

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 2019



Untersuchungssteckbrief

Auftraggeber	12 EVU
Grundgesamtheit	Gesamt: 635 Mystery Calls (385 Calls zu Produktanfragen, 250 Calls zu Beschwerden) 310 Mystery Writings zu Produktanfragen Pro EVU: Mystery Calls (je EVU 25 Calls (15 Produktanfragen/10 Beschwerdeanrufe))* Mystery Writings (je EVU 15 E-Mails zu Produktanfragen)* *für einige EVU wurden erhöhte Fallzahlen realisiert
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	11.09.2019 – 08.11.2019
Datenaufbereitung	imug Beratungsgesellschaft mbH, Hannover

Untersuchungssteckbrief und Punktevergabe



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



Telefon KQI
maximal 100 Punkte

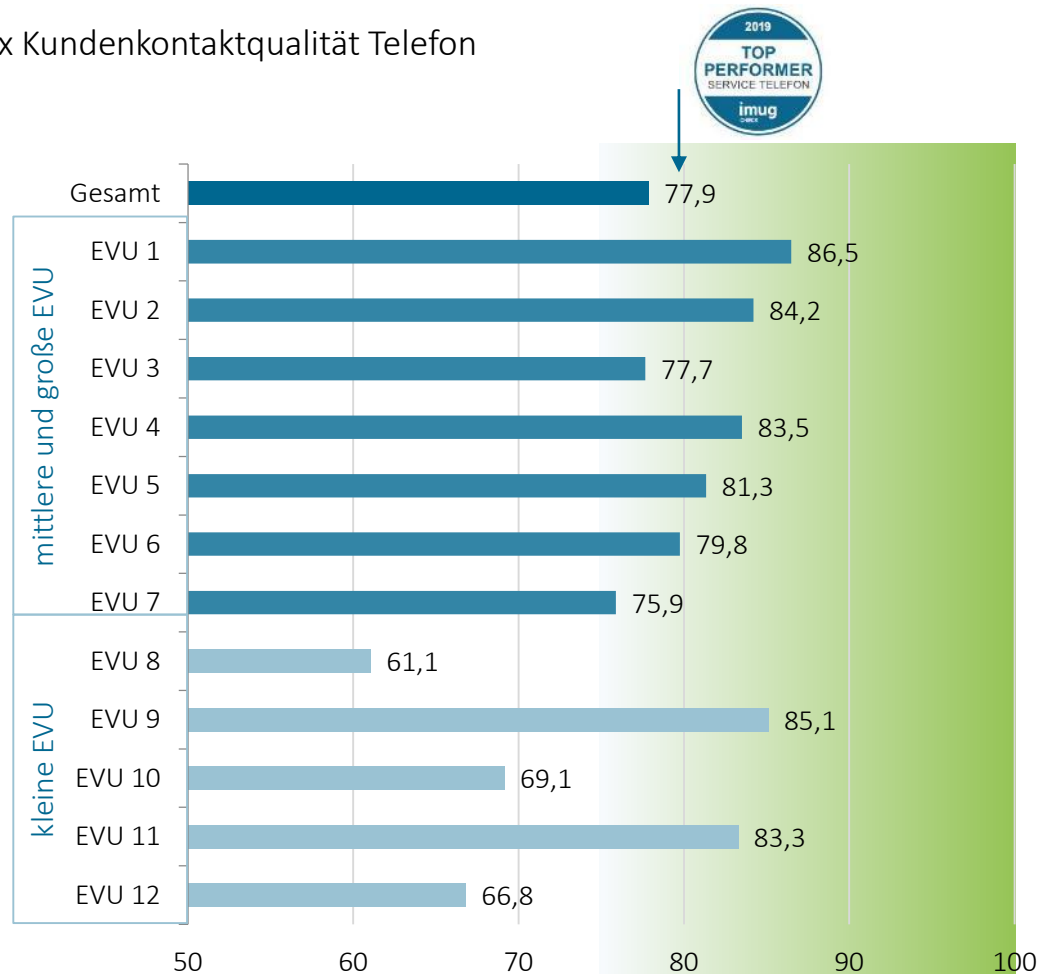
- Beantwortungsquote
- Beantwortungsdauer
- Bearbeitungsqualität Freundlichkeit/Verbindlichkeit
- Bearbeitungsqualität Eingehen auf das Kundenanliegen



