

Kundengespräch
Viele Menschen wünschen sich vor dem Kauf eine fundierte Beratung

Gerade bei größeren Anschaffungen lässt sich die Mehrheit der Deutschen immer noch gern persönlich beraten. Welchen Firmen das aus Kundensicht besonders gut gelingt

Kunde ist nicht gleich Kunde. So mancher könnte bei der Frage „Darf ich Ihnen helfen?“ schon die Flucht aus dem Laden ergreifen. Unter scharfer Beobachtung des Verkäufers durch den Laden schlendern und rumstöbern? Geht für viele gar nicht. Dann gibt es Kunden, die genau wissen, was sie möchten – aber dennoch nach Beratung fragen. Sie haben vorher im Internet recherchiert und wollen nun eine persönliche Einschätzung – oder umgekehrt. Und dann sind da noch die Kunden, die das Ladengeschäft mit ganz vagen Vorstellungen betreten und sich von Anfang bis Ende leiten lassen.

Für die Unternehmen und ihre Verkäufer bedeutet das: Es jedem Recht zu machen erfordert viel Fingerspitzengefühl. Denn die Konkurrenz – weder in der Fußgängerzone noch im Internet – schläft nicht. Es ist kein Zuckerschlecken, neue Kunden zu gewinnen – und diese dann auf Dauer auch zu halten.

Ein zentraler Punkt bei der Kundenbindung ist die Beratungsqualität. Denn Umfragen zeigen immer wieder: Mehr als drei Viertel der Deutschen legen besonderen Wert auf eine persönliche Beratung, wenn sie größere Anschaffungen planen, zum Beispiel Möbel, Computer oder Schmuck. Besonders wichtig

ist dabei, wie die Beratung verläuft. Gewünscht sind vor allem gezielte Antworten auf konkrete Fragen. Das gilt ebenso für Dienstleistungen.

DEUTSCHLAND TEST hat dieses Thema erstmals unter die Lupe genommen. Welche Firmen und Händler sind stark in der Kundenberatung? Wem gelingt der Mix aus gebotener Zurückhaltung und gewünschter Informationsqualität am besten? Sprich: Wer leistet eine punktgenaue und bedarfsorientierte Beratung? Die Antwort liefern die Tabellen auf den folgenden Seiten – inklusive aller Branchen und Testsieger. ■ ▷

THORSTEN JACOBS



Studie

Bestens beraten

Alle Testsieger aus 48 Branchen

Foto: 123RF

Methodik

Datenerhebung Das Erfassen der Daten erfolgte in zwei Stufen. Zunächst wurden sämtliche Texte, die die zuvor definierten Suchbegriffe enthalten, aus dem Internet geladen und in einer Datenbank erfasst (durchgeführt von Ubermetrics, Berlin). Basis hierfür waren Zehntausende Online-Nachrichten und mehrere Millionen Social-Media-Quellen. Anschließend wurden die Daten mit Hilfe Künstlicher Intelligenz analysiert (Beck et al. Services, München). Dabei wurden die Textfragmente in drei Schritten mit Informationen angereichert: Welches Unternehmen wird erwähnt? Welches Thema wird besprochen? Welche Tonalität weist das Textfragment auf?

Auswertung Für die Studie wurden 3,6 Millionen Nennungen der untersuchten Marken jeweils den Kategorien Service, Beratung, Vertrauen und Kundenzufriedenheit zugeordnet und ausgewertet (Dezember 2016 bis November 2017). Die Berechnung des Punktwerts erfolgte branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte wurden für jedes Unternehmen folgende drei Werte ermittelt: erstens der Saldo aus der Anzahl positiver und negativer Nennungen je Kategorie sowie die Anzahl neutraler



Nennungen (0,5-fach) je Kategorie (Wertung: 25 Prozent). Zweitens der Saldo aus der Anzahl positiver und negativer Nennungen je Kategorie im Verhältnis zu allen Nennungen je Kategorie (50 Prozent). Und drittens der Saldo aus der Anzahl positiver und negativer Nennungen je Kategorie im Verhältnis zum Saldo aller positiven und negativen Nennungen sowie die Anzahl neutraler Nennungen je Kategorie im Verhältnis zu allen neutralen Nennungen des Unternehmens (25 Prozent).

Auszeichnung Das Prädikat „Exzellente Kundenberatung“ wurde anhand der erreichten Punktzahl im Gesamt-Ranking vergeben. Der jeweilige Branchensieger erhielt 100 Punkte und setzt damit den Referenzwert für alle anderen untersuchten Unternehmen innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die mindestens 50 Punkte in der Gesamtwertung erreicht haben und über mindestens 20 Nennungen verfügen. Wissenschaftlich begleitet wurde die Studie von der International School of Management (ISM). Sie ist eine staatlich anerkannte, private Hochschule in gemeinnütziger Trägerschaft und bildet in kompakten, anwendungsbezogenen Studiengängen Führungsnachwuchs für die international orientierte Wirtschaft aus.

