NEWS RELEASE

ServiceNow Studie zeigt: Ohne erstklassigen Service sinkt die Kundentreue

2024-04-10

- In Deutschland sind 74% der Kunden heute weniger markentreu als noch vor 2 Jahren
- Problemlösungskompetenz, nahtloser Service und schnelle Reaktionszeiten haben höchste Priorität bei deutschen Verbrauchern
- Bedeutung der menschlichen Interaktion im Kundenservice trotz KI-Lösungen weiterhin hoch

München, 10. April 2024 – Heute hat **ServiceNow** (NYSE: NOW), das führende Unternehmen für digitale Workflows, den ServiceNow Consumer Voice Report 2024 veröffentlicht. Die Studie, die bereits zum zweiten Mal durchgeführt wurde, zeigt deutlich: Die sich kontinuierlich ändernden Kundenerwartungen und die wirtschaftliche Instabilität sind treibende Faktoren für die sinkende Loyalität deutscher Verbraucher gegenüber ihren Marken. In diesem Umfeld erweist sich eine herausragende Customer Experience (CX), die menschliche Interaktion und den Einsatz von Technologie optimal ausbalanciert, als entscheidender Faktor.

Wie bereits im vergangenen Jahr, macht die Studie deutlich, dass die Markentreue abnimmt: Dreiviertel aller Befragten geben an, dass sie Unternehmen gegenüber weniger loyal sind als noch vor zwei Jahren. Ausschlaggebend hierfür sind finanzielle Aspekte, wie gestiegene Lebenshaltungskosten (34%) sowie ein wachsender Wettbewerb und damit eine größere Auswahl (16%). Aber auch enttäuschende Erfahrungen mit bestimmten Marken und Unternehmen (13%) spielen eine Rolle.

„Aus zahlreichen Gesprächen mit Führungskräften und Unternehmen wissen wir: Die Loyalität der Kunden ist für den Erfolg eines Unternehmens von zentraler Bedeutung. Doch unser Consumer Voice Report 2024 zeigt, dass Markentreue immer schwieriger zu gewinnen ist", so Robert Rosellen, Area Vice President Germany bei ServiceNow. „Dennoch blicke ich optimistisch in die Zukunft, denn mit unserer Technologie wollen und können wir

Unternehmen dabei unterstützen, ihren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten und so deren Markentreue signifikant zu erhöhen. Innovative Technologien wie GenAI spielen dabei eine wichtige Rolle spielen. Der Schlüssel zu einem erfolgreichen Kundenerlebnis liegt künftig darin, wie gut ein Unternehmen versteht, wann eine Interaktion durch Technologie gesteuert werden kann und wann ein menschliches Eingreifen erforderlich ist."

Optimierte Customer Experience für mehr Markentreue

Die Ergebnisse belegen: Unternehmen müssen weg von reaktiven Maßnahmen hin zu einer langfristigen CX-Strategie. Danach gefragt, was Unternehmen machen sollten, um die Markenloyalität wieder zu erhöhen, sagen 29% sie sollten nach Möglichkeiten zu suchen, einen besseren Service anzubieten, ohne mehr Kundendaten zu verwenden, 25% wünschen sich, dass Webseiten und Apps nutzerfreundlicher gestaltet werden und 23% verlangen einen besseren After Service.

Die richtige Balance zwischen Mensch und Technologie

Technologie spielt dabei eine entscheidende Rolle. Die signifikante Mehrheit der Befragten gibt an, dass für sie eine hohe Problemlösekompetenz (94%), nahtlose Serviceleistungen (93%), schnelle Reaktionszeiten (91%) und die Möglichkeit den für sie passenden Kommunikationskanal zu wählen (76%) sowie Self-Service-Optionen (70%) beim Thema Kundenservice besonders wichtig sind. Viele dieser Aspekte können beispielsweise durch den Einsatz von generativer Künstlicher Intelligenz (GenAI) optimiert werden.