E-Mail KQI
maximal 100 Punkte

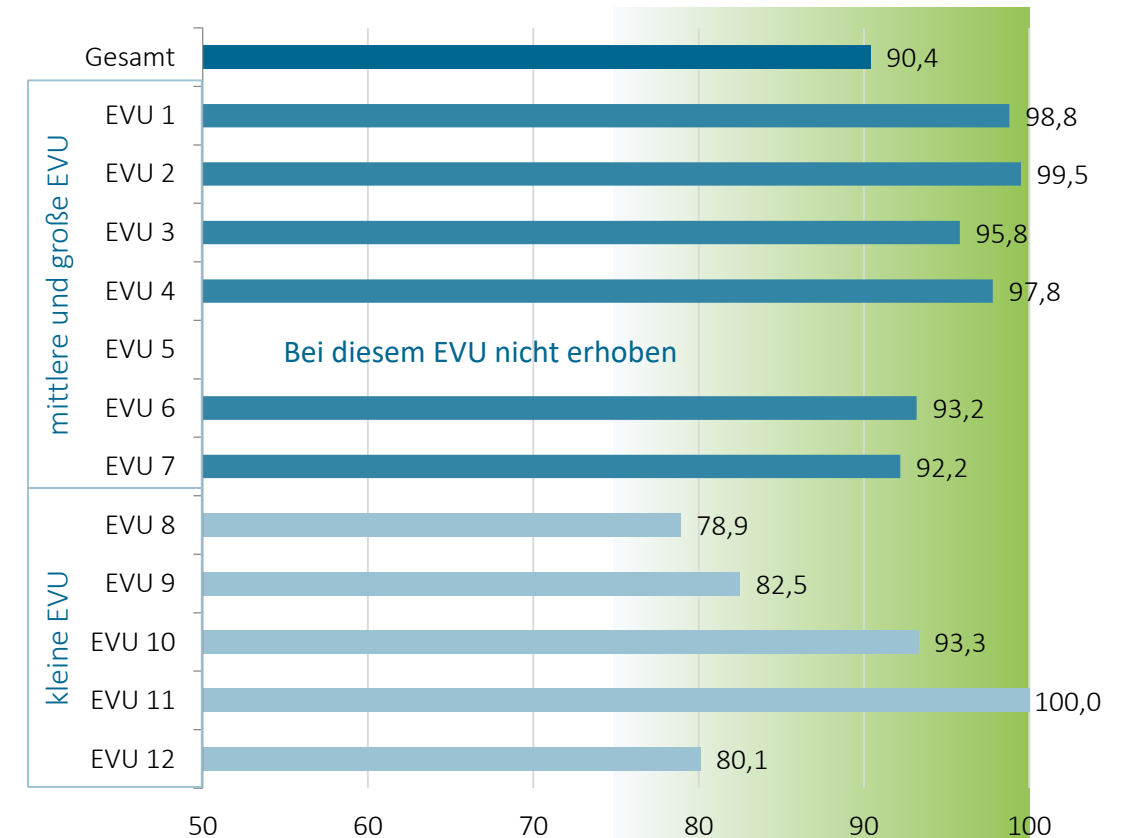
Kundenkontaktqualität Gesamt: 7 Teilnehmer mit TOP Performer Leistung (ab 80 Punkten)

Index Kundenkontaktqualität Telefon



n = 635; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen

Index Kundenkontaktqualität E-Mail



n = 310; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils versendeten E-Mails inkl. unbeantworteter E-Mails



Erreichbarkeit – EVU insgesamt

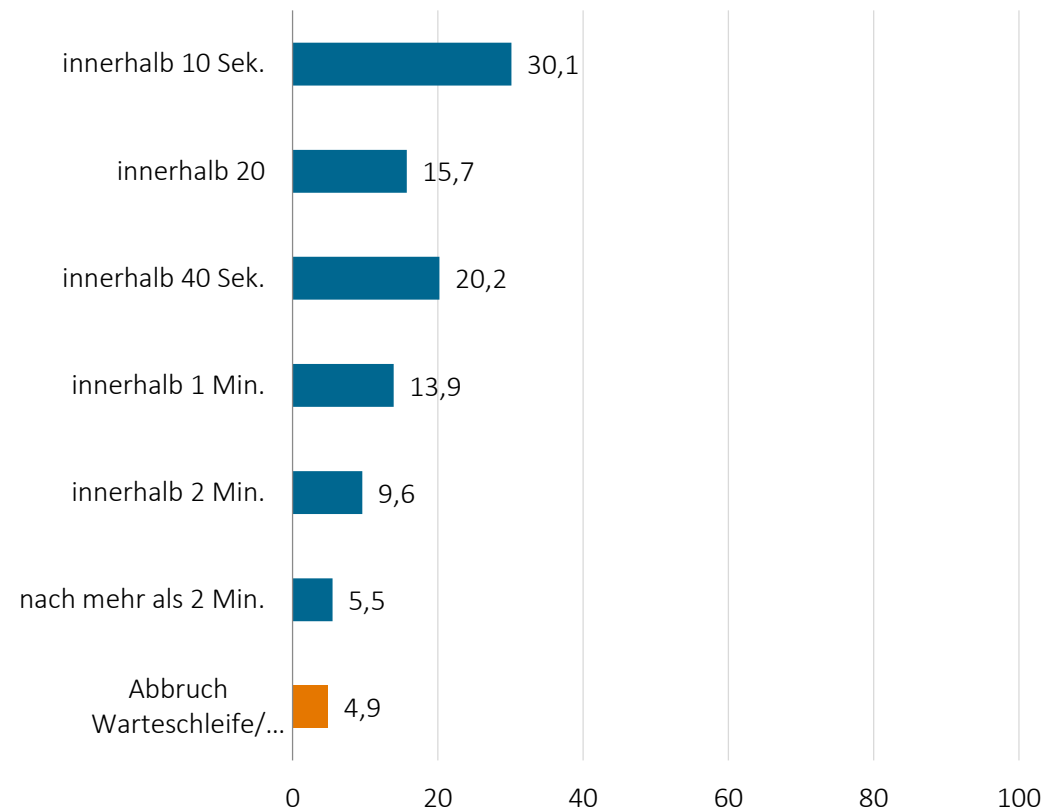
Insgesamt wurden **668** Anrufversuche unternommen, um **635** Anrufe realisieren zu können.

