

# Kundenkontaktqualität von EVU

Wie gut ist die Kundenkontaktqualität von EVU am Telefon und bei der Beantwortung von E-Mails?

---

Kernergebnisse aus dem imug Service Check

November 2020



# Untersuchungssteckbrief

Auftraggeber	11 EVU
Grundgesamtheit	Gesamt: 535 Mystery Calls (325 Calls zu Produkthanfragen, 210 Calls zu Beschwerden) 240 Mystery Writings zu Produkthanfragen (E-Mail) Pro EVU: Mystery Calls (je EVU 25/50 Calls (15/30 x Produkthanfrage und 10/20xBeschwerde/kritische Produkthanfrage) Mystery Writings (je EVU 15/25 E-Mails zu Produkthanfragen) <small>*für einige EVU wurden erhöhte Fallzahlen realisiert</small>
Gender Disclaimer	Ausschließlich zum Zweck der besseren Lesbarkeit wird auf die geschlechtsspezifische Schreibweise verzichtet. Alle personenbezogenen Bezeichnungen sind somit geschlechtsneutral zu verstehen.
Untersuchte Kontaktstellen	Zentrale Kundenhotline der jeweiligen EVU Zentrale E-Mail Adresse im Kundenservice
Erhebungsmethode	Dokumentation und Auswertung der unternehmensseitigen Reaktion auf Mystery Calls und Mystery Writings
Durchführung/ Forschungsdienstleister	imug Beratungsgesellschaft mbH, Hannover
Feldzeit	14.09.2020 – 06.11.2020
Datenaufbereitung	imug Beratungsgesellschaft mbH, Hannover

## Untersuchungssteckbrief und Punktevergabe



- Erreichbarkeit,
- Verständlichkeit Intro
- Bearbeitungsqualität Produktanfragen Preisbeschwerden,
- Gesprächsatmosphäre



Telefon KQI  
maximal 100 Punkte

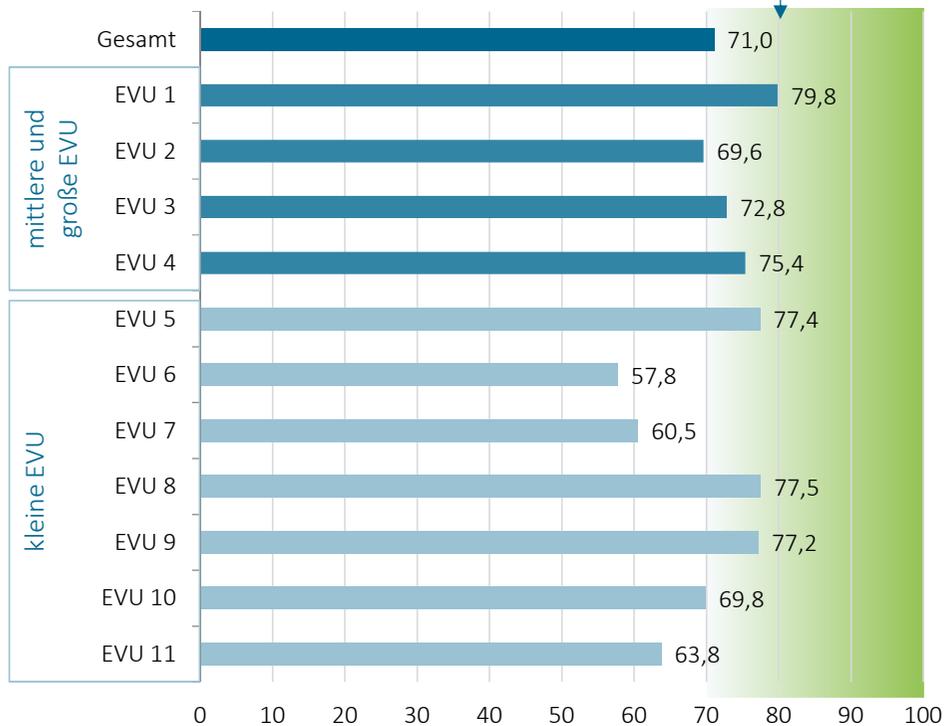
- Beantwortungsquote
- Beantwortungsdauer
- Bearbeitungsqualität Freundlichkeit/Verbindlichkeit
- Bearbeitungsqualität Eingehen auf das Kundenanliegen



