

07.12.2016 - 18:08 Uhr

Verbraucherbanforderungen zwingen Außendienstanbieter zur "Uberisierung" der Betriebstätigkeit oder es droht Kundenverlust

Weltweite Forschung stellt Diskrepanz zwischen der Tätigkeit von Dienstleistern und der Kundenerwartung fest

Burlington, Massachusetts (ots/PRNewswire) - ClickSoftware (<http://www.clicksoftware.com/>), der führende Anbieter von Lösungen für das Außendienstmanagement von Unternehmen, gab heute neue Forschungsergebnisse bekannt, nach denen die Verbrauchernachfrage nach "uberisierten" Dienstleistungen steigt, während die Anbieter von Außendiensten damit kämpfen, diese neuen Erwartungen zu erfüllen, besonders wenn es um die Bereitstellung von Dienstleistungen zu Hause geht. In der Studie wurden Konsumenten und Außendienstanbieter befragt und es wurde eine Diskrepanz zwischen den Kundenerwartungen und der Fähigkeit der Anbieter festgestellt, ein herausragendes Kundenerlebnis zu bieten. Die Befragung wurde in den Vereinigten Staaten, im Vereinigten Königreich, in Australien, Deutschland, Italien und Spanien durchgeführt.

Gemäß der Umfrage erwarten Verbraucher, dass Dienstleister innovative Technologien zur Optimierung aller Aspekte des Kundenerlebnisses einsetzen. Die Ergebnisse zeigten vor allem, dass die "Einfachheit der Buchung" und aktuelle Kommunikation in Echtzeit bei der Beurteilung eines herausragenden Kundendienstenerlebnisses an oberster Stelle stehen. Allerdings haben Anbieter Probleme, diese Anforderung zu erfüllen, obwohl 61 Prozent von ihnen angeben, dass sie "Kundenzufriedenheit" als wichtigste Messgröße des Erfolgs betrachten. Die Studie stellte fest, dass Anbieter die Kundenerwartungen in keinem geografischen Gebieten erfüllen, da die meisten von ihnen silobasierte, herkömmliche Kommunikationswerkzeuge als wichtigstes Mittel zur Kontaktaufnahme mit Kunden verwenden, wie z. B. das Telefon.

Kunden wollen Komfort

- Siebenunddreißig Prozent der Befragten in den USA sagten, dass der Hauptvorteil aktueller Echtzeitkommunikation mit Anbietern die Vermeidung von unnötigem Warten auf den Techniker ist. Dies wurde auch in anderen Ländern als Hauptvorteil angesehen, wobei diese Option in Australien am öftesten gewählt wurde (46 Prozent).
- Fast zwei Drittel (60 Prozent) der Befragten stimmten zu, dass lange Wartezeiten zwischen einem Servicetermin und dem tatsächlichen Besuch zu einem schlechten Kundenerlebnis führen.

Anbieter streben nach Zufriedenheit

Zwar bezeichnen 61 Prozent der Anbieter weltweit "Kundenzufriedenheit" als die wichtigste Messgröße des Serviceerfolgs, aber ohne klare Definition kennen die meisten nicht nur die Anforderungen ihrer Kunden nicht, sondern erfüllen sie auch nicht:

- Das Telefon war in allen geografischen Gebieten das am meisten verwendete Kommunikationsmedium, aber dies steht in Widerspruch zum Wunsch der Kunden nach einem "uberisierten" Service. Die Optimierung der Zeitplanung ihrer Außendienstteams hatte bei den Anbietern keinen hohen Stellenwert, und dies trotz des klaren Hinweises auf die Bedeutung, die Verbraucher der Zeitverschwendung beimessen.

Es gibt KEIN Modell für alle

Die Erkenntnisse zeigen nennenswerte Unterschiede in der Kundenerwartung in verschiedenen Regionen auf. Dies deutet auf die Komplexität des Betriebes von internationalen Außendienstservices und auf die Notwendigkeit der Anpassung des Außendienstes an den jeweiligen Standort hin.

