

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



PRESSEMELDUNG

Antwortzeit ist Geld – Kunden schauen auf die Uhr Studie zu Kundenerwartungen an die E-Mail-Kommunikation

(Köln, 25. Juni 2009) **Immer mehr Kunden richten mittlerweile ihre Anfragen per E-Mail an Unternehmen. Eine angemessene Reaktion innerhalb von maximal drei Tagen ist daher nicht mehr nur ein Kundenwunsch, sondern eine Basisanforderung an Unternehmen, die sich spürbar auf den Unternehmenserfolg auswirken kann. Dies zeigt die aktuelle Studie „Kundenerwartungen an die E-Mail-Kommunikation“ des ECC Handel.**

Die auf einer Kundenbefragung basierende Studie zeigt auf, dass Kunden deutlich früher eine Reaktion der Unternehmen erwarten, als bei einem traditionellen Brief. Vier von zehn Befragten sind sogar nur dann zufrieden, wenn die Antwort noch am gleichen oder am nächsten Tag erfolgt. Viele Unternehmen scheinen sich dessen bereits bewusst zu sein. So zeigt eine weitere Studie des ECC Handel, die mit Unterstützung des Softwarespezialisten ITyX durchgeführt wurde und auf dem Mystery Mailing-Verfahren basiert, dass mehr als zwei Drittel der getesteten Unternehmen innerhalb der ersten zwei Tage auf eine E-Mail reagieren. Doch in Hinblick auf das fehlende knappe Drittel und die Tatsache, dass die Kundenzufriedenheit mit einer steigenden Anzahl an Tagen ohne Reaktion sinkt, entsteht vielfach Handlungsbedarf.

Nur mittelmäßige Erfahrungen mit dem Reaktionsverhalten

Eine angemessene Reaktion auf Kundenanfragen per E-Mail ist von großer Bedeutung für die Kundenzufriedenheit. Die bisherige Erfahrung der Befragten mit der E-Mail-Kommunikation mit Unternehmen ist dennoch bei den meisten eher mittelmäßig ausgefallen. Fast 17% der Befragten haben sogar eher schlechte bis sehr schlechte Erfahrungen gemacht, so dass hier noch Optimierungspotenzial seitens der Unternehmen zu bestehen scheint.

„Mittlerweile ist es für eine professionelle E-Mail-Kommunikation unerlässlich, auf die Bedürfnisse und Wünsche der (potenziellen) Kunden einzugehen und zeitnah sowie qualitativ hochwertig auf Anfragen zu reagieren“, sagt Projektleiterin Sonja Rodenkirchen vom E-Commerce-Center Handel, Köln.

Die in der Untersuchung herausgestellten Ansprüche stellen einen Maßstab dar, der von den (potenziellen) Kunden bei der Bewertung einer E-Mail-Kommunikation herangezogen wird und können somit von Unternehmen als Leitfaden genutzt werden. Die detaillierten Ergebnisse stehen in Form eines 42-seitigen Berichtsbandes in elektronischer Form zur Verfügung, der zu einem Preis von 25 Euro inkl. MwSt. erworben werden kann.

www.ecc-handel.de/kundenerwartungen_an_die_e-mail-kommunikation.php

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Die Studie Kundenerwartungen an die E-Mail-Kommunikation

In der Studie „Kundenerwartungen an die E-Mail-Kommunikation“ wurden im Rahmen einer Onlinebefragung die Ansprüche (potenzieller) Kunden an den Antwortzeitraum, die inhaltliche und formale Gestaltung sowie die Höflichkeit und gebotenen Kontaktmöglichkeiten einer Unternehmens-E-Mail untersucht.

Die Studie ist Bestandteil der Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG). Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderte Untersuchung wurde vom Branchenkompetenzzentrum ECC Handel mit Unterstützung der buch.de internetstores AG durchgeführt.

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in derzeit 28 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk mit über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen mit über 300.000 Teilnehmern als unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert. Auf dem zentralen Auftritt des Netzwerks im Internet www.ec-net.de finden Sie weitere Informationen des Netzwerks sowie Studien, Leitfäden und andere Publikationen zum kostenlosen Download. Die Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (www.ecc-handel.de) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi gefördert und ist in das NEG als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Presseanfragen

Sonja Rodenkirchen
ECC Handel am Institut für Handelsforschung
Dürener Str. 401 b, 50858 Köln

Tel.: ++49 / 221 / 943607-70
E-Mail: s.rodenkirchen@ecc-handel.de
www.ecc-handel.de