Uhrzeit	Versuche	direkte Annahme	Annahme nach Warteschleife	ACD/ VR + direkte Annahme	ACD/ VR + Warteschleife	Abbruch Warteschleife	AB/ Bandansage	keine Annahme/ besetzt	Abbruch ACD
8 – 10 Uhr	163	90	28	3	39	3	0	0	0
10 – 12 Uhr	105	41	16	7	39	2	0	0	0
12 – 14 Uhr	190	26	33	2	114	15	0	0	0
14 – 16 Uhr	142	35	37	5	59	6	0	0	0
16 – 18 Uhr	68	14	16	8	23	7	0	0	0
Summe	668	206	130	25	274	33	0	0	0



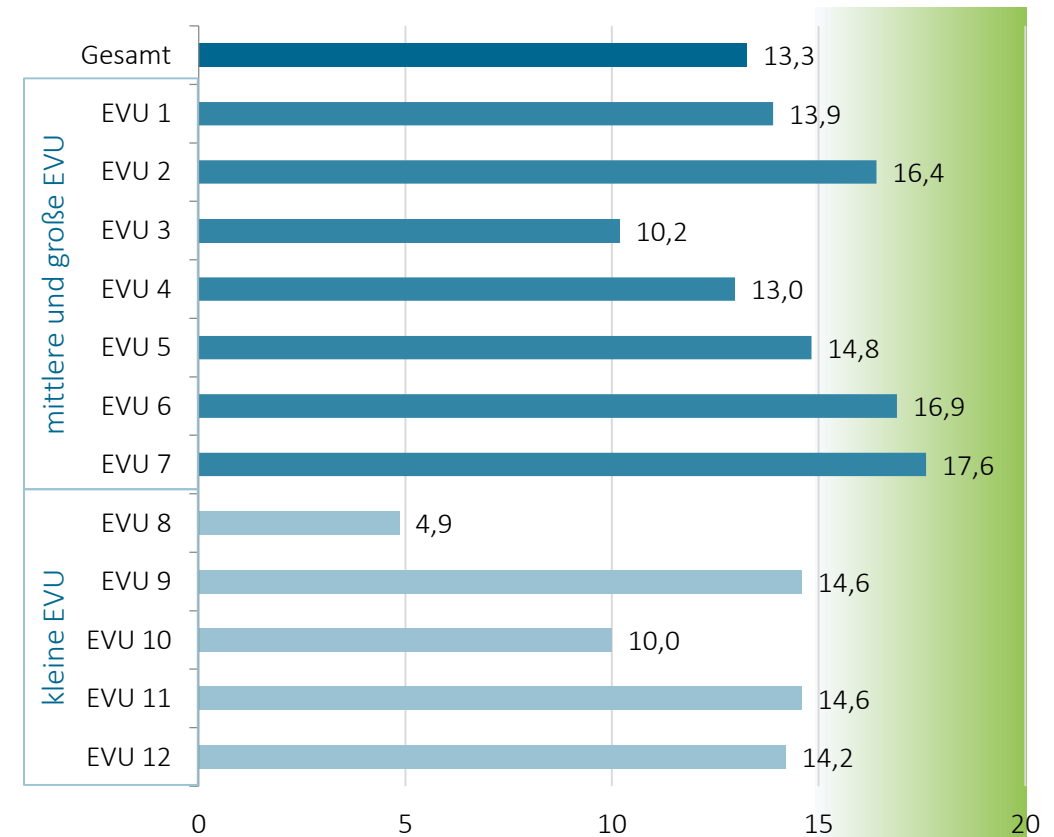
Erreichbarkeit – EVU insgesamt

Erreichbarkeit – Ø aller Teilnehmer



n = 668; Angaben in Prozent; inkl. nicht entgegengenommener Anrufe

Von 20 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...

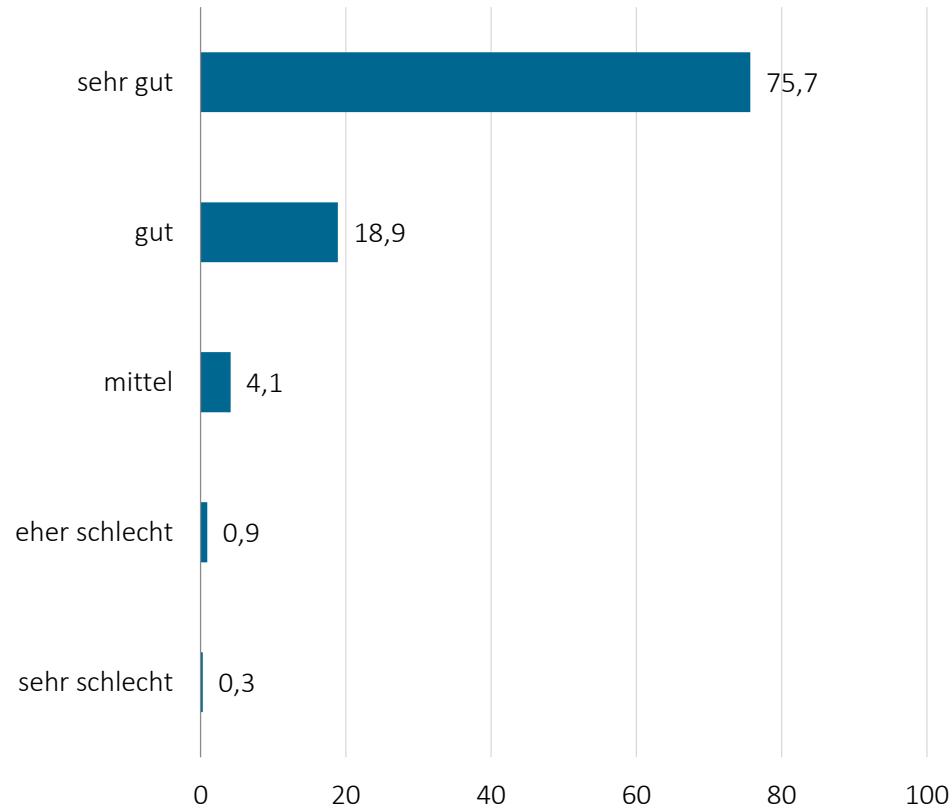


n = 668; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen inkl. nicht entgegengenommener Anrufe



