

Pressemitteilung

14. März 2008

Smart Concept AG testet die Contact Centers der grössten Energieversorgungs-Unternehmen der Schweiz: Testsieger „BKW FMB Energie AG, Bern“

Die Firma Smart Concept AG hat mit „Mystery Calling¹“ im Februar in einer repräsentativen Studie die Beratungs- und Verkaufsqualität der 6 grössten Energieversorgungs-Unternehmen (EVU) untersucht (Bern, Basel, St. Gallen, Winterthur, Zürich, Luzern). Dabei stellte sich heraus, dass das Kundenerlebnis am Telefon nicht in allen Punkten den Standards eines sich im Wettbewerbsumfeld befindlichen Contact Centers entspricht. Der Testsieger BKW FMB Energie AG erreicht ein Resultat von 74%, während das EVU mit dem niedrigsten Ergebnis einen Wert von 50% erreicht.

Die auf dem Gebiet des Mystery Research spezialisierte Firma Smart Concept AG hat die Contact Centers der 6 grössten Energieversorgungs-Unternehmen mit so genanntem „Mystery Calling“ getestet. Wie erleben potentielle Kunden, welche sich über zusätzliche Stromprodukte und Dienstleistungen interessieren, die Beratung am Telefon? Verläuft das Telefongespräch professionell und strukturiert ab. Vermittelt die Person am Telefon, dass der Kunde im EVU willkommen ist und entspricht das Beratungserlebnis den Anforderungen der Konsumenten?

Wie und was wurde getestet?

Die EVUs erhielten im Februar je 15 Testanrufe. Die Gesamtstudie umfasst somit insgesamt 90 Tests. Folgende Punkte wurden beurteilt:

- Kontaktaufnahme und Begrüssung
- Gesprächseröffnung / Bedarfsabklärung
- Beratungsgespräch
- Gesprächsabschluss
- Eindruck des Beraters/der Beraterin am Telefon
- Gesamteindruck des Beratungserlebnisses

Testsieger in Beratungs- und Dienstleistungsqualität ist die BKW FMB Energie AG - Bern

Es ist eine der grössten EVU der Schweiz, BKW FMB Energie AG, welche die Rangliste mit 73.7% und knappen 1.3% Vorsprung auf den zweitplatzierten (St. Galler Stadtwerke) anführt. Dennoch ist der Bestplatzierte nur im Bereich „genügend“ angesiedelt. Die Beratungs- und Dienstleistungsqualität der anderen EVU empfinden die Testanrufer ebenfalls als knapp genügend (2 EVU). Mit einem ungenügenden Gesamtergebnis haben 3 EVUs abgeschnitten.

¹ **Mystery Calling** wird zur Untersuchung der Beratungsqualität, Freundlichkeit etc. telefonischer Dienstleistungen eingesetzt. Geschulte Testpersonen rufen die zu testende Firma an und lassen sich anhand eines vorgegebenen Szenarios beraten, so, als wären sie interessierte Kunden. Die Ergebnisse werden vom Tester dokumentiert und die gesammelten Daten von Smart Concept AG ausgewertet.

Gesprächsverlauf

Die Kontaktaufnahme und Begrüssung war bei allen EVU durchwegs positiv (85%). Hingegen sind die Bereiche „Bedarfsabklärung“ und „Beratungsgespräch“ ungenügend bzw. genügend (53% resp. 66%). Es wird umfassend über das Produkt „Strom“ informiert (71%) und auch die Erklärungen waren für Laien verständlich (74%). Hingegen war das Beratungsgespräch als ganzes als ungenügend eingestuft worden (54%), weil dem Kunden weder Vor- und Nachteile aufgezeigt wurden (46%) noch der persönliche Nutzen aufgezeigt wurde (50%). Die Argumentation über Preise und Wettbewerbsvorteile ist bei allen EVU schwach. Durch die mangelnde Bedarfsabklärung konnten die Berater dem Kunden kein auf seine Bedürfnisse abgestimmtes Strom-Paket anbieten (43%). In den wenigsten Fällen hat der Berater versucht, den Kunden an die Firma zu binden (26%). Und wenn er es versucht hat, war er nicht überzeugend (28%).

Eindruck des Gespräches

In 64% der Fälle stellt der Berater eine positive Beziehung zum Kunden her. 74 % der Interessenten erleben den Berater als kompetent. Jedoch wurde nur in 43% ein auf die Bedürfnisse des Kunden abgestimmtes Strom-Paket angeboten.

34% der Anrufer, die vor dem Anruf als potentielle Kunden an diesem EVU interessiert waren, werden es wahrscheinlich nicht werden, weil sie keinen „guten und überzeugenden Eindruck“ der EVU erhalten haben. Ganze 43% würden anhand dieses Gespräches die Firma nicht weiterempfehlen, 40% nur mit Vorbehalt.

Fazit

Noch sind die Märkte der Energieversorgungs-Unternehmen geschützt. Doch es gilt das Unternehmen und darin insbesondere die verschiedenen Kontaktpunkte zum Kunden, an die Anforderungen eines kompetitiven Marktes anzugleichen. Wem es gelingt, das Kundenkontakterlebnis auf das Niveau eines liberalisierten Marktes zu entwickeln, kann bereits heute über ein überdurchschnittliches Kundenerlebnis eine hohe Kundenloyalität erzielen.

Gerade im Umfeld der Energieversorgungs- Unternehmen spielt der Kundenkontakt am Telefon eine zentrale Rolle. Am Telefon entscheidet sich, ob der Anrufende zum Kunden wird oder mit einem unzufriedenen Eindruck über die Firma den Hörer auflegt.

Hier wird es bereits heute darum gehen, die relevanten Treiber für Kundenzufriedenheit am Telefon zu erfassen. Im Anschluss gilt es die Erkenntnisse in die Organisationseinheiten und deren Prozesse zu integrieren und den Grad der Implementierung laufend zu messen.

Weitere Informationen zu den Studienergebnissen erhalten Sie unter:

Smart Concept AG
Herr David Meloni
Bankstrasse 6
8610 Uster
Telefon 044 980 43 43
Fax 044 980 43 46
info@smartconcept.ch
www.smartconcept.ch

Diese Meldung ist (inkl. Teilsauszug der Studie) auch unter www.smartconcept.ch in der Rubrik „Portrait“ unter „News & Presse“ abrufbar.