



# *Service D-Online!*

## „Studie zur Servicequalität im Internet“ Marktstudie

X [iks] Institut für Kommunikation und ServiceDesign®  
Gutenbergstraße 63  
D-14467 Potsdam

Fon: + 49 (0) 3 31 / 88 71 588

Fax: + 49 (0) 3 31 / 88 71 589

Internet: [www.DieServiceForscher.de](http://www.DieServiceForscher.de)

Ein Unternehmen der X-[group]



# Leseprobe



## Hintergrund:

Die Studie sollte den Unternehmen einen Überblick geben, wie erfolgreiche Konzepte zur Entwicklung von serviceorientierten Internetauftritten aussehen und wie weit diese bereits umgesetzt werden.

## Stichworte:

Serviceorientierung, Servicenachfrage, Servicemaßnahmen, Servicemanagement, Servicecontrolling

## In diesem Beitrag erfahren Sie:

- Einleitung
- Ziele
- Strategien
- Erfolgsfaktoren
- Nutzung der Studie



# Einleitung

**Servicequalität im Internet: Immer mehr Unternehmen verlagern ihre Geschäftsvorgänge in das Internet. Wie ist es dabei um die Qualität der Serviceleistungen derzeit bestellt und wie stellen sich die Unternehmen auf zunehmend steigende Serviceerwartungen der Kunden ein.**

Mit dieser Studie soll die Bedeutung des Service in virtuellen Kundenbeziehungen für und in deutschen Unternehmen untersucht werden.

Die Studie will herausfinden, wie Unternehmen zur Service-Nachfrage der Kunden im Internet stehen, wie sich Unternehmen durch Strategien und Konzepte darauf einstellen und letztendlich festhalten, welche konkreten Maßnahmen unternommen werden, um die Service-Erwartungen der Kunden zu bedienen.

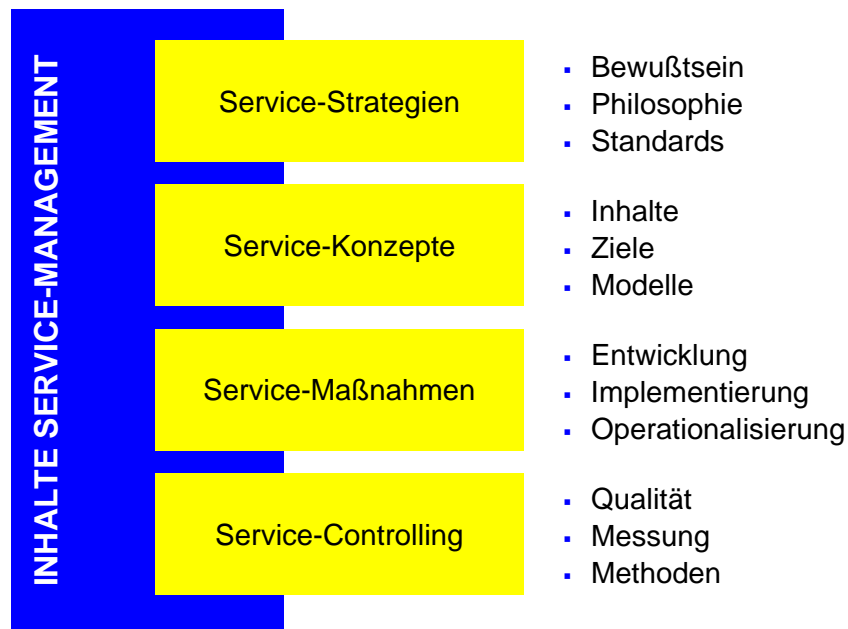
Dabei interessiert sich die Studie besonders für die Qualitäts-Etablierung und Qualitäts-Sicherung von Service-Angeboten und inszeniert gleichzeitig die Auseinandersetzung mit der Probe aufs Exempel: „Welche Wirkung erzeugen die erbrachten Service-Leistungen bei den Kunden?“



# Ziele



**Ziel der Studie ist es, den Stellenwert von Service-Management im Internet in Deutschland zu untersuchen und seine Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit herauszustellen.**

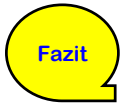




# Welche sind die Eckpfeiler der Service-Strategien im Internet?

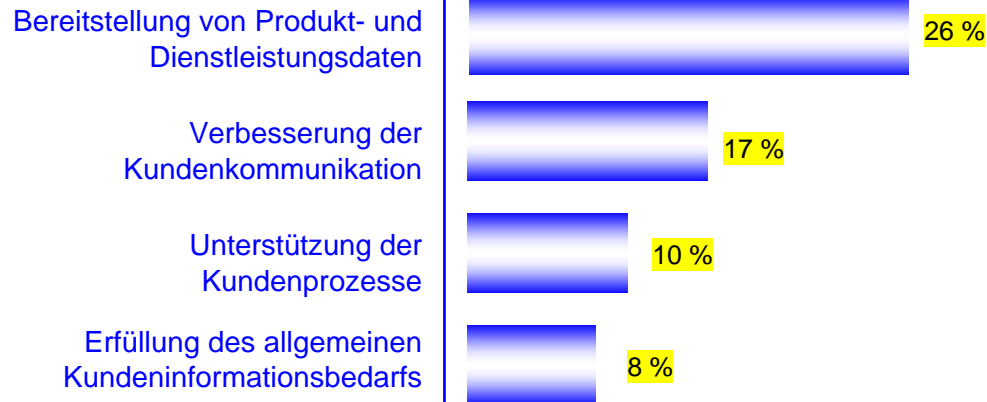


## ▼ Untersuchung: Service-Strategien



**Bestehende Service-Zielführungen sind eher angebotsorientiert ausgeprägt. Integrativ-interaktive Kundennutzen werden noch nicht als tragende Elemente der Strategien positioniert.**

