

Presseinformation - ServiceRating GmbH, Köln

Großbaustelle Kundenrückmeldung: Finanzielle Einbußen bei jedem vierten Kunden

Köln, 18.05.2016. Viele Unternehmen haben bereits verstanden, wie wichtig es ist, Kundenrückmeldungen zu bekommen. Doch mit dem Sammeln ist es nicht getan. Ebenso wichtig ist es, daraus zu lernen und angemessen zu reagieren. Das wissen offenbar nur wenige Unternehmen, denn 18% der Kunden sind mit der Reaktion der Unternehmen auf ihre Rückmeldungen unzufrieden. 15% wollen nach ihrer Rückmeldung die Beziehung zu dem Unternehmen verringern und 8% wollen sogar kündigen. Nur 4% der Kunden haben vor, die Geschäftsbeziehung nach ihrer Rückmeldung auszubauen.

Die Kundenbindungsberater von ServiceRating wollten wissen, unter welchen Bedingungen Kunden Rückmeldungen geben und wie Unternehmen damit umgehen. In einer repräsentativen Studie (n=2053) hat ServiceRating (29.04 - 02.05.2016) deutsche Endkunden befragt.

In vielen Unternehmen werden Kundenrückmeldungen nur als Beschwerden verstanden und positive Rückmeldungen übersehen. „Kundenrückmeldungen sind sehr wertvoll. Unternehmen müssen ein Bewusstsein für den Wert und eine Struktur für eine schnelle und angemessene Reaktion auf Kundenrückmeldungen entwickeln. Gelingt ihnen das, so können sie aus dem Defizit eine Stärke machen“, meint Kai Riedel, Geschäftsführer bei ServiceRating. „Nutzen Sie dabei positive und negative Rückmeldungen gleichermaßen“, so Kai Riedel weiter.

Derzeit sind bereits 60% der deutschen Kunden bereit, Unternehmen Rückmeldungen zu ihren Produkten und Dienstleistungen zu geben. Unternehmen können bis zu 90% der Kunden dazu bewegen, Rückmeldungen zu geben. Eine Steigerung der Kundenrückmeldungen wird erreicht, wenn Sie dem Kunden kommunizieren, wie wichtig ihnen seine Meinung ist und dass seine Erwartungen erfüllt werden.

Freundlichkeit, Persönlichkeit und Schnelligkeit erwarten Kunden immer von Unternehmen in Verbindung mit ihren Rückmeldungen. Nach negativen Rückmeldungen wollen Kunden von den Unternehmen zudem, dass sich der Fehler nicht wiederholt (37%). Jeder fünfte Kunde (19%) erwartet außerdem eine Erklärung, was das Unternehmen zukünftig anders machen will. Geben die Kunden positive Rückmeldungen, so erwarten sie von den Unternehmen eine noch freundlichere und persönlichere Reaktion (45%) als nach negativen Rückmeldungen (36%). Eine schnelle Antwort ist bei positiven Rückmeldungen weniger wichtig als bei negativen Rückmeldungen (16% statt 38%). Interessanterweise erwartet jeder vierte Kunde (27%) keine Reaktion des Unternehmens. Nach negativen Rückmeldungen erwarten hingegen 91% der Kunden eine Reaktion des Unternehmens.

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. Dort finden Sie auch eine ausführlichere Version der Pressemitteilung. [Twitter](#) | [XING](#)

Pressekontakt: Christian Roeb

Tel.: 0221-16 88 288-63

E-Mail: info@servicerating.de