

Was einen modernen Kundenservice auszeichnet

Es gibt kaum noch Dinge, die der Mensch heutzutage nicht über das Internet erledigt – vom Online-Banking bis zum Online-Shopping wird der Bedarf an Dienstleistungen und Produkten größtenteils innerhalb der digitalen Welt abgedeckt. Da Endkunden hierbei keinen direkten Kontakt mehr zu Mitarbeitern eines Unternehmens unterhalten, ist es umso wichtiger, dass Internet-Firmen einen gut funktionierenden Kundenservice im Einsatz haben. Der Erfolg eines Unternehmens steht und fällt mit der Zufriedenheit der Kunden, daher sollten professionelle Webseiten sicherstellen, einen bestmöglichen Service zu bieten. Doch welche Kriterien müssen idealerweise erfüllt sein, damit Kunden sich zum einen auf einer Webseite schnell zurechtfinden und zum anderen gut versorgt fühlen?

Um Zeit und Kosten zu sparen, setzen Online-Unternehmen vor allem auf den digitalisierten Kundenservice, der in der Regel auf verschiedene Stufen aufgeteilt ist. In der ersten Stufe werden in die Webseite FAQs eingepflegt, die es ermöglichen sollen, einfache Fragen oder Problemstellungen vom Kunden selbst lösen zu lassen. Sofern der Kunde hier an seine Grenzen stößt, bekommt er die Möglichkeit, in der nächsten Stufe mit dem Unternehmen per E-Mail oder Live-Chat Kontakt aufzunehmen. Oftmals wird auf die Option eines Telefonanrufs ganz verzichtet oder diese auf der Webseite nur schwer kenntlich gemacht. Genau das wird man als Mitglied von [Facebook](#) feststellen können, sobald man einmal versuchen möchte mit dem Social-Media-Netzwerk in Kontakt zu treten. Die Online-Firmen wollen mit dieser Strategie weitestgehend versuchen, den direkten menschlichen Kontakt zu vermeiden, da sich dies als zu kostenintensiv darstellt. Leider könnte sich dieser Ansatz dann als problematisch erweisen, wenn die Frage des Kunden nicht gelöst werden konnte. Auf der Seite des Kunden kann sich in solch einem Fall schnell Frustration breitmachen, die zur Kündigung des Geschäftsverhältnisses führen könnte. Moderne Online-Unternehmen sollten daher darauf achten, den Kostenersparnissen nicht mehr Bedeutung als der Kundenzufriedenheit zuzugestehen.



Quelle: [Pixabay](#)

Wenn man die Firmenwebseiten verschiedener Branchen miteinander vergleicht, lässt sich insbesondere bei lange am Markt bestehenden, etablierten Unternehmen erkennen, dass dem Kundenservice ein hoher Stellenwert beigemessen wird. Das Online-Casino [Mr Green](#) hat für seine Kunden und neue Interessenten eine eigene Hilfeseite erstellt, die klar strukturiert ist und auf der allgemeine Informationen leicht abrufbar sind. Hier werden die Spielregeln und Hilfestellungen zu den beliebten Spielen wie Poker und Blackjack erklärt und gleichzeitig wird auch verdeutlicht, wie man an besondere Angebote und Boni gelangt. Eine E-Mail-Adresse und eine innerhalb von Österreich gültige Telefonnummer sind den Hilfethemen vorangestellt, so dass man sich mit seinem Anliegen ohne Umwege sofort an den Betreiber der Glücksspiel-Seite wenden kann. Ähnlich kundenfreundlich ist die Support-Seite des in Österreich führenden [Kommunikationsanbieters A1](#) aufgebaut. Ein hier angebotener Rückrufservice bewahrt Kunden vor unnötigen Telefonkosten. Vor allem aber ist die Nutzung des Facebook-Messengers als Kontaktoption hervorzuheben, da dies das fortschrittliche Denken des Unternehmens unterstreicht. Immer mehr Menschen nutzen ihr Smartphone für wichtige Erledigungen im Alltag, so dass eine Kommunikation per Messenger für viele A1-Kunden einen unschätzbaren Komfort bedeutet.



Quelle: [Pixabay](#)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich aus der Sicht des Kunden ein Hilfe-Service dann als zufriedenstellend erweisen wird, wenn man ohne große Umstände an notwendige Informationen gelangen kann. Außerdem scheint die Kombination aus traditionellem Support-Kontakt und der Verwendung weiterentwickelter Technologien die Zukunft eines erfolgreichen Kundenservice auszumachen.