Jedoch zeigt der ServiceNow Customer Voice Report 2024 auch, dass Verbraucher nach wie vor zurückhaltend sind, wenn es darum geht mit KI zu interagieren. Gerade wenn es um eine Beschwerde oder die Lösung eines spezifischen Problems geht, ziehen Kunden die persönliche Interaktion mit einem Servicemitarbeiter der KI vor. Technologische Lösungen wie Chatbots, intelligente Suchmaschinen oder automatisierte Telefongespräche werden eher genutzt, wenn es darum geht allgemeine Informationen zu erhalten. Deshalb gilt es für Unternehmen hier die richtige Balance zwischen persönlichem Service und dem Einsatz von Technologien zu finden.

Die Zukunft der Customer Experience

Die Studie hat die Teilnehmer zusätzlich nach ihren Einschätzungen und Wünschen zum künftigen Einsatz von Technologien im Kundenservice befragt. 45% der Befragten geben an, dass sie auch in Zukunft keinen Customer Service möchten, der vollständig auf KI basiert. Zusätzlich sagen die Hälfte, dass sie automatisierte Prozesse reduzieren und zu einem Mitarbeiter-basierten Service zurückkehren möchten. Jedoch sehen viele Verbraucher auch, dass Technologie die Customer Experience verbessern kann. Diese können sich vorstellen, dass beispielsweise bis 2025 Virtual Reality (VR) eingesetzt wird, um Produkte zu testen, bevor sie gekauft werden, das Beschwerdemanagement über smarte Assistenten abgewickelt wird oder die KI präzise personalisierte

Produktempfehlungen gibt.

Zusammenfassend zeigt der ServiceNow Consumer Voice Report 2024, dass Unternehmen verstärkt die Bedürfnisse der Verbraucher in den Fokus nehmen müssen. Selbst in herausfordernden Zeiten ist es möglich, die Kundenbindung zu stärken. Die richtige Technologie kann das Kundenerlebnis verbessern und den Teams die Ressourcen für eine intensive Betreuung an die Hand geben.

Informationen zu den gesamten Studienergebnissen finden Sie **hier**.

Über die Studie

Die Umfrage, bei der 15.000 Erwachsene (ab 18 Jahren) in zehn EMEA-Ländern – darunter 2.000 Befragte in Deutschland – zu ihrer Einstellung zu Kunden- und Mitarbeitererfahrungen befragt wurden, wurde von SeviceNow in Auftrag gegeben und vom Meinungsforschungsinstitut Opinium Research im Zeitraum von 3.01. bis 11.01.2024 durchgeführt.

Über ServiceNow

ServiceNow (NYSE: NOW) schafft eine Welt, in der Arbeit weniger Arbeit macht. Unsere Cloud-basierte Plattform und die damit verbundenen Lösungen ermöglichen mit digitalen Workflows eine großartige User Experience, damit Mitarbeiter und Unternehmen effizienter arbeiten können. Für weitere Informationen besuchen Sie: https://www.servicenow.de/

© 2024 ServiceNow, Inc. Alle Rechte vorbehalten.

ServiceNow, das ServiceNow-Logo, Now und andere ServiceNow-Marken sind Marken und/oder eingetragene Marken von ServiceNow, Inc. in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. Andere Firmennamen, Produktnamen und Logos können Marken der jeweiligen Unternehmen sein, mit denen sie verbunden sind.

Pressekontakt

ServiceNow

Johanna Fritz
Director Corporate Communications, EMEA Central
Tel.: + 49 173 753 17 00
E-Mail: **johanna.fritz@servicenow.com**

Maisberger GmbH
Rudolf Siegl / Seifried Tanja
Claudius-Keller-Straße 3c
D-81669 München
Tel: +49 (0)89 419599-72
E-Mail: **servicenow@maisberger.com**
Web: **www.maisberger.de**