E-Mail KQI  
maximal 100 Punkte

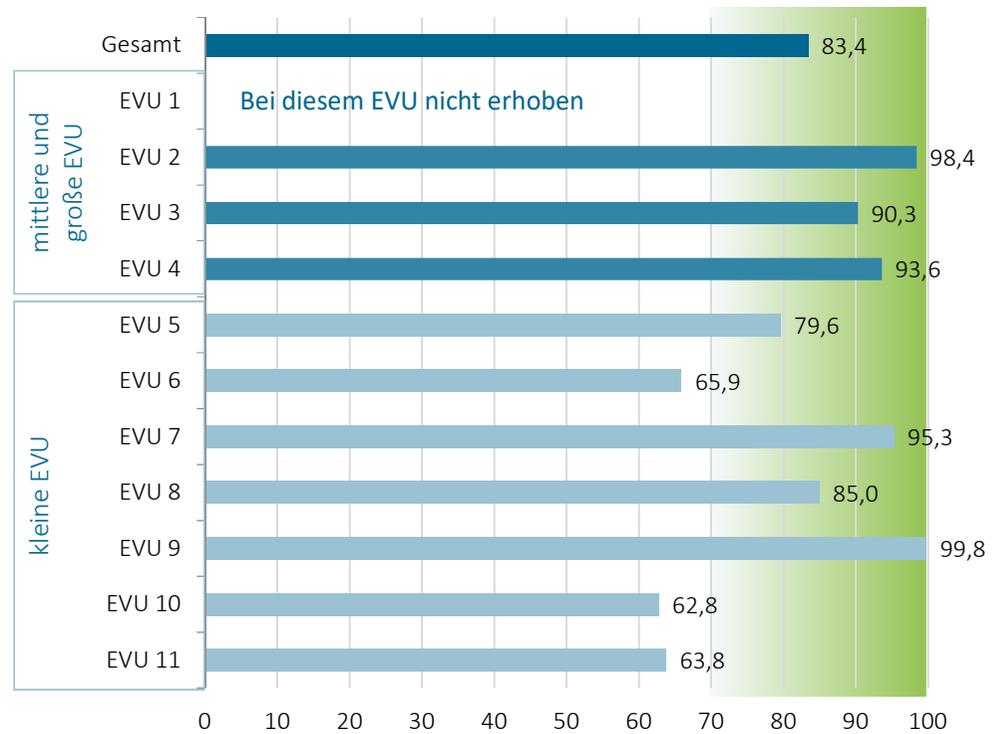
## Kundenkontaktqualität Gesamt: 1 Teilnehmer mit TOP Performer Leistung (ab 80 Punkten)

Index Kundenkontaktqualität Telefon



n = 535; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen

Index Kundenkontaktqualität E-Mail



n = 240; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils versendeten E-Mails inkl. unbeantworteter E-Mails



## Erreichbarkeit – EVU insgesamt

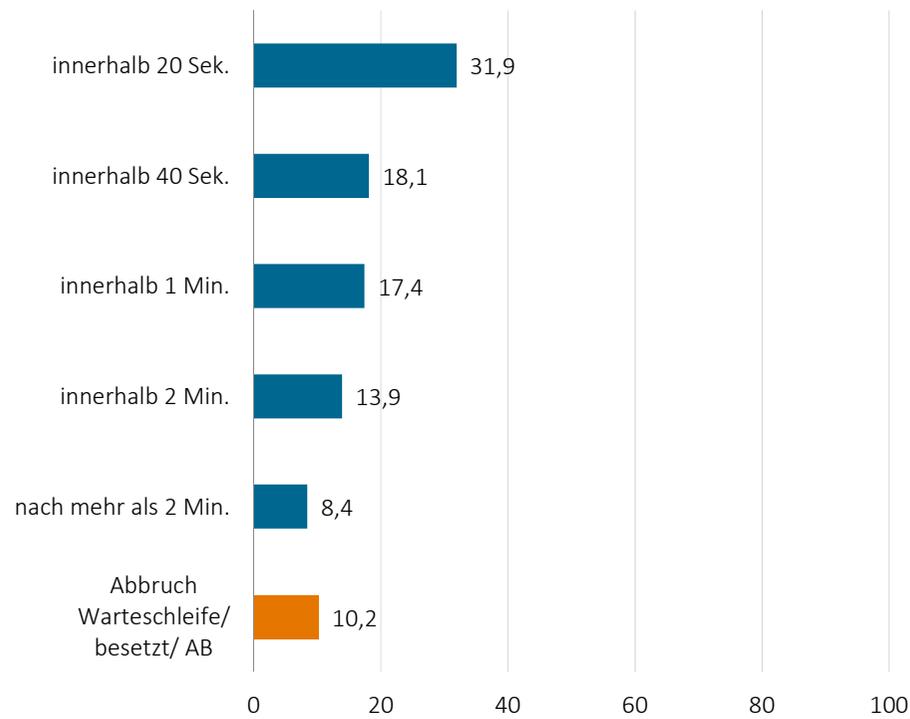
Insgesamt wurden **596** Anrufversuche unternommen, um **535** Anrufe realisieren zu können.

Uhrzeit	Versuche	direkte Annahme	Annahme nach Warteschleife	ACD/IVR + direkte Annahme	ACD/IVR + Warteschleife	Abbruch Warteschleife
8 – 10 Uhr	85	26	29	2	20	8
10 – 12 Uhr	94	16	32	0	30	16
12 – 14 Uhr	121	17	43	0	50	11
14 – 16 Uhr	167	34	75	2	40	16
16 – 18 Uhr	119	28	45	1	35	10
nach 18 Uhr	10	0	6	0	4	0
<b>Summe</b>	<b>596</b>	<b>121</b>	<b>230</b>	<b>5</b>	<b>179</b>	<b>61</b>



