



PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

ECC Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92

Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99

c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

www.ecckoeln.de

Online-Services: Konsumenten möchten auch online persönlich und in Echtzeit beraten werden

ECC-Whitepaper zu Serviceangeboten im Online-Handel in Zusammenarbeit mit iAdvize zeigt, worauf Online-Shopper in Sachen Service Wert legen und welche Relevanz Echtzeit-Serviceangebote haben.

Köln, 12. Dezember 2013 – Der tatsächliche Nutzen von Online-Serviceangeboten wird aktuell vielfach diskutiert. Vor allem die Frage nach den Kosten sowie die Akzeptanz beim Kunden stehen hierbei im Vordergrund. Teilweise wird sogar befürchtet, dass Online-Services wie beispielsweise Videos einen negativen Effekt auf die Konversionsrate haben können. Das neue Whitepaper des ECC Köln „Konsumentenerwartungen an Online-Serviceangebote in Echtzeit“ in Zusammenarbeit mit iAdvize zeigt hingegen, dass über die Hälfte der Online-Shopper (55,2 %) Serviceangebote als absolut oder sehr wichtig erachten. Für weitere 34 Prozent sind Online-Services zumindest teilweise wichtig.

Produktberatung am liebsten über Click-to-Call

In der Phase der Kaufvorbereitung ist das Thema Beratung besonders bedeutend. Rund 68 Prozent der Befragten gaben an, dass ihnen ein Online-Serviceangebot in Echtzeit bei Fragen zu den angebotenen Produkten wichtig sei. Derzeit können vor allem Anbieter mit Click-to-Call-Service (umgehender, kostenfreier Rückruf) punkten. Knapp 61 Prozent der Befragten gaben an, dass sie bei Fragen zum Produkt gerne ein Beratungsgespräch über eine Click-to-Call-Funktion nutzen würden. Auf den Plätzen zwei und drei landen FAQs (Frequently Asked Questions) und die Click-to-Chat (Live-Chat)-Funktion. Service-Hotlines hingegen treffen in Sachen Produktberatung bei den Konsumenten eher auf Ablehnung. „Dass die Click-to-Call-Funktion im Vergleich zum Anruf bei der Service-Hotline so gut abschneidet, zeigt, dass Konsumenten nicht erst den Kanal wechseln wollen, um offene Fragen zu klären. Für Unternehmen bietet sich die Chance, Kaufabbrüche zu minimieren, indem sie die Kunden noch im Kaufprozess bedienen und bei der Entscheidungsfindung unterstützen können“, erklärt Dr. Eva Stüber, Senior Projektmanagerin am ECC Köln.

Click-to-Chat-Funktionen können Kaufabbrüche um die Hälfte verringern

Wie wichtig das Thema Beratung auch für den Online-Handel ist, zeigt ein weiteres Ergebnis: Rund 65 Prozent der Konsumenten haben mindestens schon einmal einen Kauf in einem Online-Shop abgebrochen, weil offene Fragen nicht beantwortet oder Probleme nicht gelöst werden konnten. Click-to-Chat-Angebote können diese Quote verringern. Weist man Konsumenten, die ihre Bestellung abrechnen wollen, proaktiv darauf hin, dass Fragen durch einen Click-to-Chat geklärt werden können, nehmen bis zu 55 Prozent der Konsumenten das Angebot an und schließen die Bestellung doch noch ab. „Die Studie verdeutlicht, dass die Investition in Serviceangebote längst mehr als eine reine Kostenstelle ist. Ein Besucher, der kurz vor