- "Einfachheit der Buchung" wurde von allen Befragten am höchsten geschätzt, war aber für Kunden in Australien (46 Prozent) und Italien (41 Prozent) besonders wichtig. Im Gegensatz dazu schätzten die Befragten in Spanien einen "kurzen Zeitrahmen bis zum Termin" und "Einfachheit der Buchung" etwa gleich ein (27 Prozent), während die Teilnehmer in Australien und Italien ihn mit 22 Prozent bzw. 13 Prozent als weniger wichtig beurteilten.
- In UK waren Verbraucher weitestgehend mit langen Ankunftsfenstern (70 Prozent) unzufrieden, während dieses Problem in Italien nur bei einem Drittel der Verbraucher (34 Prozent) Missfallen auslöste.

Die Ergebnisse deuten klar darauf hin, dass Verbraucher nahtlose und bequeme Interaktion mit Dienstleistern wünschen. Bei der Frage auf die Erwartungen an Anbieter in den kommenden fünf Jahren sagte über ein Viertel der Verbraucher in allen teilnehmenden Ländern, dass sie Zugriff auf "direkte und Live-Kommunikation" mit ihrem Servicetechniker im Sinne eines Services

auf Abruf erwarten. In Übereinstimmung mit diesen Erkenntnissen schätzten die Befragten in den USA und in UK die künftige Möglichkeit der Verfolgung von Servicefachleuten in Echtzeit (35 Prozent bzw. 37 Prozent) als am wichtigsten ein. Es ist offensichtlich, dass Kunden bei ihren Servicebesuchen Echtzeit-Visibilität erwarten, umso mehr als die dazu erforderliche Technologie bereits vorhanden ist.

"Die Geschäftsmodelle von Amazon und Uber haben die herkömmlichen Kundendienstmodelle aufgebrochen. Jetzt werden alle Servicekontakte mit derselben Messlatte gemessen, unabhängig davon, ob man ein Taxi elektronisch bestellt oder eine Kabelfernsehreparatur", sagte Tom Heiser, CEO von ClickSoftware. "Die Stimme der Kunden ist laut und klar hörbar. Mehr Komfort und ein stärker auf Abruf basierendes Erlebnis sind erforderlich, um diese Anforderungen zu erfüllen, und Unternehmen, die sich dieses Kundenerlebnisses der nächsten Generation durch verbesserte Außendienstlösungen annehmen, werden erfolgreich sein."

Weitere Informationen über die Umfrageergebnisse und die Infografik erhalten Sie unter http://go.clicksoftware.com/Uberization-of-Service.html?utm_source=Press_Release.

Über ClickSoftware

ClickSoftware definiert das Außendienstmanagement neu und unterstützt die kundenorientiertesten und anspruchsvollsten Unternehmen der Welt dabei, das Potenzial jedes einzelnen Kundenkontakts im Rahmen des Kundenservice voll zu nutzen. Mit ClickSoftware wird der Außendienst zum neuen entscheidenden Faktor, um sich von Mitbewerbern abzuheben und geschäftliche Erfolge sicherzustellen. Die Plattform Click Field Service Edge bietet führenden Akteuren im Außendienst intelligenteste Technologien, eine innovative Plattform mit unbeschränkten Möglichkeiten und das Know-how einer globalen Sammlung von Best-Practice-Verfahren.

ClickSoftware hat den Markt für Außendiensttechnologie überhaupt erst geschaffen und ist seitdem exklusiv darauf spezialisiert. Fast eine Million Außendienstmitarbeiter vertrauen täglich auf das Unternehmen, das bereits Milliarden von Servicekontakten gemanagt hat. Das Unternehmen ist von Analysten wie Gartner, IDC und Frost & Sullivan als Markt- und Technologieführer in diesem Bereich anerkannt. ClickSoftware ist die bevorzugte Außendienstlösung von Salesforce, SAP und Top-Systemintegratoren. Mehr als 350 globale Unternehmen in über 20 Branchen nutzen ClickSoftware für die weltweit intelligentesten Anwendungen im Außendienst. ClickSoftware: The field service leader [Führend im Außendienst].

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.clicksoftware.com>. Folgen Sie uns auf Twitter (https://twitter.com/ClickSoftware?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor).

Logo - <http://photos.prnewswire.com/prnh/20160803/395427LOGO>

Kontakt:

Pressekontakte: Karo Kilfeather
ClickSoftware
karo.kilfeather@clicksoftware.com
(781) 272-5903

Jill Rosenthal
InkHouse für ClickSoftware
clicksoftware@inkhouse.com
(781) 966-4167
Sally McDonald
The CommsCo für ClickSoftware
clicksoftware@thecommsco.com
+44 (0)7808 241 268

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053531/100796734> abgerufen werden.