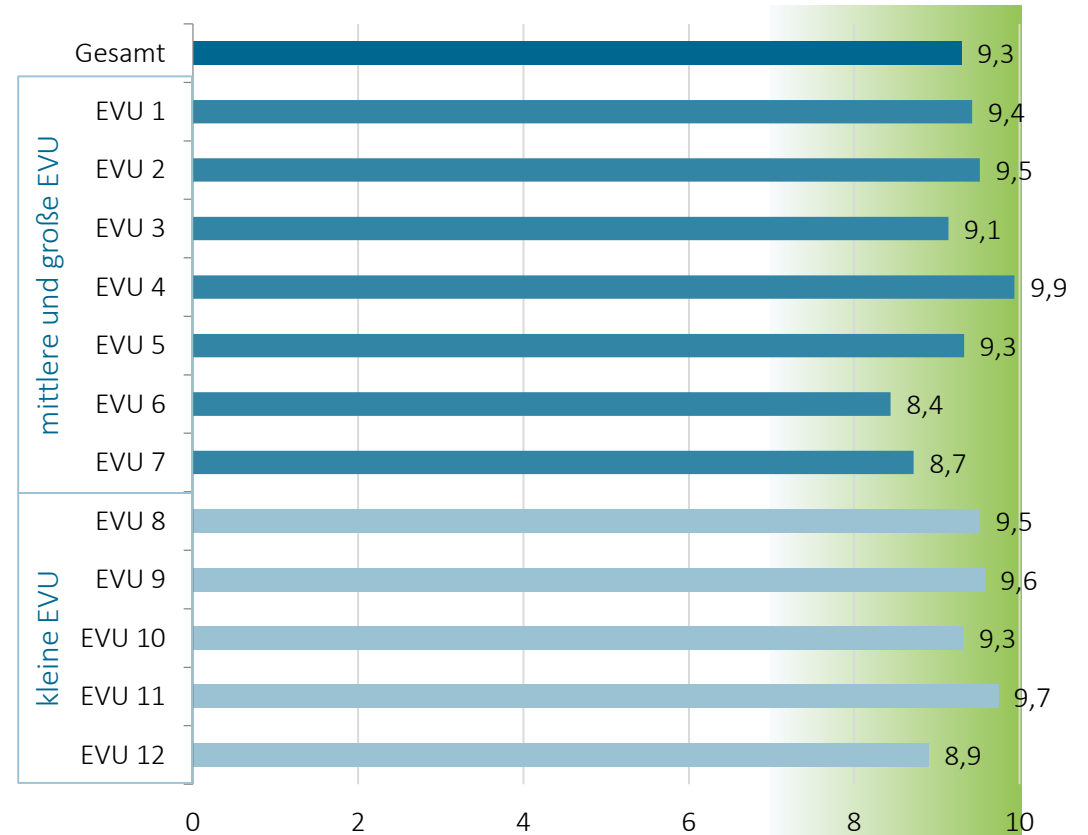
Verständlichkeit des Intros – EVU insgesamt

Verständlichkeit des Intros – Ø aller Teilnehmer



n = 635; Angaben in Prozent

Von 10 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...

