

„Telephone Services! Studie zur Servicequalität der Kundenkommunikation am Telefon“ – Betrachtung des Anruf- und Anrufermanagement an der Telefonzentrale in deutschen Unternehmen.

Die Studie im Überblick

- Durchführung:** X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign®
- Ziel:** Ermittlung des Grads der Servicequalität in der Kundenkommunikation durch die Bewertung der kommunikationsrelevanten Elemente in den einzelnen Phasen des Telefongesprächs.
- Stichprobe:** Zufällige Auswahl von 100 Unternehmen aus den TOP 500 der Deutschen Wirtschaft
- Segmente:** 49 % Produktion (Konsumgüter, Investitionsgüter)
30 % Dienstleistung
21 % Industrie
- Methode:** X [iks] TKM-Modell®: prozeß-analytisches Meßverfahren, mit über 50 standardisierten, objektiv meßbaren Kriterien
- Inhalte:** Abbildung der „7-Phasen im professionellen Telefonmanagement“: Gesprächsvoraussetzungen, Gesprächseröffnung, Gesprächseinstieg, Gesprächsführung, Gesprächsinhalte, Gesprächsweiterleitung und Gesprächsbeendigung
- Zeitraum:** Herbst – Winter 2008
- Ergebnisse:** Die Studie hat herausgefunden:
- wie es um die Servicequalität in der Kundenkommunikation an der Telefonzentrale der Unternehmen bestellt ist
 - wie sich der komplette Telefongesprächsprozeß - aufgeteilt in die wesentlichen Phasen - darstellt und welche Eindrücke Anrufer mitnehmen
 - welche Anruf- und Anruferleistungen an den Telefonzentralen der Unternehmen bereits praktiziert werden und welche zusätzlichen Services sich verschiedenen Anruferzielgruppen wünschen würden
 - wie das existierende Telefonmanagement durch spezifische Informations- und Kommunikationslösungen unterstützt werden kann
- und welche Anforderungen sich für eine erfolgreiche Kundenkommunikation an den Telefonzentralen in Zukunft ergeben.