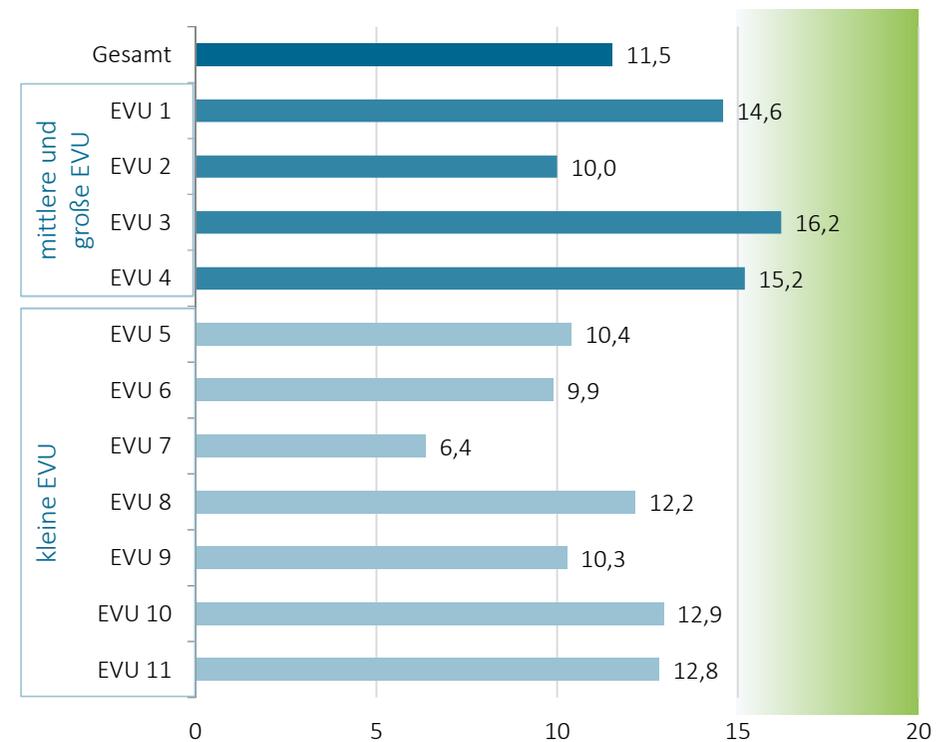
## Erreichbarkeit – EVU insgesamt

Erreichbarkeit – Ø aller Teilnehmer



n = 596; Angaben in Prozent; inkl. nicht entgegengenommener Anrufe

Von 20 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...

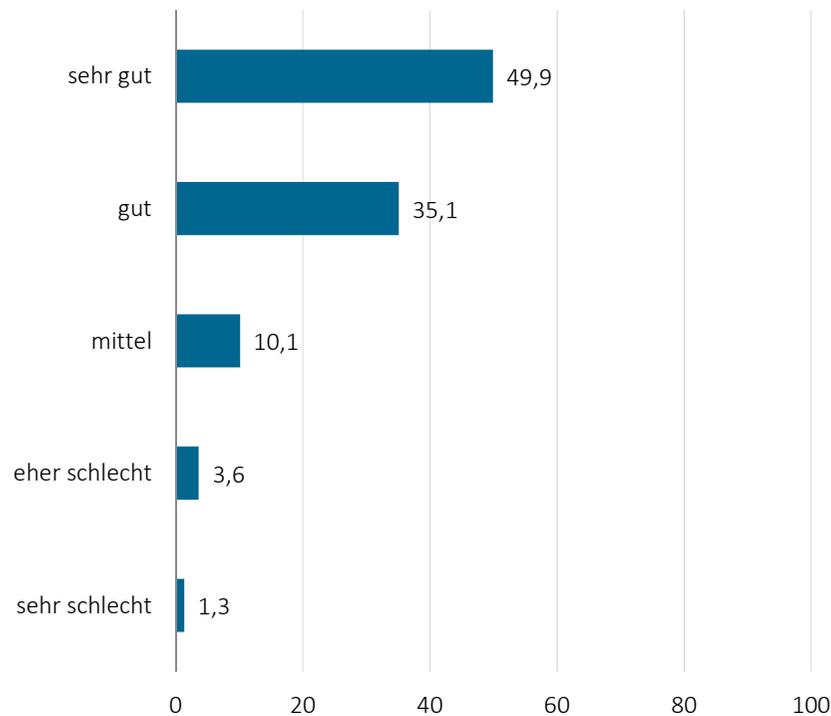


n = 535; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen inkl. nicht entgegengenommener Anrufe



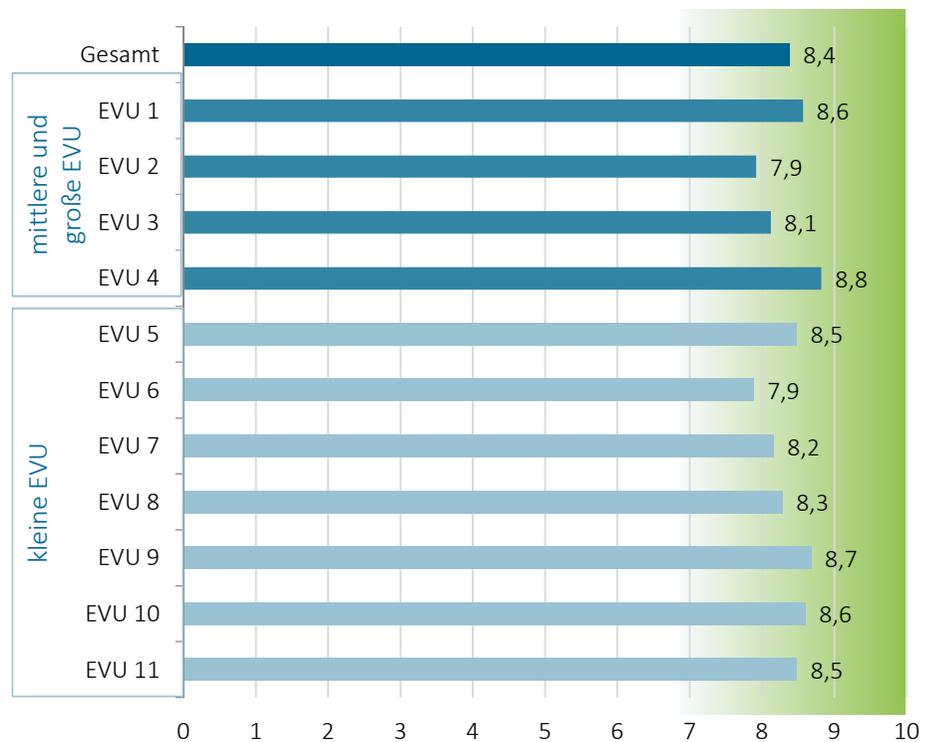
## Verständlichkeit des Intros – EVU insgesamt

