

Automatisierung als Treiber der Kundenorientierung

Köln, 14.04.2016. Wieviel Automatisierung braucht TOP SERVICE in Deutschland? Kunden erwarten einen konstant hohen Service auf allen Kontaktpunkten und Manager setzen auf Automatisierung, um diese Erwartungen zu erfüllen. Doch wie werden Prozesse am besten automatisiert und welche Rolle spielt Automatisierung in Zukunft?

Die Kundenbindungsberater von ServiceRating haben im Rahmen der Befragung des Wettbewerbs **TOP SERVICE DEUTSCHLAND 2015** (n=10797) festgestellt, dass Kunden von Ihrem Dienstleister eine konstant hohe Servicequalität auf allen Kontaktkanälen erwarten. Unterschiede zwischen dem B2B- und B2C-Umfeld lassen sich nicht feststellen. Die Interaktion mit dem Kunden liegt im Fokus des Kundenservice.

Wie reagieren die Unternehmen?

Unternehmen sehen in der Automatisierung einen Baustein um die Kundeninteraktion zu unterstützen. Die Anzahl der internen Prozesse, die automatisiert wurden ist deutlich gestiegen. Dabei dient Automatisierung nicht nur dazu, in den Serviceeinheiten Geld zu sparen. Auch eine Verstärkung der Servicequalität und eine Entlastung der personellen Ressourcen im Service sind Ziele von Automatisierung.

Die Managementbefragung des Wettbewerbs **TOP SERVICE DEUTSCHLAND 2015** (n=108), verdeutlicht, dass alle befragten Manager das Thema Automatisierung / Standardisierung beschäftigt. Das Thema ist demnach strategisch relevant. Die Untersuchung verdeutlicht aber auch: nicht alle Unternehmen berücksichtigen die Kunden bei der Veränderung der Prozesse: Etwa die Hälfte (52%) der befragten Unternehmen betrachteten die Automatisierung ausschließlich von der internen Prozessebene. Lediglich 48% der Unternehmen haben sich mit Kunden ausgetauscht und die Prozesse auf deren Bedürfnisse hin angepasst.

Dabei können kundenorientierte Prozesse nur entstehen, wenn die Wünsche der Kunden Eingang finden. Kunden bestimmen gerne mit und sind daran interessiert, Prozesse bei Unternehmen zu verbessern und dabei selbst zu profitieren. Dabei wollen Sie gerne von Anfang an in die Gestaltung integriert sein. Untersuchungen zeigen, dass Kunden bis zu 30% mehr Bindung gegenüber dem Unternehmen entwickeln, wenn Sie direkt bei der Ideenfindung einbezogen werden (Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg, imu).

Was bringt Automatisierung?

Neben den finanziellen Vorteilen und der Möglichkeit, die gesparten Kosten wieder in den Kundenservice zu investieren, entlasten die automatisierten Prozesse die Mitarbeiter, um sich um die individuellen Kundenanforderungen zu kümmern und sich während Kundeninteraktion komplett auf den Kunden zu konzentrieren. Die Kundenbedürfnisse werden erfüllt und das Unternehmen optimal präsentiert. „Die Chance des persönlichen Kontakts muss unbedingt für ein positives Kundenerlebnis genutzt werden“, so Kai Riedel, Geschäftsführer von ServiceRating.

Was die kommenden Herausforderungen im Kundenkontakt sind, erfahren Sie beim **TOP SERVICE DAY** am 28. April 2016 in Düsseldorf. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.topservicedeutschland.de

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.

Pressekontakt: Christian Roeb Tel.: 0221-16 88 288-63 E-Mail: info@servicerating.de