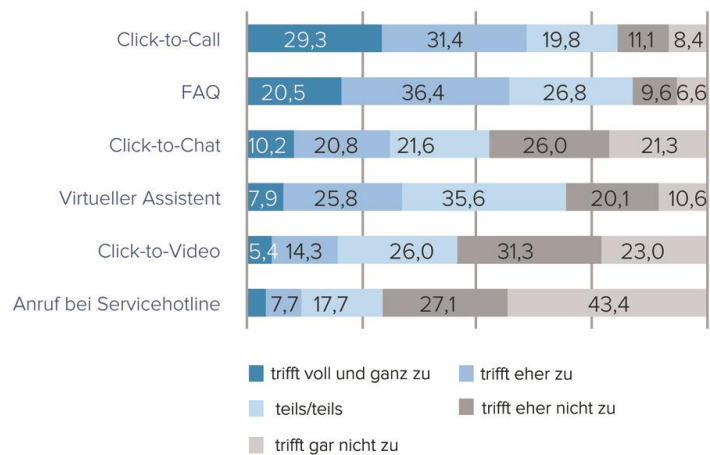
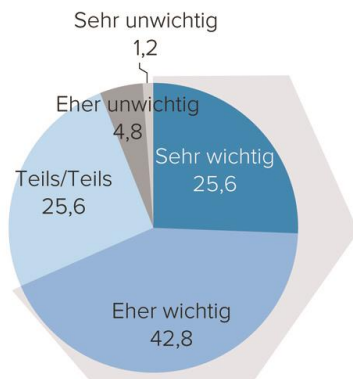
Kaufabschluss noch eine Frage zum Produkt oder den Zahlungs- und Liefermodalitäten hat und keine Antwort in Echtzeit erhält, ist mit einem Klick beim Konkurrenten. Es ist deshalb zunehmend wichtiger, Beratungs- und Verkaufskompetenzen in den digitalen Raum zu überführen“, betont Delphine Nölke, Communication Manager Germany bei iAdvize.

Grafik: Produktberatung

Frage: Wie wichtig finden Sie Online-Serviceangebote in Echtzeit der Produktberatung?

Frage: Welche der folgenden Serviceangebote möchten Sie bei der Produktberatung gerne nutzen?

Basis: 329 ≤ n ≤ 500



Wörter der Meldung: 429

Zeichenzahl der Meldung (inkl. Leerzeichen): 3.232

Über die Studie

Das Whitepaper „Konsumentenerwartungen an Online-Serviceangebote in Echtzeit?“ in Zusammenarbeit mit iAdvize untersucht, wie wichtig Konsumenten das Serviceangebot von Online-Shops wirklich ist und auf welche Faktoren sie besonderen Wert legen. Weiterhin wird betrachtet, ob das bestehende Serviceangebot bereits den Bedürfnissen entspricht und wie gut insbesondere Click-to-Chat diese Bedürfnisse bedienen kann. Um diese Fragen beantworten zu können, wurden im September 2013 500 deutsche Online-Shopper (internetrepräsentativ) befragt.

Das Whitepaper kann kostenfrei auf der Website von iAdvize heruntergeladen werden:

<http://www.iadvize.com/de/konsumentenerwartungen-online-serviceangebote-in-echtzeit>

Über das ECC Köln

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln fokussiert dabei den Einfluss des Internets auf die Handelslandschaft. Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in Studien und Auftragsprojekten analysiert. In Zusammenarbeit mit den Kollegen des IFH Köln werden diese Erkenntnisse in den Kontext eines effizienten Multi-Channel-Managements gesetzt. Hierfür greifen die Experten des ECC Köln auf alle gängigen Methoden der Marktforschung zurück, interpretieren die Analyseergebnisse und unterstützen Unternehmen dabei Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Unsere Kunden profitieren von der Kanalexpertise des ECC Köln und dem Branchen Know-how des IFH Köln.

Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de oder www.ifhkoeln.de

Über iAdvize

Das Unternehmen iAdvize ist mit seiner Click-to-Chat (Live-Chat), Click-to-Call- (kostenloser und umgehender Rückruf) und Click-to-Video (Videokonferenz)-Anwendung auf Online-Kundenservice in Echtzeit spezialisiert. Heute begleitet iAdvize mehr als 1000 europäische Kunden aus einer Vielzahl von Bereichen – vom reinen E-Commerce über das Banken- und Versicherungswesen bis hin zum Tourismus. In Frankreich ist iAdvize bereits Marktführer und verfügt neben seinem Hauptsitz in Nantes, Frankreich, ebenfalls über eine spanische Niederlassung in Barcelona. Das iAdvize-Backend ist in Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch verfügbar, das iAdvize-Frontend ist in 25 Sprachen verfügbar.

Weitere Informationen unter www.iadvize.com