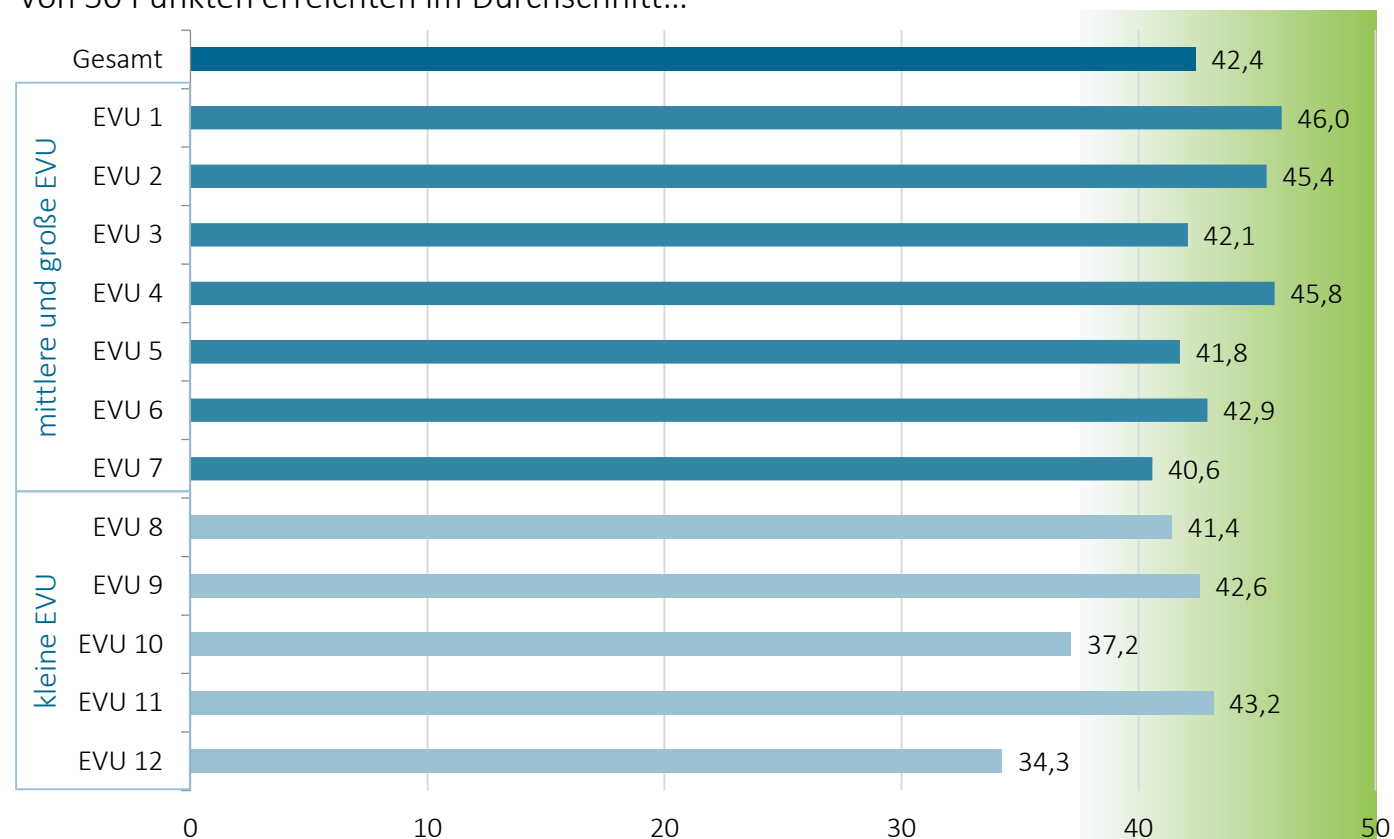


n = 635; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen inkl. nicht entgegengenommener Anrufe

Bearbeitung Produktanfragen: Mehrheitlich hohe Bearbeitungsqualität in der Bearbeitung von Produktanfragen



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



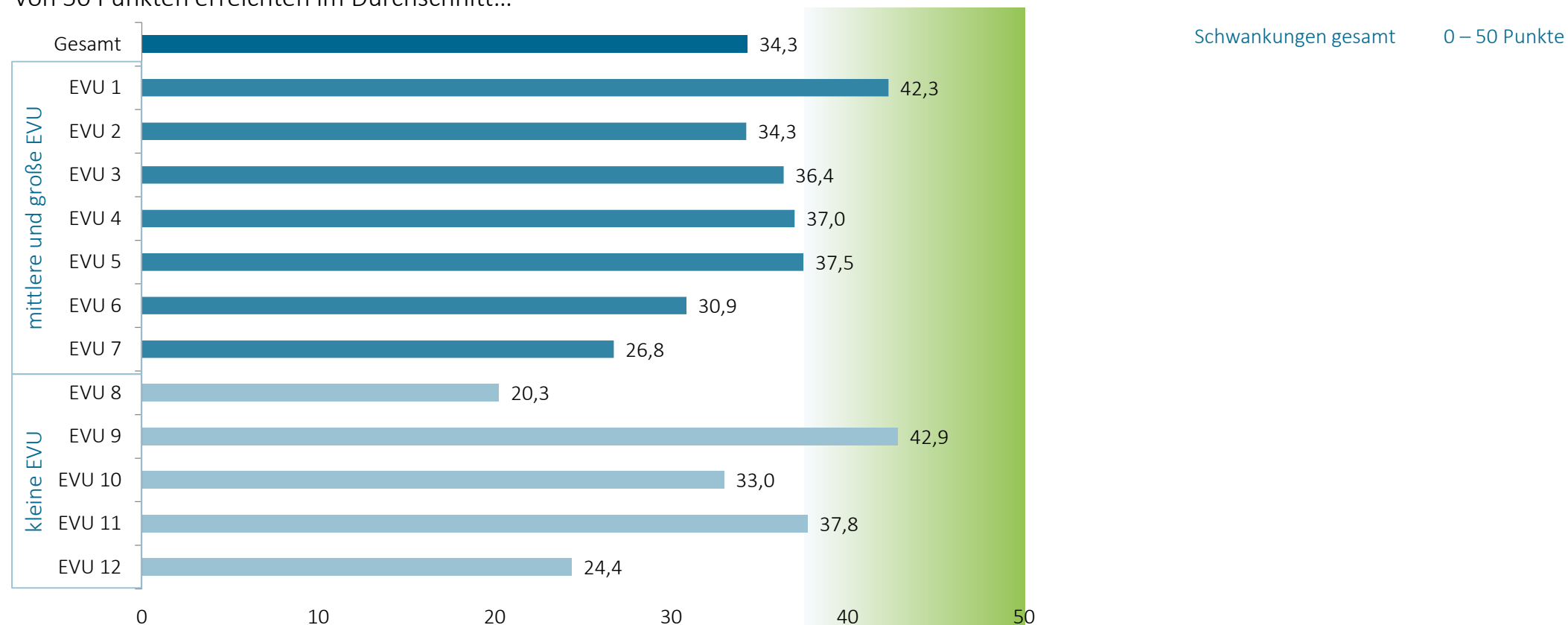
Schwankungen gesamt 0 – 50 Punkte

n = 385; 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...