Verständlichkeit des Intros – Ø aller Teilnehmer



n = 535; Angaben in Prozent

Von 10 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...

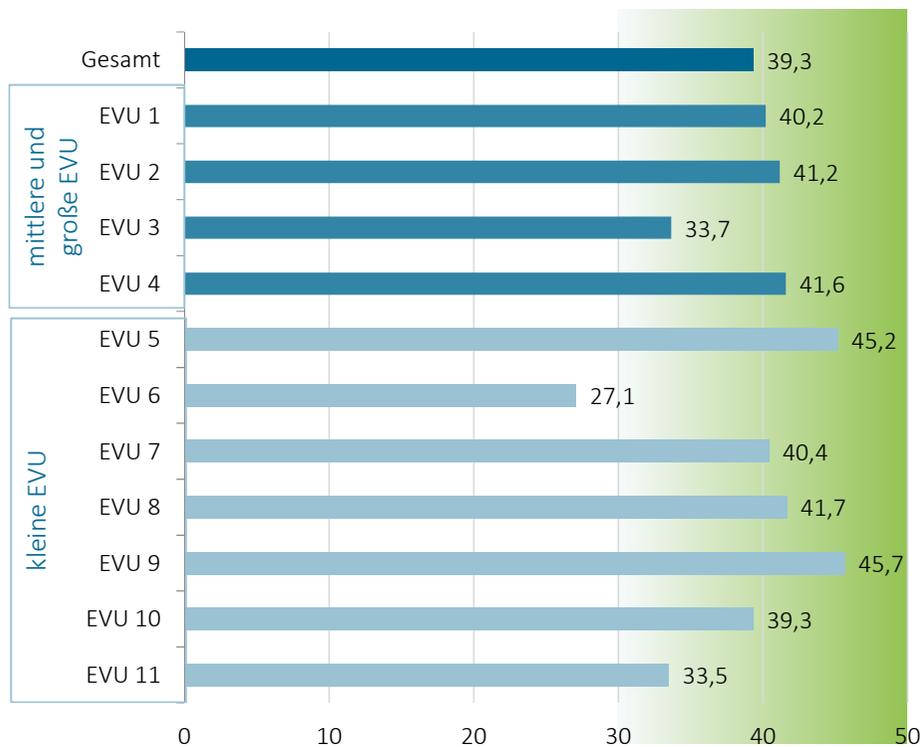


n = 535; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen

## Bearbeitung Produktanfragen: Zum Teil hohe Bearbeitungsqualität – Ø aller Teilnehmer im Optimalbereich



Bearbeitung der Kundenanliegen: Anfrage Produkte  
Von 50 Punkten erreichten im Durchschnitt...



