

PRESSEMITTEILUNG

Capita Deutschland veröffentlicht repräsentative CX Studie zum Status Quo der Customer Experience und dem Kundenservice der Zukunft

+++ Mit der Unternehmensgröße wächst die Relevanz des Kundenservice

+++ Service-Hotline und E-Mail bilden weiterhin das Rückgrat der Serviceangebote – Nutzung digitaler Servicekanäle ist noch ausbaufähig

+++ 54 Prozent der Unternehmen sind mit dem eigenen Kundenservice-Angebot grundsätzlich zufrieden, sehen jedoch Raum für Verbesserungen

+++ Digitalisierungspotenziale bleiben oft noch ungenutzt

Berlin, 01.08.2023 – Die Capita CX Studie 2023 – durchgeführt von der „hopp Marktforschung“ im Auftrag der Capita Customer Services Germany GmbH – beleuchtet sowohl die Herausforderungen deutscher Unternehmen beim Design einer zeitgemäßen Customer Experience als auch ihre Einschätzung für die Zukunft des Kundenservice. Im Gegensatz zu der im vergangenen Jahr erstmals unter Verbraucher*innen durchgeführten Umfrage, die zur Zielsetzung hatte, die im Zuge der Digitalisierung gestiegenen Anforderungen von Kund*innen zu untersuchen, bietet die aktuelle CX Studie wertvolle Einblicke in die Kundenservice-Abteilungen. Hierfür wurden 100 Kundenservice-Chef*innen aus Unternehmen unterschiedlichster Branchen befragt.

Guter Kundenservice wirkt, Nachholbedarf im Selfservice

Im B2B- wie auch im B2C-Umfeld sorgt guter Kundenservice für eine bessere Außenwirkung, eine höhere Zufriedenheit und somit auch eine stärkere Kundenbindung – darin sind sich die befragten Unternehmen einig. Für 70 Prozent hat der Bereich Kundenservice folglich auch eine hohe Priorität. Insbesondere größere Organisationen betonen Wettbewerbsvorteile und bewerten ihre eigenen Kundenserviceangebote mehrheitlich zufriedenstellend. Diese Selbsteinschätzung korrespondiert mit dem Ergebnis der Capita CX Studie aus 2022, die eine grundsätzlich sehr gute Kundenzufriedenheit der Verbraucher*innen belegte.

Während sich Service-Hotlines und E-Mails weiterhin großer Beliebtheit erfreuen, spielt das persönliche Gespräch, z.B. in Filialen, mittlerweile eine eher untergeordnete Rolle. Es zeigt sich auch, dass Verbraucher*innen Self-Service Portalen gegenüber deutlich



aufgeschlossener sind, als Unternehmen denken. Wesentlich weniger Anklang findet bei einem Großteil der Kunden der postalische Kontakt – ein Kanal, den 72 Prozent der befragten Unternehmen allerdings immer noch als elementar erachten.

Digitalisierungspotentiale bleiben trotz hoher digitaler Affinität ungenutzt

Neben dem Preis sind auch die Bearbeitungszeiten und die Qualität der Angebote wichtige Faktoren im Kundenservice. Gleichzeitig spielt die Einbindung kostensenkender und effizienzsteigernder Technologien laut der Studie immer noch eine eher untergeordnete Rolle. Obwohl 72 Prozent der Befragten ihrer Zielgruppe eine hohe digitale Affinität zuspricht, haben Technologien wie Apps, Chat Bots oder Robotic Process Automation bisher lediglich für ein Drittel der befragten Unternehmen Relevanz.

Um die aktuellen Entwicklungen rund um Kundenbedürfnisse in Verbindung mit dem Einsatz neuer Technologien und Trends wie dem Return of Experience (ROX), der Hyperpersonalisierung oder dem Metaverse aufzuzeigen, plant Capita Deutschland die CX Studie weiterhin regelmäßig, abwechselnd aus Endkunden- und Unternehmensperspektive durchzuführen.

Weitere Informationen zur aktuellen Capita CX Studie 2023 finden sich unter dem folgenden Link: <https://www.capita-europe.com/de/capita-cx-studie-2023>

– Ende –

Über Capita

Capita ist ein Unternehmen für Consulting, Transformation und digitale Dienstleistungen. Mit rund 50.000 Kolleginnen und Kollegen hat das Unternehmen es sich zur Aufgabe gemacht, dass jeder Kundenkontakt ein guter Kontakt ist – durch empathische Kundenservice-Mitarbeitende in Verbindung mit den richtigen Technologien, die die Verbindungen zwischen Unternehmen und ihren Kunden positiv verändern und vereinfachen.

Capita ist an der Londoner Börse (CPI.L) notiert und betreibt Standorte in Großbritannien, Europa, Indien und Südafrika. Das Unternehmen ist in drei Geschäftsbereichen organisiert: Capita Portfolio, Public Service und Capita Experience. In Deutschland und der Schweiz übernimmt Capita als Teil der Experience Division das Customer Management für Unternehmen in unterschiedlichen Branchen, immer mit dem Ziel, bessere Kundenerlebnisse zu gestalten.

Weitere Informationen unter: www.capita.com oder www.capita-europe.com



Pressekontakt:

Kafka Kommunikation GmbH & Co. KG

Claudia Leupold

Tel.: +49 (0) 1515 99 35 320

E-Mail: capita@kafka-kommunikation.de