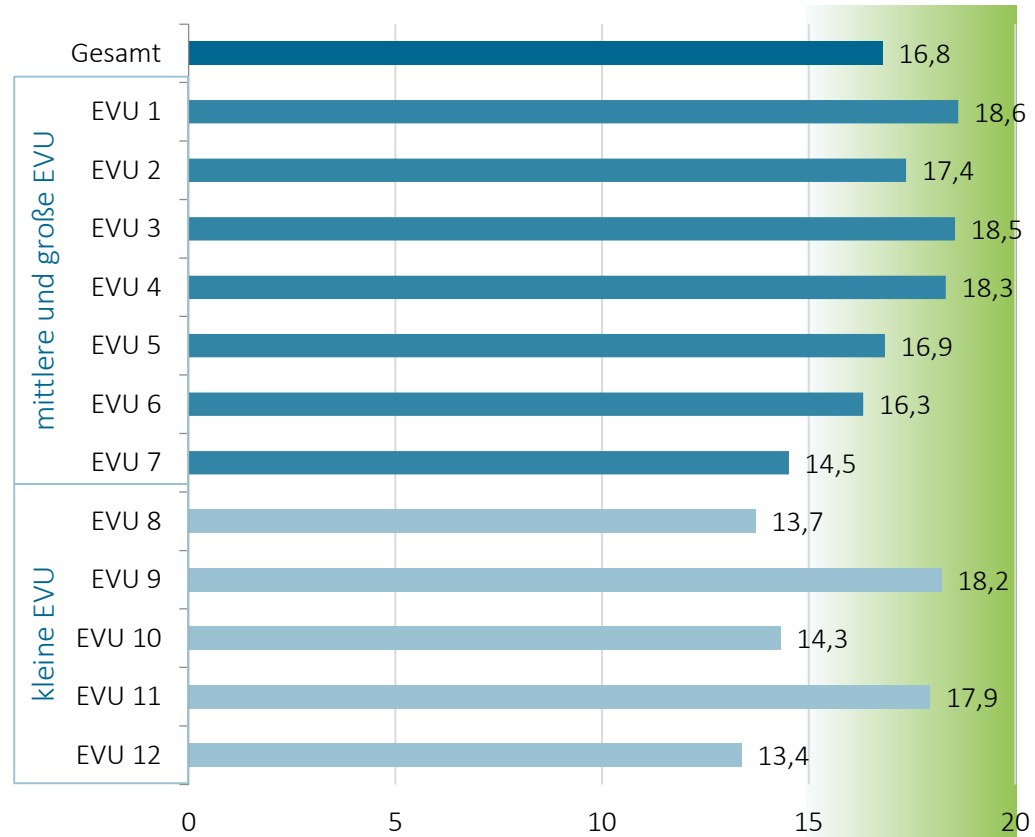


n = 250; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen

Gesprächsatmosphäre: Gesprächsatmosphäre mit guter Bewertung – Optimalbereich wird in der Regel erreicht



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

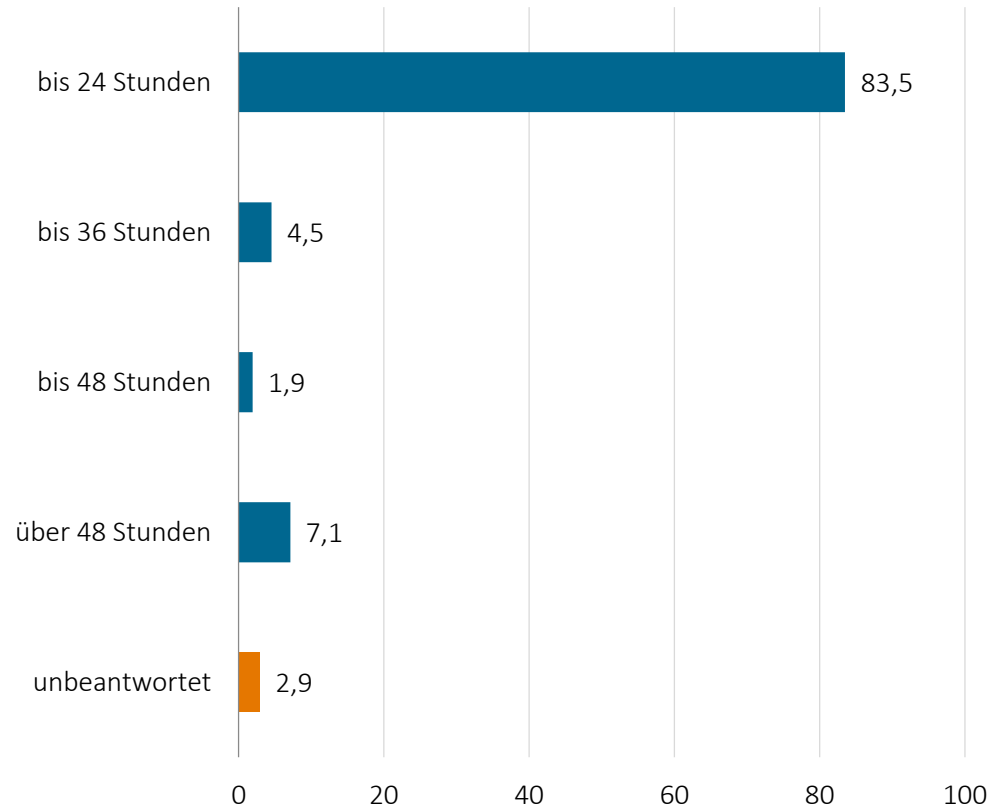


n = 635; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils durchgeführten Anrufe pro Unternehmen



