälfte die Telefonnummer. Nicht wesentlich anders war die Situation im Business-Bereich. Immerhin wurde in drei Viertel aller Fälle die Telefonnummer erfragt, nur zu einem Drittel aber Faxnummer und E-Mail-Adresse des Bestellers. Kaum ein konsequentes Nachhaken war zu verzeichnen, wenn die Tester mit der Angabe weiterer Kontaktdaten zögerlich waren. Vielen Agents fehlte es offenbar an der notwendigen Argumentation.

Schwächen in der Kommunikation wurden auch bei den eigentlichen Sendungen offenbar. In Zeiten, da jeder Kundenkontakt genutzt werden sollte, bleibt es unverständlich, dass nicht einmal die Hälfte der Pakete Beilagen in Form von Aktionskatalogen oder Welcome-Packages für Neukunden enthielten.

Zu dem Ergebnis des Tests meint Dieter Süppmayer: „Das Wettbewerbsumfeld jedes einzelnen Versenders wird immer härter. Empfindet der Kunde die Lieferzeiten im Vergleich als zu lang, so wird er seine Konsequenzen ziehen“. Schnelligkeit als Servicemerkmal werde zukünftig ein entscheidender Faktor.

3.160 Zeichen

Portrait

Die ADRESS-CONTROL GmbH wurde 1995 von Dieter Süppmayer gegründet, der auf eine über 20-jährige Erfahrung im Direktmarketing zurückblicken kann. Schwerpunkte des Leistungsspektrums sind Kontrollsysteme für Adressen, CRM und Call-Center sowie Beratungsleistungen zur Prozessoptimierung. Das Unternehmen beschäftigt dazu Mitarbeiter aus mehreren Ländern. Kunden sind unter anderem Weltbild, Otto, Alba Moda, Heine, Schwab, Bauer, Conrad und Bonprix.

News-ID: 476956 • Views: 966 (Stand: 28.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/476956/Servicefaktor-Schnelligkeit-wird-zu-wenig-beachtet.html>