



Alice Service-Studie 2009: Guter Service ist wichtiger als der Preis

Zur Nachahmung empfohlen: das Alice Service-Versprechen

Hamburg, 25. August 2009. Guter Service ist laut der Alice Service-Studie 2009, durchgeführt von der TNS Infratest RI GmbH, mittlerweile hinter der Produktqualität das wichtigste Entscheidungskriterium deutscher Konsumenten. Der Telekommunikationsanbieter Alice hat dies früh erkannt und gibt seinen Kunden seit April das Alice Service-Versprechen: „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass noch vor kurzer Zeit für viele Kunden in erster Linie der Preis ausschlaggebend war. Gerade in diesem Bereich haben sich die Telekommunikationsanbieter jedoch relativ stark angenähert, so dass sich die Unternehmen jetzt über andere Leistungen von den Mitbewerbern differenzieren müssen“, erklärt Jaron Adamaszek, Quality Officer bei Alice. „Mit unserem Service-Versprechen haben wir nicht nur als erster Telekommunikationsanbieter konsequent auf Service gesetzt, sondern bieten nach wie vor auch die umfassendsten Maßnahmen. Wir fühlen uns dadurch bestätigt, dass viele unserer Wettbewerber jetzt nachziehen.“

Doch was genau bedeutet guter Service für die Kunden? Laut der repräsentativen Alice Service-Studie 2009 ist Verlässlichkeit der Aussagen am wichtigsten, also, dass Zusagen eingehalten werden. Ähnlich bedeutend ist für sie, dass ihr Anliegen durch kompetente Ansprechpartner sofort, vollständig und richtig bearbeitet wird. Freundlichkeit sowie „echte Menschen“ anstelle von Sprachcomputern an der Hotline sehen die Verbraucher ebenfalls als ein wichtiges Merkmal von gutem Service. „Wir haben uns bei der Entwicklung des Service Versprechens realistische Ziele gesteckt, uns genau überlegt, was der Kunde tatsächlich will und Prozesse entsprechend langfristig verbessert. Deshalb können wir uns den Kunden gegenüber zur Einhaltung unserer Versprechen verpflichten.“ Zum Service-Versprechen gehören unter anderem der reibungslose Wechsel zu Alice sowie die Entstörung innerhalb von 24 Stunden nach Störungsmeldung. Sollte Alice diese Versprechen einmal nicht halten können, bekommt der Kunde einen Freimonat. Zudem arbeitet das Unternehmen ständig daran, den Service weiter auszubauen. Deshalb stellt Alice seit kurzem am Anschlussstag eine kostenfreie Hotline zur Verfügung. Und lässt sich die technische Frage am Telefon nicht beantworten, kommt ein Service-Techniker vorbei – natürlich kostenlos.



Zudem hilft Alice auch weiterhin beim Anbieterwechsel, indem sich das Unternehmen um die Kündigung des bestehenden Festnetzanschlusses sowie die Übernahme der Festnetz- und Mobilfunknummer kümmert. Bei einem Wechsel zu Alice meldet sich der Kunde nur im Alice Service-Center und Alice übernimmt dann die Kündigung beim alten Anbieter, die Übertragung der Nummer und sogar die Kosten für die Rufnummernmitnahme der Festnetz- oder Mobilfunknummer anfallen. Die bei vielen Kunden so unbeliebten Sprachcomputer verbannte Alice bereits im Sommer 2008 von der Hotline.

Die Maßnahmen der Telekommunikationsanbieter, ihren Service zu verbessern, tragen bereits erste Früchte: Denn während lediglich 28 Prozent der Befragten das Gefühl haben, der Service sei in Deutschland im Allgemeinen in den letzten drei Jahren besser geworden, spürt schon jeder Dritte eine Steigerung der Service-Qualität im Bereich der Telekommunikation. Noch deutlicher wird diese Entwicklung bei einem Blick auf die unzufriedenen Kunden: 32 Prozent der Konsumenten bewerten den Service allgemein heute schlechter als noch vor drei Jahren, während dies nur 17 Prozent über den Service der Telekommunikationsunternehmen sagen. „Über den Service in der Telekommunikationsbranche wurde in der Vergangenheit immer wieder viel geschimpft – zum Teil auch zu Recht“, gibt Jaron Adamaszek zu. „Der Fokus der Telekommunikationsanbieter lag zunächst primär darauf, neue Kunden zu gewinnen. Innerhalb der letzten zwei Jahre sind aber erhebliche Verbesserungen in der Branche spürbar. Mit den jetzigen Maßnahmen kann man sagen, dass es einen Trendwechsel in Richtung Qualität für den Kunden gegeben hat“, beurteilt er die Entwicklung.

Quelle: Alice Service-Studie 2009; CATI adhoc Studie mit repräsentativer Stichprobe; durchgeführt im Juli 2009 von der TNS Infratest RI GmbH

Über HanseNet

Das Unternehmen HanseNet Telekommunikation GmbH wurde 1995 in Hamburg gegründet. HanseNet betreibt für 2,289 Millionen Privat- und Geschäftskunden ein hochmodernes Kommunikationsnetz und bietet Mobilfunk, Festnetz sowie Breitband- und Internetdienste aus einer Hand. Der Umsatz konnte in den vergangenen vier Jahren von 161,1 Millionen (2004) auf 1,190 Milliarden Euro (2008) gesteigert werden. Alleiniger Gesellschafter ist Telecom Italia. Alice gibt's in immer mehr Anschlussgebieten. Weitere Informationen über HanseNet, Alice und SPARKLE finden Sie unter www.alice.de oder www.hansenet.de.