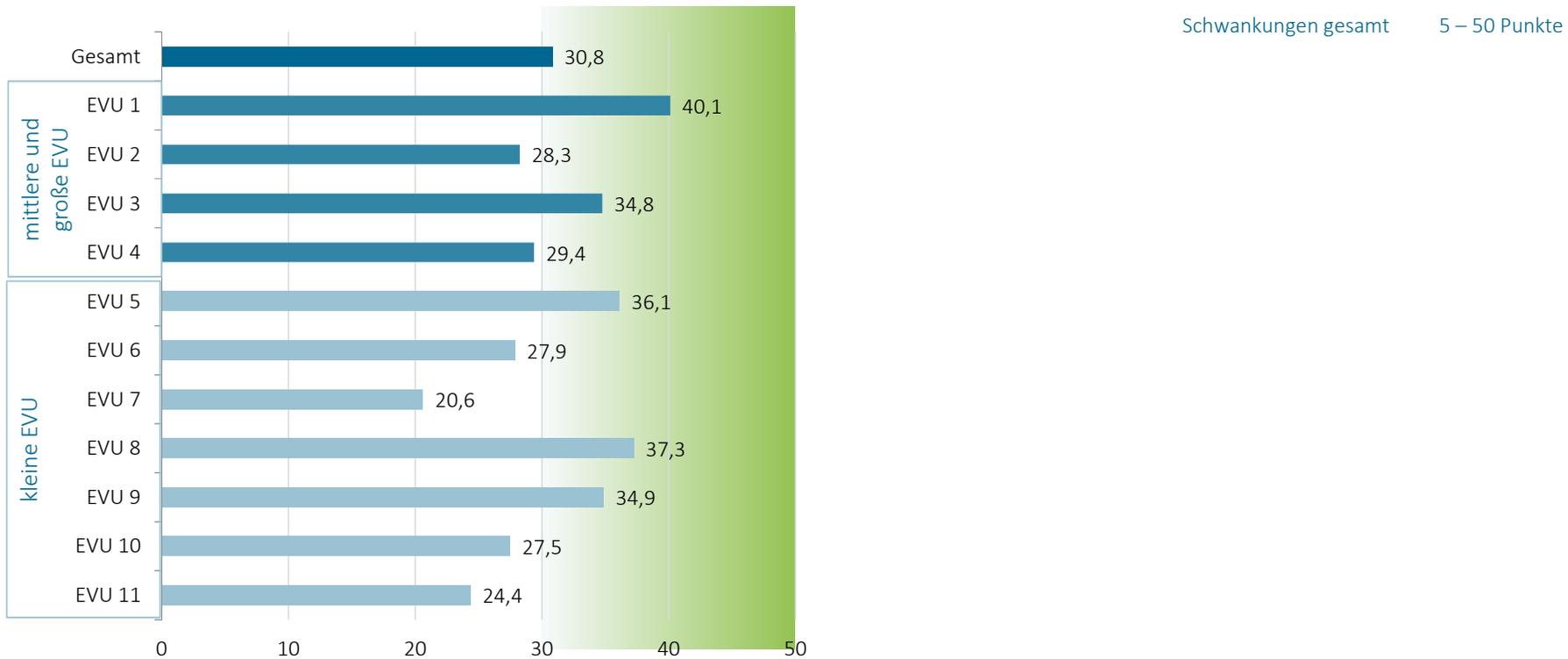
Schwankungen gesamt 0 – 50 Punkte

n = 325; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen

# Bearbeitung Preisbeschwerden: heterogene Ergebnisse für die Beschwerdebearbeitung - Durchschnitt liegt außerhalb des Optimalbereichs



Bearbeitung der Kundenanliegen: Beschwerden  
Von 50 Punkten erreichten im Durchschnitt...

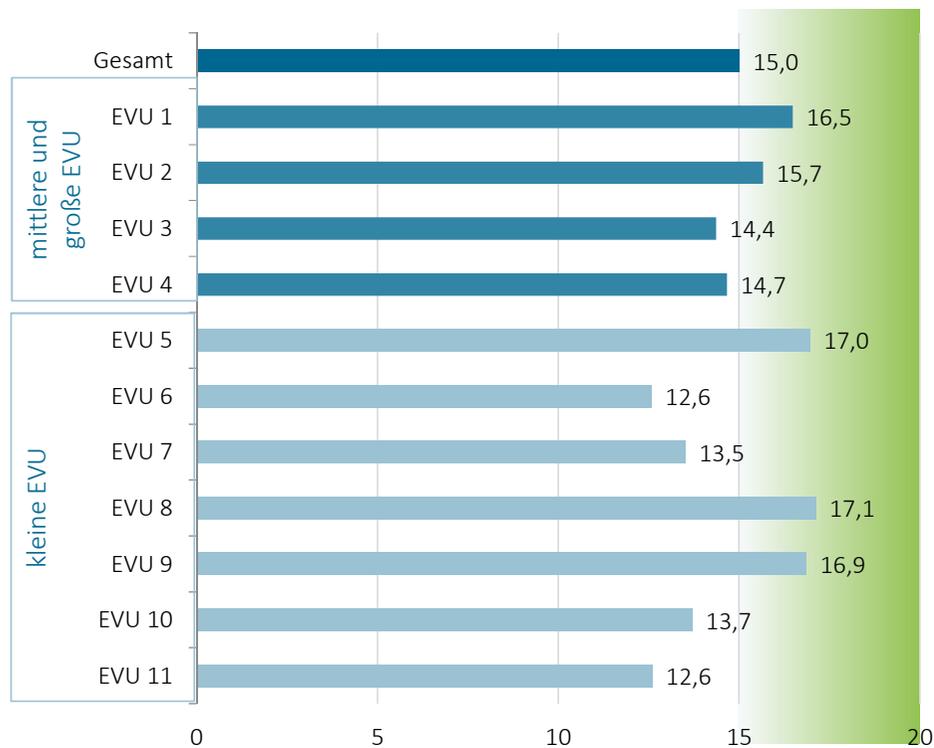


n = 210; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen

## Gesprächsatmosphäre: Gesprächsatmosphäre mit solider Bewertung – Optimalbereich wird von jedem zweiten EVU erreicht



Gesprächsatmosphäre Gesamt - Von 20 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...

