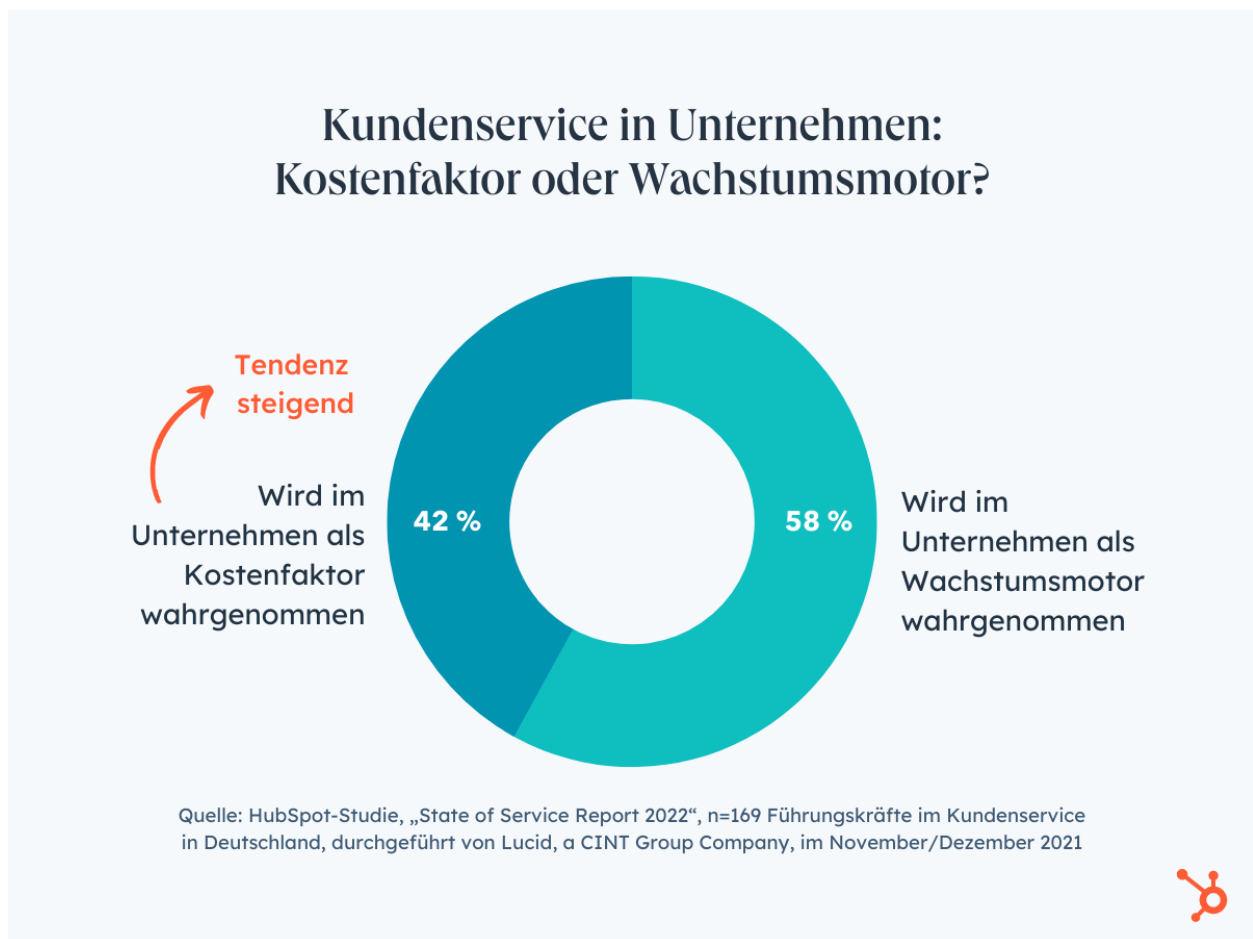


Studie: Kundenservice entscheidend für Unternehmenswachstum

HubSpot zeigt im „State of Service Report“ die Herausforderungen von Kundenservice-Teams



Berlin, 30. Mai 2022 — 42 Prozent der deutschen Führungskräfte im Kundenservice geben an, dass ihr Unternehmen die Abteilung als Kostenfaktor und nicht als

Wachstumsmotor betrachtet. Zu diesem Ergebnis kommt [HubSpot](#), Anbieter einer führenden CRM-Plattform für wachsende Unternehmen, in seinem „[State of Service Report 2022](#)“. Der Report nimmt die Arbeitsweise und die Herausforderungen von Kundenservice-Teams unter die Lupe und zeigt einen klaren Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Unternehmenswachstum.

Nur jedes zweite Unternehmen setzt auf Kundenumfragen

Der internationale Report zeigt, dass es eine Korrelation zwischen der Wachstumsrate von Unternehmen und der Häufigkeit von Kundenbefragungen gibt. Von den globalen Befragten mit exponentiellem Unternehmenswachstum führen 55 Prozent nach jeder Interaktion Kundenbefragungen durch. In Deutschland befragt nur jedes zweite Unternehmen (56 Prozent) überhaupt seine Kunden, davon 35 Prozent nach jedem Kontakt. Jedes fünfte deutsche Unternehmen sucht den Austausch entweder monatlich oder vierteljährlich.

Befragungen sind jedoch nicht die einzige Möglichkeit, um von den Kunden Rückmeldung zu bekommen. Knapp die Hälfte der deutschen Befragten (48 Prozent) zieht dafür Social-Media-Posts oder Feedback auf Online-Bewertungsportalen heran. Ein Fünftel nutzt ein Kundenbindungsprogramm.

