

Kundenservice per Internet

Nachfolgend bietet die bav-Redaktion einige Kernpunkte aus zwei aktuellen, repräsentativen Studien: „Handwerkerleistungen im Internet“ von UNI Marketing zeigt die Bedeutung der Internetpräsenz von SHK-Betrieben auf. Auf welche Serviceleistungen die Kunden im Internet Wert legen, beleuchten die Ergebnisse der DDV-Studie.

● Wie wichtig das Empfehlungs-Marketing ist, bestätigen folgende Zahlen: 75,2 % der Singles sowie 60,8 % der verheirateten Probanden fragen Freunde und Bekannte um Rat, wenn es um die Wahl ihres Handwerksbetriebes geht. Die nach verschiedenen Zielgruppen und Gewerken differenzierten Untersuchungsergebnisse mit Kommentierung sind für 498 DM (zzgl. MwSt.) abrufbar bei: UNI Marketing, 86181 Augsburg, Telefon (08 21) 9 20 01, Telefax (08 21) 9 20 10, Internet: www.uni-marketing.de

wird von 49 % der Befragten der sogenannte Call-Back-Service eingestuft. Dabei kann der Surfer per Mausklick zu einem bestimmten Zeitpunkt einen telefonischen Rückruf des Unternehmens anfordern. Fazit: Mit diesem Service können Unternehmen im Wettbewerb um den Kunden effektiv und kostengünstig Punkte sammeln.

● Rund die Hälfte der Befragten war schon einmal unzufrieden, weil auf ihre E-Mail-Anfrage nicht reagiert wurde, weil die Antwort zu lange dauerte oder weil sie zu lange in einer telefonischen Warteschleife hingen.

● Bemängelt wurde auch die Qualität der E-Mail-Auskunft: 41 % hielten die Auskunft für unzureichend.

● Derzeit nutzen die Kunden im Netz zur aktiven Kontaktaufnahme in erster Linie E-Mail (84 %) und Telefon (55 %). Das Fax steht mit 24 % an dritter Stelle.

● Das Bedürfnis der Kunden nach individuellen Infos ist besonders groß: An erster Stelle stehen Anfragen zu Produkten (58 %) und Preisen (47 %), gefolgt von Fragen zu Lieferbedingungen (39 %).

● Neue Technologien der Kommunikation wie Co-Browsing, Text-Chat oder Internet-Telefonie nutzen die Befragten derzeit noch selten. Auch hält die Mehrheit diese Angebote für nicht wichtig.

Studie 1:

Zum Thema „Handwerkerleistungen im Internet“ hat das UNI Marketing Institut für Handwerks-Marketing, Augsburg, zusammen mit dem Umfrageninstitut Klaus Peinelt GmbH, München, eine repräsentative Bevölkerungsbefragung in Bayern durchgeführt. Die Untersuchungsergebnisse der im Spätsommer 2001 abgeschlossenen Studie zeigen die Dringlichkeit der eigenen Internet-Präsenz für die Handwerksbetriebe. Nachfolgend einige interessante Ergebnisse in Zahlen:

● 43 % der Befragten haben Zugang zu einem Internet-Anschluß - Tendenz steigend in Abhängigkeit vom Einkommen.

● 780 000 Personen der bayerischen Bevölkerung haben bereits die Homepage eines Handwerksbetriebes aufgerufen.

● Mit einem Höchstwert von 49 % können sich Internet-Besucher vorstellen, künftig ihre Auto-/Kfz-Werkstatt und ihren Heizungs-/Sanitärinstallateur im Internet aufzusuchen; auf den nächsten Rängen folgt das Interesse an Raumausstattern (46 %) und Schreinereien/Zimmerern (45 %). Dabei möchten 51,7 % der Besserverdienenden Angaben über die Leistungspalette der Betriebe.

Studie 2:

Kunden im Internet wünschen sich eine bessere Beratung per Telefon und E-Mail. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Studie vom Sommer 2001, die vom Marktforschungsinstitut eMind@emnid im Auftrag des Deutschen Direktmarketing Verbandes (DDV) durchgeführt wurde. Befragt wurden über 500 Internetnutzer. Weitere Resultate im Überblick (Quelle: www.dvd.de/press):

● Über zwei Drittel der befragten Internetnutzer halten eine individuelle Beratung per E-Mail für wichtig oder sehr wichtig. An zweiter Stelle der Wunschliste steht mit 55 % die persönliche Beratung.

● Als „sehr wichtig“ oder „wichtig“