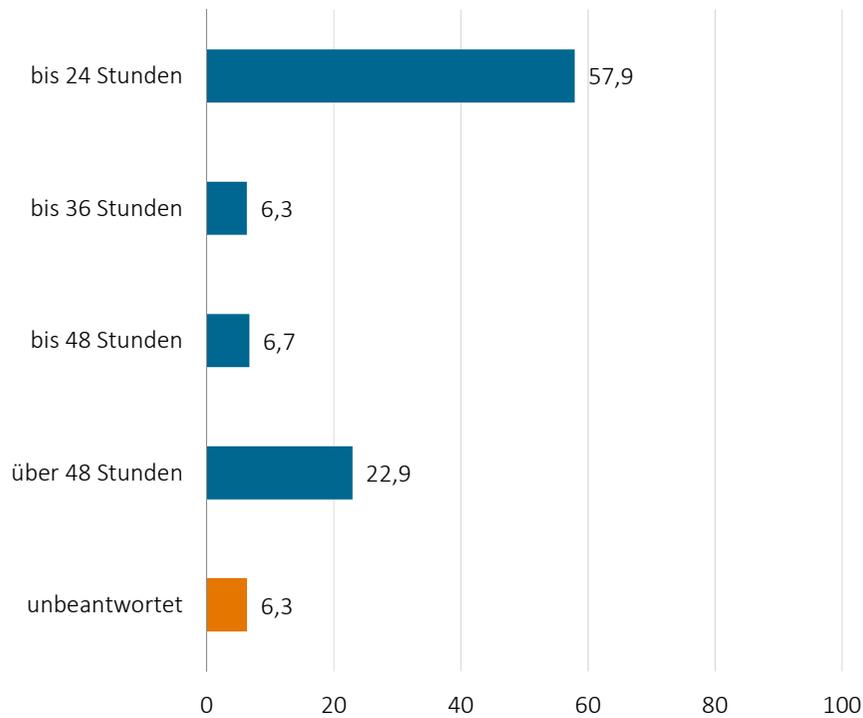


n = 535; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen



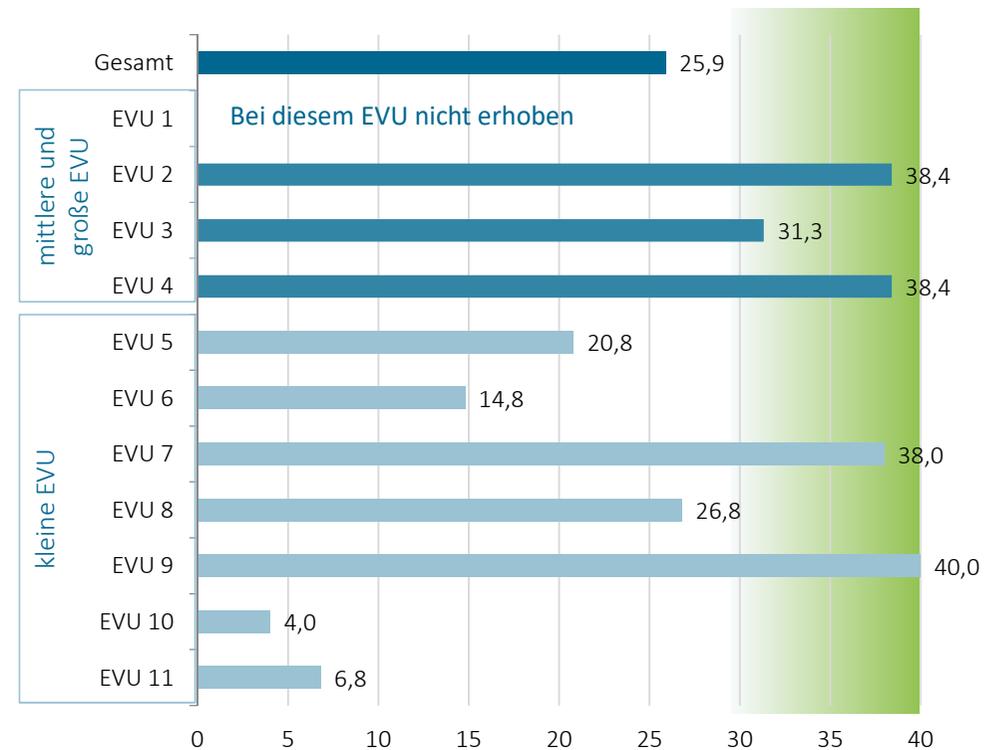
## Beantwortungsdauer E-Mails – EVU insgesamt

Beantwortungsdauer – Ø aller Teilnehmer



n = 240; Angaben in Prozent

Von 40 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...



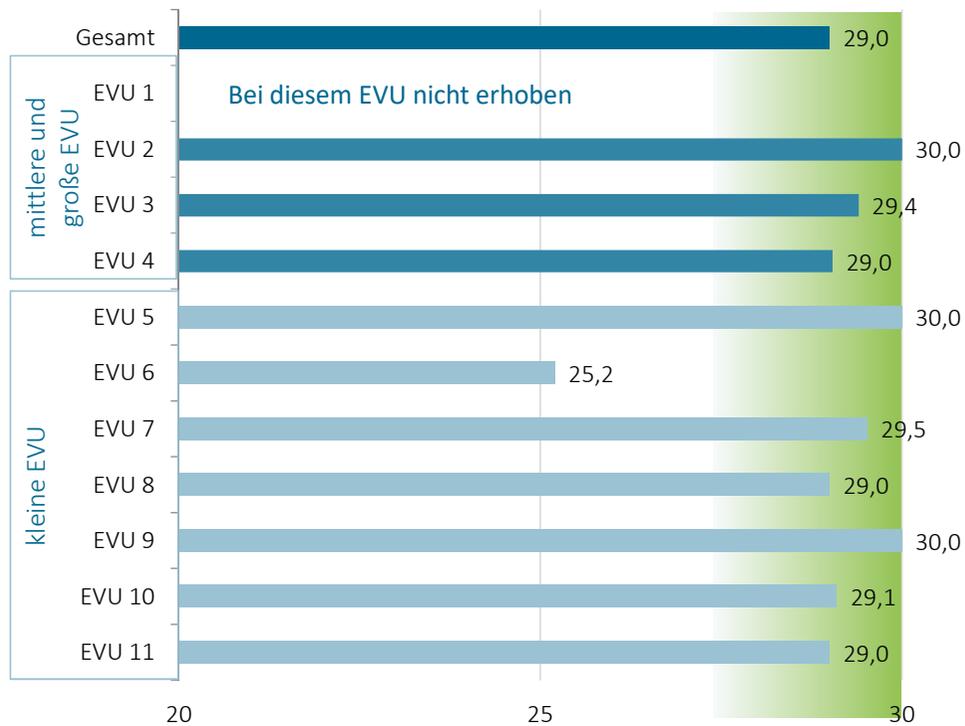
n = 240; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils versendeten E-Mails inkl. unbeantworteter E-Mails