## ► Ergebnisse

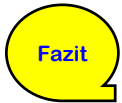




# Welche sind die Erfolgsfaktoren für Servicequalität im Internet?\*

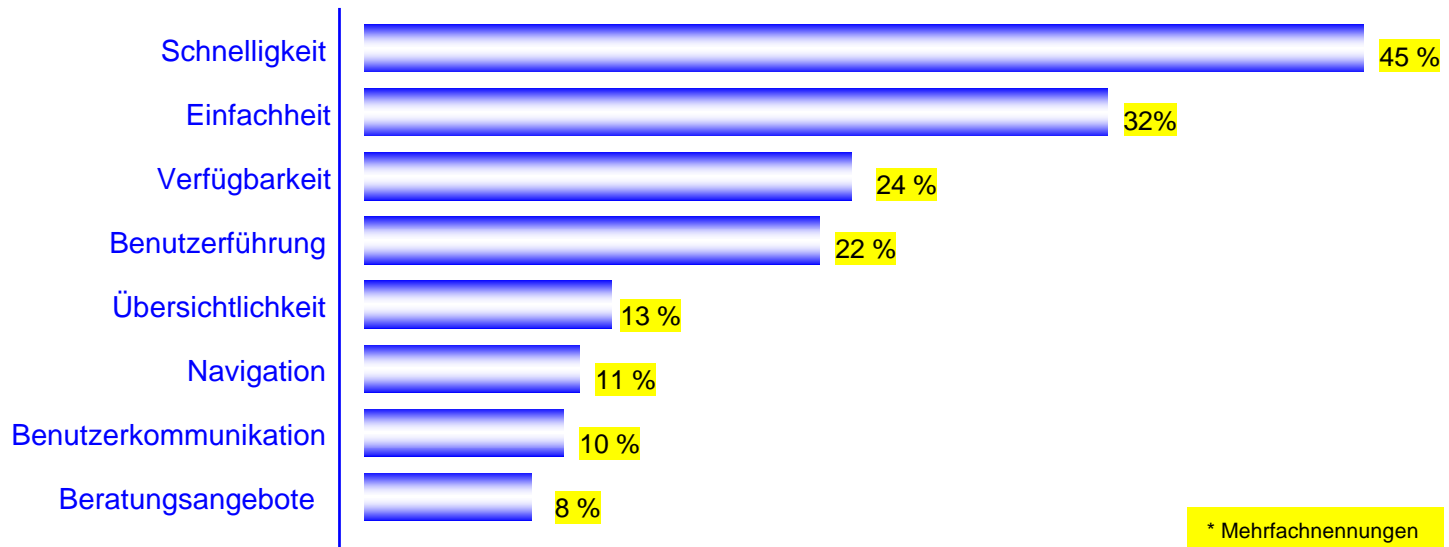


## ▼ Untersuchung: Service-Konzepte



**Die Unternehmen focussieren sich stärker auf die Technik, als auf den Kunden, der die Technik nutzt. Die Vereinfachung und Unterstützung der Nutzungsprozesse als Erfolgsfaktoren sind eher zweitrangig.**

## ► Ergebnisse





# Nutzung der Studie

**Mit der vorliegenden Studie können Sie die Internetkonzepte in Ihrem Unternehmen, vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung des Service dem Zuwachs der Ansprüche der Internetnutzer, einer kritischen Betrachtung unterziehen:**

1. Sie gewinnen einen Überblick über Möglichkeiten zur Entwicklung zukunftsfähiger Internetkonzepte und die Bedeutung einzelner Inhalts- und Leistungselemente.
2. Sie können Ihr eigenes Unternehmen im Hinblick auf die Anforderungen kritisch beleuchten und im Vergleich zu anderen Unternehmen Ihrer und anderer Branchen spiegeln.
3. Der auf diese Weise ermittelte IST-Zustand in Ihrem Unternehmen ermöglicht es Ihnen, eigene Handlungsfelder zu identifizieren und die entsprechenden Schritte zur Umsetzung geeigneter Maßnahmen zu initiieren.
4. Wenn sie ihre unternehmensspezifischen Ansatzpunkte für zukunftsfähige Messekonzepte detailliert erörtern möchten, bieten wir Ihnen an, mit ihnen gemeinsam Aspekte für ein entsprechendes Konzept zu diskutieren. Dabei erörtern wir auch, welche Elemente eine solche Konzepterstellung enthalten sollte und wie man sinnvoll und methodisch unter Berücksichtigung unternehmensspezifischen Gegebenheiten vorgehen kann.