

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie Parfümerien

Angebot Top, Beratung Flop – Testsieger ist Parfümerie Aurel vor Douglas und Stadtparfümerie Pieper

Hamburg, 16.07.2012 (ots) – Parfümerien sind Anlaufstelle Nummer eins, wenn es um edle Parfüms, effektive Antifaltencremes oder hochwertige Kosmetika geht. Verbraucher erwarten hier neben einem vielfältigen Angebot vor allem eine gute Beratung. Doch welche Unternehmen kommen diesem Bedürfnis der Kunden wirklich nach? Und wie sieht es mit der Kulanz beim Umtausch von Produkten aus? Antworten auf diese Fragen liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das aktuell den Service von acht großen Parfümerie-Ketten und bedeutenden Parfümerie-Anbietern wie Kaufhäusern umfangreich getestet hat.

Als größte Schwäche der Branche stellte sich die Beratungskompetenz der Mitarbeiter heraus. Diese wurde im Durchschnitt nur mit ausreichend bewertet. Bei mehr als der Hälfte der Testbesuche gingen die Verkäufer nicht gezielt auf die Kundenwünsche ein und fragten nicht ausreichend nach den Vorstellungen der Verbraucher. In elf Prozent der Fälle wurden sogar falsche Auskünfte gegeben. „Die Mitarbeiter beantworteten zum Beispiel Fragen zur Verwendung von Lippenstift bei Herpeserkrankungen falsch oder kannten sich mit dem pH-Wert der Haut überhaupt nicht aus“, erzählt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. Pluspunkte sammelten die Fachverkäufer allerdings durch ihre freundliche und hilfsbereite Art und ihr gepflegtes Erscheinungsbild.

Positiv bewertet wurde die Angebotsvielfalt der Parfümerien. Über 90 Prozent der getesteten Filialen hatten etwa eine Auswahl an Naturkosmetik im Programm. Auch mit zusätzlichen Services wie Geschenkverpackungen und Gratisproben präsentierten sich die Parfümerien gut aufgestellt. Besondere Stärke zeigte die Branche bei der Kulanz: In über 85 Prozent der Fälle war es möglich, Produkte zu tauschen. „Auch ohne Kaufbeleg oder sogar in angebrochenem Zustand konnten Produkte zurückgegeben werden“, so Serviceexpertin Möller. Eine Barauszahlung bot allerdings nur jede zweite Filiale an.

Beste Parfümerie 2012 wurde Parfümerie Aurel. Die Mitarbeiter traten am kompetentesten auf, gingen individuell und freundlich auf Kundenwünsche ein und reagierten sehr professionell auf Beschwerden. Douglas erreichte den zweiten Platz und überzeugte mit einem vielfältigen Angebot, motivierten Mitarbeitern und der besten Umtauschkulanz. Stadtparfümerie Pieper sicherte sich Platz drei. Der Filialist punktete besonders mit kurzen Wartezeiten und der ansprechenden Gestaltung der Verkaufsräume.

Im Rahmen einer umfassenden Servicestudie mit 128 Testkontakten wurde jede Parfümerie anhand von 16 verdeckt durchgeführten Filialbesuchen, davon zehn Beratungen und sechs Umtauschtests, bewertet. Dabei analysierten die Marktforscher insbesondere die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Erscheinungsbild der Filialen sowie die Wartezeiten und das Angebot.

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Ust.-Id.-Nr. DE249603922

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.

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 27 88 91 48 12

Mobil: 0170/ 29 33 85 7

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de