## Bearbeitung von E-Mails – Einzelaspekte im Durchschnitt aller Teilnehmer

Freundlichkeit/ Verbindlichkeit

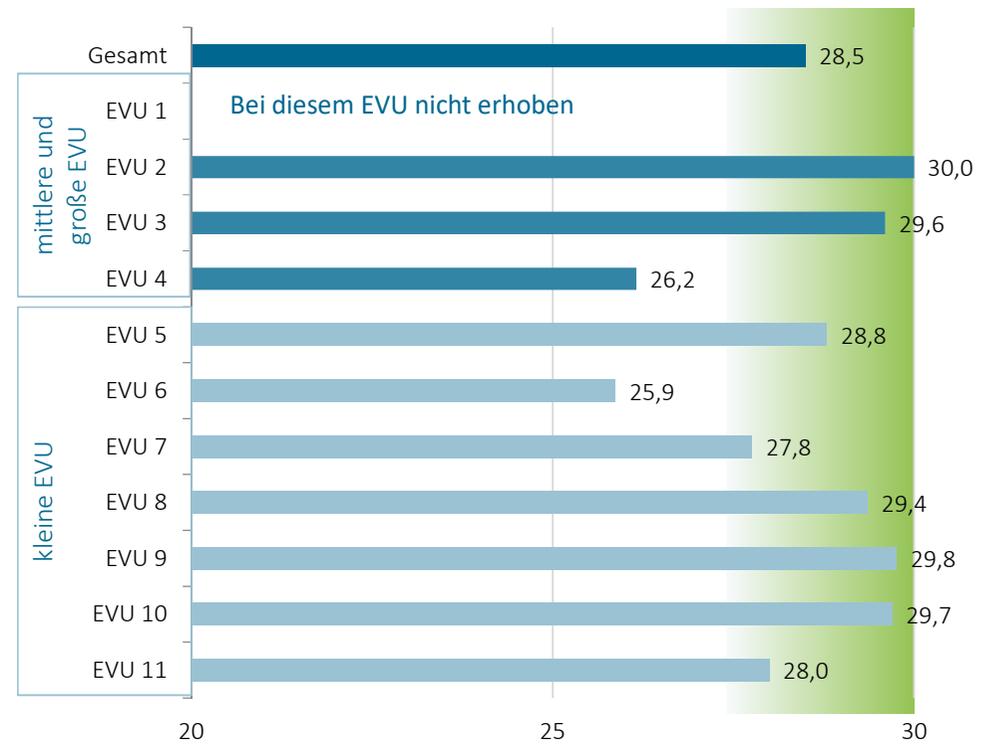
Von 30 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...



n = 225; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils pro Unternehmen versendeten und beantworteten E-Mails

Eingehen auf Kundenanliegen

Von 30 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...



n = 225; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils pro Unternehmen versendeten und beantworteten E-Mails