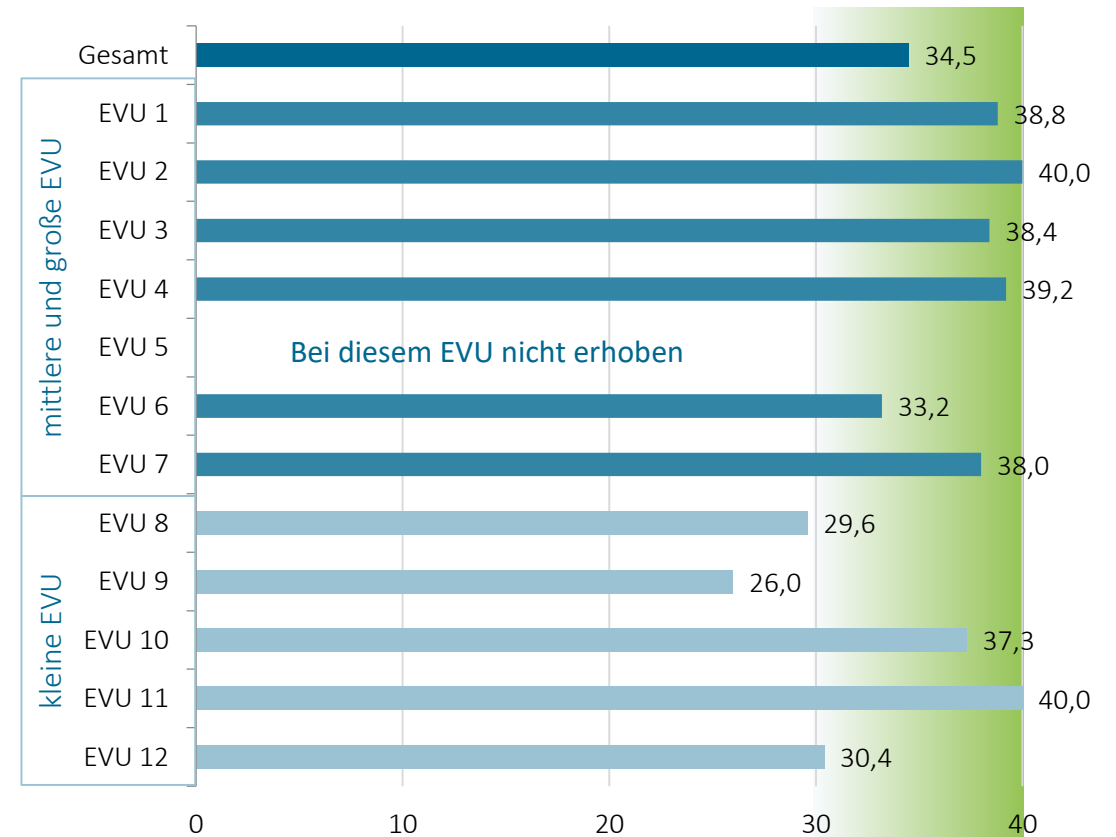
Beantwortungsdauer E-Mails – EVU insgesamt

Beantwortungsdauer – Ø aller Teilnehmer



n = 310; Angaben in Prozent

Von 40 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...



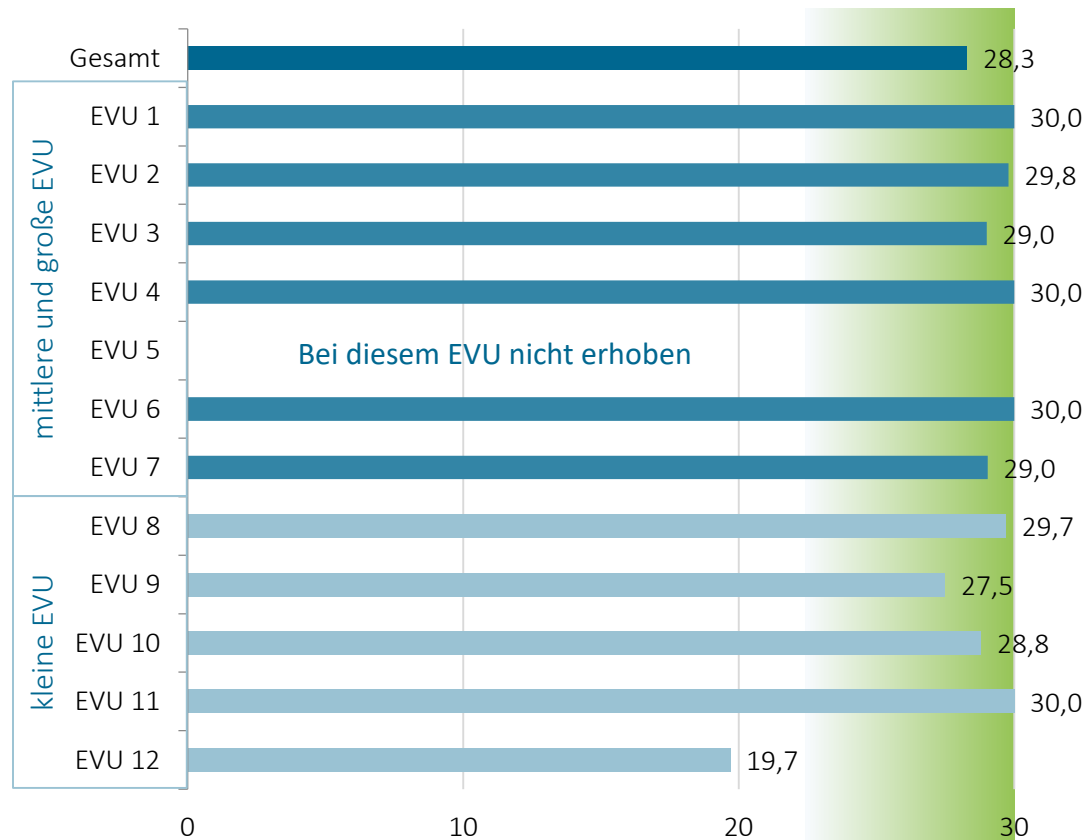
n = 310; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils versendeten E-Mails inkl. unbeantworteter E-Mails



