

P R E S S E M I T T E I L U N G

Servicestudie Computerhersteller 2011

Beratungen wenig individuell – Samsung ist Testsieger vor Toshiba und Fujitsu

Hamburg, 25.11.2011 (ots) – Wer sich heute ein neues Notebook kauft, informiert sich bequem im Internet. Wenn dann noch Fragen offen bleiben, bietet sich der direkte Weg zu den Computerherstellern an. Diese sind auch Ansprechpartner Nummer eins, wenn nach dem Kauf technische Probleme auftreten. Bei welchem Hersteller die Kunden in puncto Beratung und Support gut aufgehoben sind, hat das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv untersucht.

Auch in diesem Jahr war der Service der Computerhersteller nur befriedigend. Die Mitarbeiter berieten am Telefon insgesamt kompetent, jedoch hatten die Testanrufer häufig Probleme, dem Computerspezialisten zu folgen. Zu oft wurden Fachbegriffe verwendet und spezielle Kenntnisse vorausgesetzt. „Bis eine Beratung zustande kam, mussten sich die Tester zudem im Durchschnitt fast eine Minute in der zumeist kostenpflichtigen Warteschleife gedulden“, ergänzt Markus Hamer, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts.

Die E-Mail-Beantwortung war lediglich ausreichend. Nur auf jede Dritte Anfrage wurde innerhalb eines Tages reagiert, 16 Prozent der E-Mails blieben sogar unbeantwortet. Fast die Hälfte der Antworten war zu standardisiert. 45 Prozent wurden als unstrukturiert und unvollständig eingestuft. „Anstatt auf die Fragen einzugehen, wurde häufig einfach auf das Internet oder die Hotline verwiesen“, bemängelt Serviceexperte Hamer.

Testsieger der Studie wurde zum vierten Mal in Folge Samsung. Der koreanische Hersteller erzielte als einziger eine sehr gute Beurteilung für die telefonische Beratung. Ausschlaggebend waren kurze Wartezeiten und die hohe Kompetenz der Gesprächspartner. Toshiba sicherte sich den zweiten Rang. Die Mitarbeiter punkteten mit kompetenten und zügigen Reaktionen auf Anfragen per E-Mail und Telefon. Rang drei belegte Fujitsu, wo E-Mails am besten beantwortet wurden.

Grundlage für die Analyse der 15 Computerhersteller war ein umfassender Servicetest mit 455 Interessentenkontakten. Hierfür wurden jeweils zehn verdeckte Anfragen per E-Mail und Telefon gestellt, die neben technischen Anliegen auch Produktberatungen zum Inhalt hatten. Darüber hinaus wurde der Internetauftritt der Unternehmen mit je einer Inhaltsanalyse und je zehn Nutzerbetrachtungen eingehend unter die Lupe genommen.

Mehr dazu: Ratgeber Hightech – 25. November 2011, um 18:35 Uhr

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv.

Ansprechpartner:

Markus Hamer
Telefon: 040 / 27 88 91 48 11
Mobil: 0176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@disq.de
www.disq.de