# imug Struktur

## imug – sustainable excellence

### imug | rating



Nachhaltigkeits-Research



Nachhaltigkeits-Research



Bewertung Nachhaltiger Kapitalanlagen

### imug | csr

Beratung

Stakeholder- und Marktanalysen

Reporting und Agentur

### imug | customer

Beratung und Konzepte

Studien und Analysen

Training und Coaching

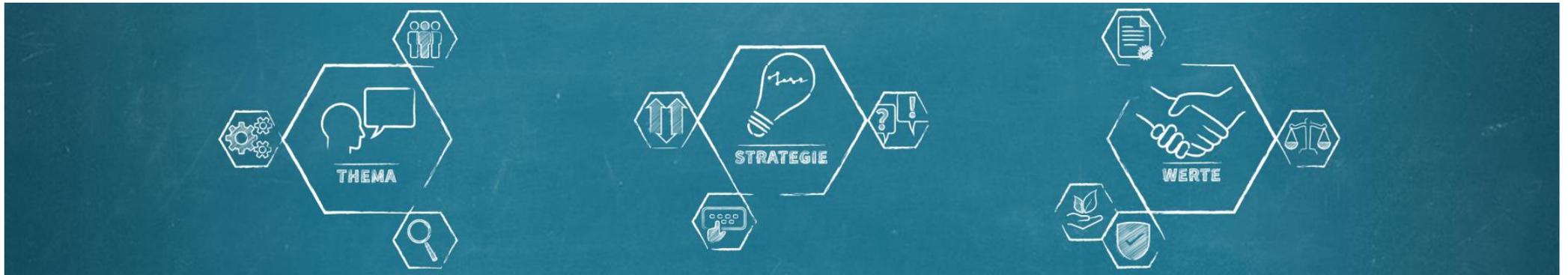
### imug | marktforschung

Umsetzung Studien und Analysen: **Produkt – Markt – Kunde – Stakeholder**





## Wie wir Beratung sehen



### Unser Thema

Wir untersuchen und bewerten Stakeholderbeziehungen. Wir liefern Daten, Kennziffern und Argumente. Wir beraten und unterstützen Unternehmen auch bei der Gestaltung ihrer Stakeholderbeziehungen. Wir beachten, dass Kunden und Mitarbeiter heute komplexere Erwartungen haben. Unser Analyse- und Beratungsansatz ist nachhaltig. Für uns gehören Kundenorientierung, Führungskompetenz, Mitarbeiterorientierung und gesellschaftliche Verantwortung zusammen. Auf die Balance kommt es an.

### Unsere Strategie

Kundenorientierung, Marktforschung, CSR und Werte-management, Investment Research entwickeln wir als eigene Geschäftsfelder, die eine gemeinsame Philosophie transportieren. Wir verbinden Effizienz mit Verantwortung. Wir erzielen Synergieeffekte und sind dadurch unseren Wettbewerbern überlegen.

## Unsere Werte

Als Berater und Dienstleister für Unternehmen und Organisationen handeln wir auf der Grundlage folgender Werte:



### Qualität

Wir stellen an unsere eigenen Arbeiten inhaltlich und formal höchste Ansprüche. Wir bekennen uns zur Leistungsorientierung und wollen exzellenten Service leben.



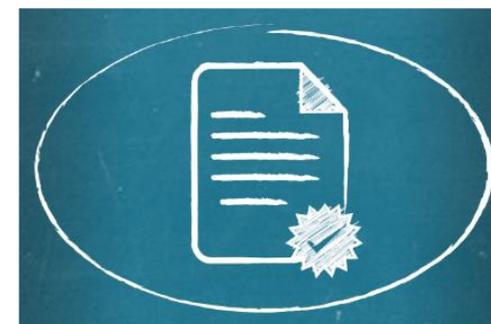
### Fairness

Im Umgang mit unseren Kunden und unseren Mitarbeitern lassen wir uns vom Grundwert der Fairness leiten. Wir achten insbesondere auf die legitimen Interessen unserer Kunden, die uns Daten und Informationen anvertrauen.



### Nachhaltigkeit

Wir wollen Leistungen anbieten, die die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft stärken. Wir denken ganzheitlich und handeln verantwortlich.



### Integrität

Als Berater und Dienstleister werden wir unsere geistige und finanzielle Unabhängigkeit sicherstellen. Dies drückt sich auch in unserer Gesellschafterstruktur aus.

## Wer mit uns zusammenarbeitet

Mit unseren Leistungen unterstützen wir eine Vielzahl von sehr unterschiedlichen Institutionen: Vor allem Unternehmen aus verschiedenen Branchen, aber auch Verbände, staatliche Einrichtungen und Ministerien, Verbraucherorganisationen als auch andere Non Governmental Organisations.

Eine übergreifende Auswahl unserer Kunden aus der Energiewirtschaft:



## Wer mit uns zusammenarbeitet

Mit unseren Leistungen unterstützen wir eine Vielzahl von sehr unterschiedlichen Institutionen: Vor allem Unternehmen aus verschiedenen Branchen, aber auch Verbände, staatliche Einrichtungen und Ministerien, Verbraucherorganisationen als auch andere Non Governmental Organisations.

Eine übergreifende Auswahl unserer Kunden:



## imug | customer



Ulrike Niedergesäß



Ines Ballmann



Sandra Bartels



Stephanie Carl



Kristin  
Dankenbring-Geisler



Holger Dreyer



Arne Graf



Crisalda Jemusse



Edith Kreutzer



Andreas Schielke



Ximena Steckhan



Thorsten Wallbott

- ▶ 1992 Gründung als Institut an der Universität Hannover
- ▶ 1995 Gründung der imug Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen mbH
- ▶ 40 festangestellte Mitarbeiter/innen, davon 14 Mitarbeiter im Bereich Marktforschung
- ▶ Für uns gilt: Dienstleistungen der Marktforschung erfolgen ausschließlich nach anerkannten wissenschaftlichen und methodisch gesicherten Verfahren.
- ▶ Die imug Beratungsgesellschaft hat deshalb für die im Rahmen ihrer Marktforschungsaktivitäten durchzuführenden Prozesse und Arbeiten strenge Qualitätsstandards erarbeitet.
- ▶ Seit 2014 ist die imug Beratungsgesellschaft nach ISO 9001 und 20252 zertifiziert.
- ▶ Wir wollen Leistungen anbieten, die die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft stärken. Wir denken ganzheitlich und handeln verantwortlich.



## Kontakt



Sandra Bartels  
Beratung und Projektleitung  
Tel 0511 / 121 96 40  
bartels@imug.de



Ximena Steckhan  
Projektmanagement  
Tel 0511 / 121 96 38  
steckhan@imug.de



Ulrike Niedergesäß  
Geschäftsführende Gesellschafterin  
Tel 0511 / 121 96 14  
niedergesaess@imug.de

imug Beratungsgesellschaft  
für sozial-ökologische Innovationen mbH  
Postkamp 14a  
30159 Hannover  
www.imug.de