Bearbeitung von E-Mails – Einzelaspekte im Durchschnitt aller Teilnehmer

Freundlichkeit/ Verbindlichkeit

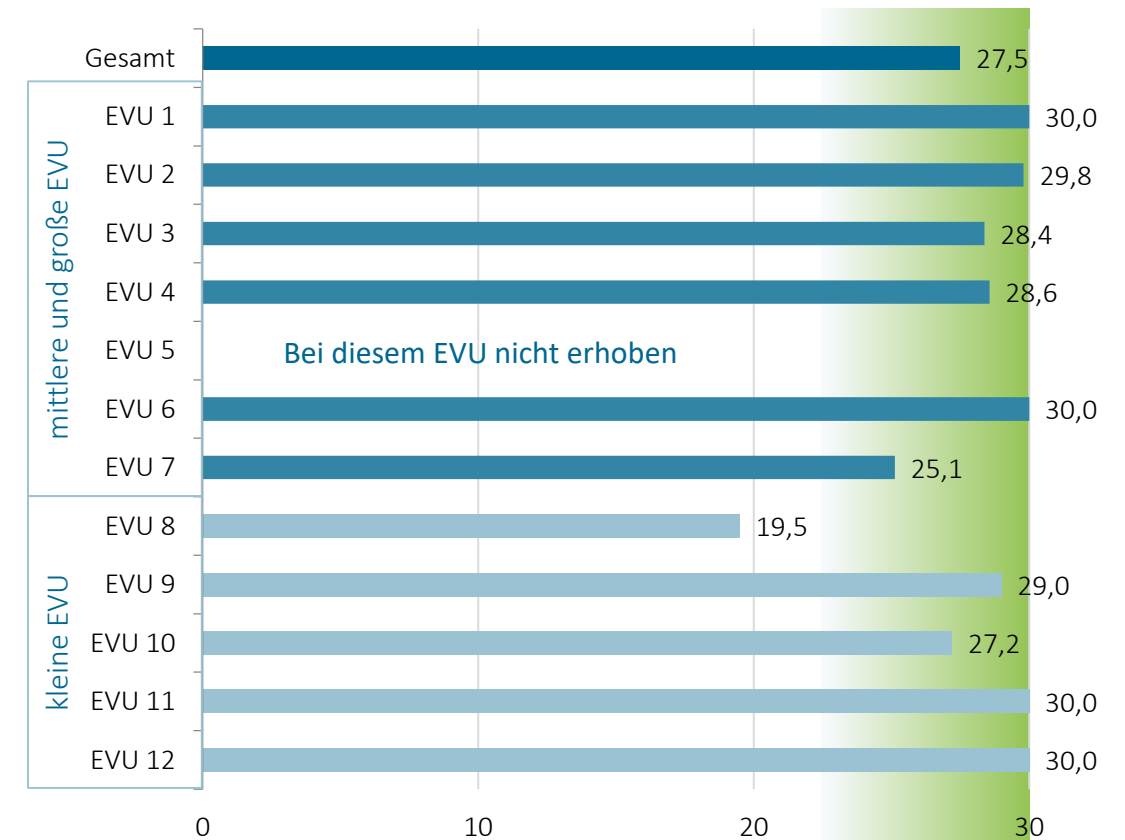
Von 30 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...



n = 301; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils pro Unternehmen versendeten und beantworteten E-Mails

Eingehen auf Kundenanliegen

Von 30 möglichen Punkten erreichte im Durchschnitt...



n = 301; Angaben sind Durchschnittswerte der jeweils pro Unternehmen versendeten und beantworteten E-Mails

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**



imug-Ziel für die eigene „Geschäftstätigkeit“: sustainable excellence



Deutscher
NACHHALIGKEITS
Kodex
Berichtsjahr 2015

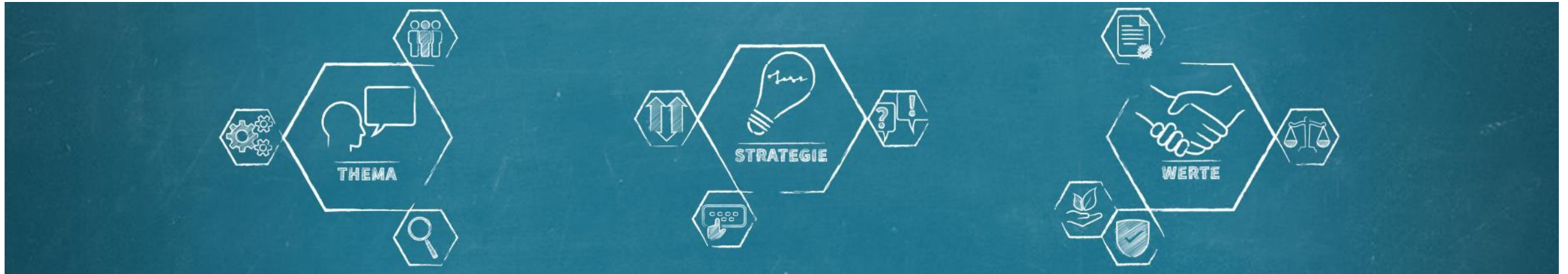


**KLIMANEUTRALES
UNTERNEHMEN**

**Zertifizierter
CO₂-Ausgleich**

www.arktisk.de

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



Yasmin Dannenberg



Miriam Dreblow



Holger Dreyer



Arne Graf



Crisalda Jemusse



Edith Kreutzer



Marietta Pospiech



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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 14 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



imug Beratungsgesellschaft
für sozial-ökologische Innovationen mbH

Postkamp 14a
30159 Hannover

www.imug.de



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