Kennzahlen für die Erfolgsmessung

Um den Erfolg und die Effizienz von Kundenservice-Teams zu messen, unterliegen Abteilungen einer Reihe von Metriken. 69 Prozent der Kundenservice-Teams werden an der Kundenzufriedenheitsrate allgemein gemessen. Auf Platz zwei liegt mit 43 Prozent die Anzahl neuer Verkäufe. Die Kündigungs- beziehungsweise Kundenbindungsrate liegt mit 39 Prozent auf Platz drei. Für knapp ein Drittel (30 Prozent) ist die Schnelligkeit der Problemlösung oder die Einhaltung eines Service Level Agreements, zu deutsch Dienstleistungsvereinbarung, wichtig. 29 Prozent ziehen die Anzahl der geschlossenen Tickets als Bewertungskriterium heran. Global gesehen, hat diese Kennzahl im Vergleich zu 2020 um 10 Prozent zugelegt und wird häufiger von Unternehmen genutzt, die ein exponentielles Wachstum verzeichnen.

Zeitmangel ist größte Herausforderung

Egal, ob die befragten Unternehmen gerade stark wachsen oder nicht: Für deutsche Leiterinnen und Leiter von Kundenservice-Abteilungen lautet die größte Herausforderung Zeitmangel (55 Prozent). Auf Platz zwei landet Organisation und Follow-up (43 Prozent). Ein Drittel (32 Prozent) tut sich schwer mit der Priorisierung von Kundenanfragen. Dazu kommt geringes Budget (30 Prozent).

Schaut man auf die Tools, die deutsche Kundenservice-Teams im Einsatz haben, ist noch Luft nach oben. Das meistgenutzte Tool sind CRM-Systeme (39 Prozent). Danach folgen Tickets (37 Prozent) und Selfservice-Optionen für die Kundschaft wie Wissensdatenbanken oder FAQs (36 Prozent). 34 Prozent nutzen ein Helpdesksystem für das zentralisierte Management von Kundenanfragen. Das Schlusslicht bilden Live-Chats auf der Website (32 Prozent).

Produktivitätsschub dringend erforderlich

Für jede zweite deutsche Führungskraft im Kundenservice (47 Prozent) hat die Stärkung der Kundenbindung oberste Top-Priorität in diesem Jahr. Dicht darauf folgt die Aufgabe, die Teamproduktivität zu steigern (44 Prozent). Jeder dritte Befragte (34 Prozent) will Trainings und Weiterbildung für seine Mitarbeitenden anbieten.

Poorvi Shrivastav, General Manager Service Hub bei HubSpot:

„Kundenerwartungen und -erlebnisse werden weiterhin die Marken- und Unternehmenstreue maßgeblich beeinflussen. Serviceteams müssen nicht nur effizient arbeiten, sondern sich während der gesamten Customer Journey auf die Kundenbetreuung konzentrieren. Mit interaktiven Tools für vernetzte Teams und benutzerfreundliche Kontakt- und Informationskanäle können Unternehmen einen authentischen Customer Support bieten – wann, wo und wie bestimmen die Kundinnen und Kunden.“

Studiensteckbrief

An der Umfrage für den „[State of Service Report 2022](#)“ von HubSpot nahmen im November und Dezember 2021 weltweit mehr als 1.400 Unternehmen teil. Die kleinsten von ihnen beschäftigten 1 bis 10 Personen, die größten mehr als 10.000.



HubSpot befragte mithilfe von Lucid, a CINT Group Company, Führungskräfte aus den USA, Großbritannien, Kanada und Australien sowie 169 aus Deutschland. Die Ergebnisse in diesem Text beziehen sich, wenn nicht anderes erklärt, auf Deutschland.

Studiengrafiken

(Credit: HubSpot)

[Kundenservice: Kostenfaktor versus Wachstumsmotor](#)

[Wie erfahren Unternehmen aktiv von Kundenfeedback/-wünschen?](#)

[Die größten Herausforderungen für die Leitung von Kundenservice-Abteilungen](#)

Über HubSpot

HubSpot (NYSE: HUBS) bietet eine führende CRM-Plattform (Customer Relationship Management) mit Software und Support, um Unternehmen beim Wachstum mit System zu unterstützen. Die HubSpot-Plattform umfasst Marketing-, Vertriebs-, Service-, Operations- und Websitemanagementprodukte, die für Unternehmen unterschiedlicher Größe in verschiedenen, skalierbaren Versionen erhältlich sind – angefangen bei kostenlosen grundlegenden Funktionen bis hin zu leistungsstarken Features für Großunternehmen. Heute setzen über 143.000 Nutzerinnen und Nutzer in mehr als 120 Ländern auf die leistungsstarken, benutzerfreundlichen Tools und Integrationen von HubSpot, um neue Kundinnen und Kunden anzuziehen, effektiv mit ihnen zu interagieren und sie immer wieder aufs Neue zu begeistern.

HubSpot zählt laut Glassdoor zu den vier beliebtesten Arbeitgebern 2021 und wurde unter anderem von Great Place to Work, Comparably, Fortune, Entrepreneur und Inc. für seine erstklassige Unternehmenskultur ausgezeichnet. HubSpot wurde 2006 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Cambridge, Massachusetts. Das Unternehmen beschäftigt weltweit 6.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die teils in Büros und teils im Homeoffice arbeiten. Der deutsche Unternehmenssitz befindet sich in Berlin.

Mehr auf www.hubspot.de und auf der [Presseseite](#)



Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Tel.: +49 (0) 40 32904738-0

E-Mail: hubspot@frauwenk.de

HubSpot

Anne-Kathrin Richter

PR & Brand Awareness Manager DACH

Tel.: +49 (0) 30 208486045

E-Mail: arichter@hubspot.com