

Kundenservice im Handel hat Qualitätsdefizite

19.02.2013, 09:05 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *legodo ag*

Presseagentur: *denkfabrik groupcom GmbH*

Viele Handelsfirmen in Deutschland bewerten ihre Service-Organisation kritisch. Sie führen dies vor allem auf personelle Engpässe und eine unzureichende technische Unterstützung zurück, haben aber größtenteils Verbesserungsmaßnahmen fest eingeplant. Dies ermittelte die legodo ag in einer Studie unter mehr als 100 mittelständischen und großen Handelsunternehmen.

Dabei stellte sich heraus, dass lediglich jedes sechste Unternehmen die Qualität des eigenen Service-Management im Handel als optimal bezeichnet, weitere 28 Prozent beurteilen sie als weitgehend bedarfsgerecht. Doch mehr als ein Drittel verweist selbstkritisch auf erhebliche Schwächen, ein Fünftel der Handelsfirmen sieht sogar tiefgreifende Qualitätsdefizite.

Hintergrund ist allerdings weniger, dass der Serviceausrichtung bisher keine ausreichende Bedeutung beigemessen wurde. Dies urteilen lediglich 39 Prozent der Befragten. Wesentlich stärker fällt ins Gewicht, dass im Handel offenbar zu geringe personelle Ressourcen für die Serviceaufgaben bestehen und hierbei auch nicht genug mit modernen Techniken unterstützt werden. Fast zwei Drittel führen diese Aspekte als Grund für die unzureichende Servicequalität an.

Aber es fallen gleichzeitig auch weitere Ursachen auf: So geben drei von fünf der Befragten an, dass es an klaren Konzepten für die Gestaltung der Serviceprozesse mangelt und die Serviceorganisation nicht genug in das Kundenmanagement integriert ist. In mehr als jedem zweiten Handelsunternehmen fehlt es laut der legodo-Erhebung aber auch an einem Qualitätsmonitoring, so dass viele Probleme nicht systematisch analysiert werden können.

Daraus abgeleitet ist die Fragestellung interessant, wo die befragten Verantwortlichen in den Handelsfirmen ansetzen möchten, um gegenüber den Kunden zu einer verbesserten Qualität der Serviceorganisation zu gelangen. Dabei wollen fast drei Viertel vor allem auf eine umfassendere Nutzung der Kundeninformationen setzen. Aber auch den Serviceprozessen mehr Effizienz und Transparenz zu verleihen, scheint für sie einen wichtigen Hebel darzustellen. Ebenso wird in jedem zweiten Fall die kundengerechte Reklamationsbearbeitung auf die Agenda der wichtigen Optimierungsmaßnahmen gesetzt.

Doch damit nicht genug. Denn auffällig ist zudem die Meinung von 60 Prozent der Befragten, sie müssten ihre Kommunikation mit den Kunden intern besser koordinieren. Ähnlich viele denken noch einen Schritt weiter und wollen sich zukünftig in der Ansprache der Kunden nicht mehr auf die klassischen Kommunikationskanäle beschränken.

Genau in diesem Bereich sieht legodo-Vorstand Marc Koch auch entscheidende Ansätze für den Handel, um wirkungsvolle Effekte in der Servicequalität zu erzeugen. „Darüber wird ein Unternehmen persönlich erlebbar und Vertrauen aufgebaut. Insofern trägt eine kundengerechte Kommunikation wesentlich dazu bei, die Kundenbindung zu erhöhen, die Wiederkehrtrate zu steigern und die Einkaufsloyalität zu stärken“, betont er.

Dafür sei es notwendig, das gesamte in den verschiedenen Systemen eines Unternehmens gespeicherte Kundenwissen in die Kommunikation einzubeziehen und den Dialog mit den Kunden über die von ihnen gewünschten Kommunikationskanäle vom Brief über die E-Mail oder SMS bis zu Facebook vorzunehmen. „Dies lässt sich jedoch nur mit Lösungen für Customer Communications Management realisieren, die in vielen Handelsunternehmen allerdings noch nicht vorhanden sind“, urteilt Koch.

Portrait

Über legodo ag:

legodo entwickelt Software für relevante Kundenkommunikation zur schnellen und einfachen Erzeugung von schriftlicher Korrespondenz. Mit der legodo Customer Communication Suite ist es erstmals möglich, alle Prozesse und Daten aus bestehenden Systemen im richtigen Kontext zur richtigen Zeit für relevante Kundenkommunikation einzusetzen. Zu den Kunden gehören Unternehmen wie Bayer, DAB Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Telekom, Deutsche Börse, Dillinger Hüttenwerke, ELMÜ, GEHE Pharmahandel, Integralis, Lufthansa, RWE, Swisscom, Telefónica Slovakia, Telenor und XELLA. www.legodo.com

News-ID: 699171 • Views: 597 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/699171/Kundenservice-im-Handel-hat-Qualitaetsdefizite.html>