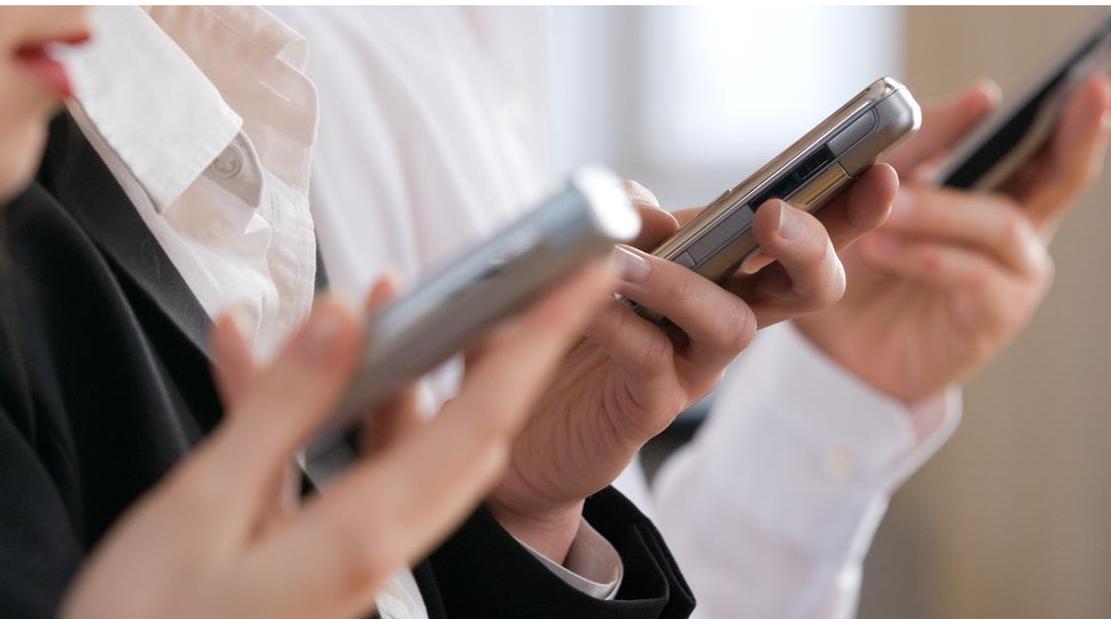




Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2018

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 18 Mobilfunk-Anbieter



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Januar 2018
Stichprobe	1.530 Kunden mit 1.736 Urteilen zu 18 Mobilfunk-Anbietern (Bewertung von bis zu 2 Mobilfunk-Anbietern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detailergebnisse für 18 Mobilfunk-Anbieter</p> <ul style="list-style-type: none"> • I & I • ALDI TALK • BASE • Blau • congstar • FONIC • klarmobil • Lidl connect • mobilcom-debitel • NettoKOM • O2 • Otelo • smartmobil • TALKLINE • Tchibo mobil • Telekom • Vodafone • yourfone
Gesamtumfang	197 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Faires Produkt- und Leistungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsumfang • Zuverlässigkeit • Flexibilität
Netzqualität	<ul style="list-style-type: none"> • Netzqualität Telefonie • Netzqualität Mobiles Internet
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Auskunftsfähigkeit/-bereitschaft • Fachkompetenz • Proaktiv bessere Angebote
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Kulanz • Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig) • Belohnung von Kundentreue • Benutzerfreundlicher Online-Kundenbereich
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Transparenz der Produkte und Leistungen • Kostentransparenz

Studiendesign (II)

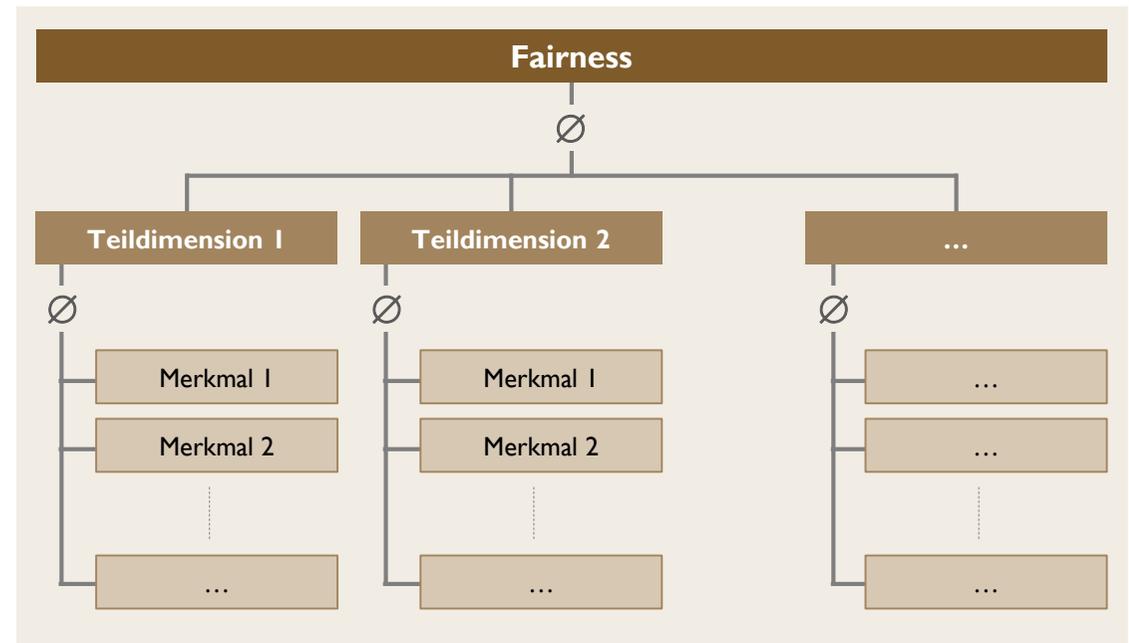
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Erreichbarkeit von Mitarbeitern• Verbindlichkeit von Aussagen• Verständlichkeit der Kommunikation• Angemessener Informationsumfang• Informationsangebot auf der Website
Faire Auslandstarife (außerhalb der EU)	<ul style="list-style-type: none">• Flexibilität der Auslandstarife• Kostenkontrolle• Verbindungspreise• Kostentransparenz der Roaming-Dienste

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

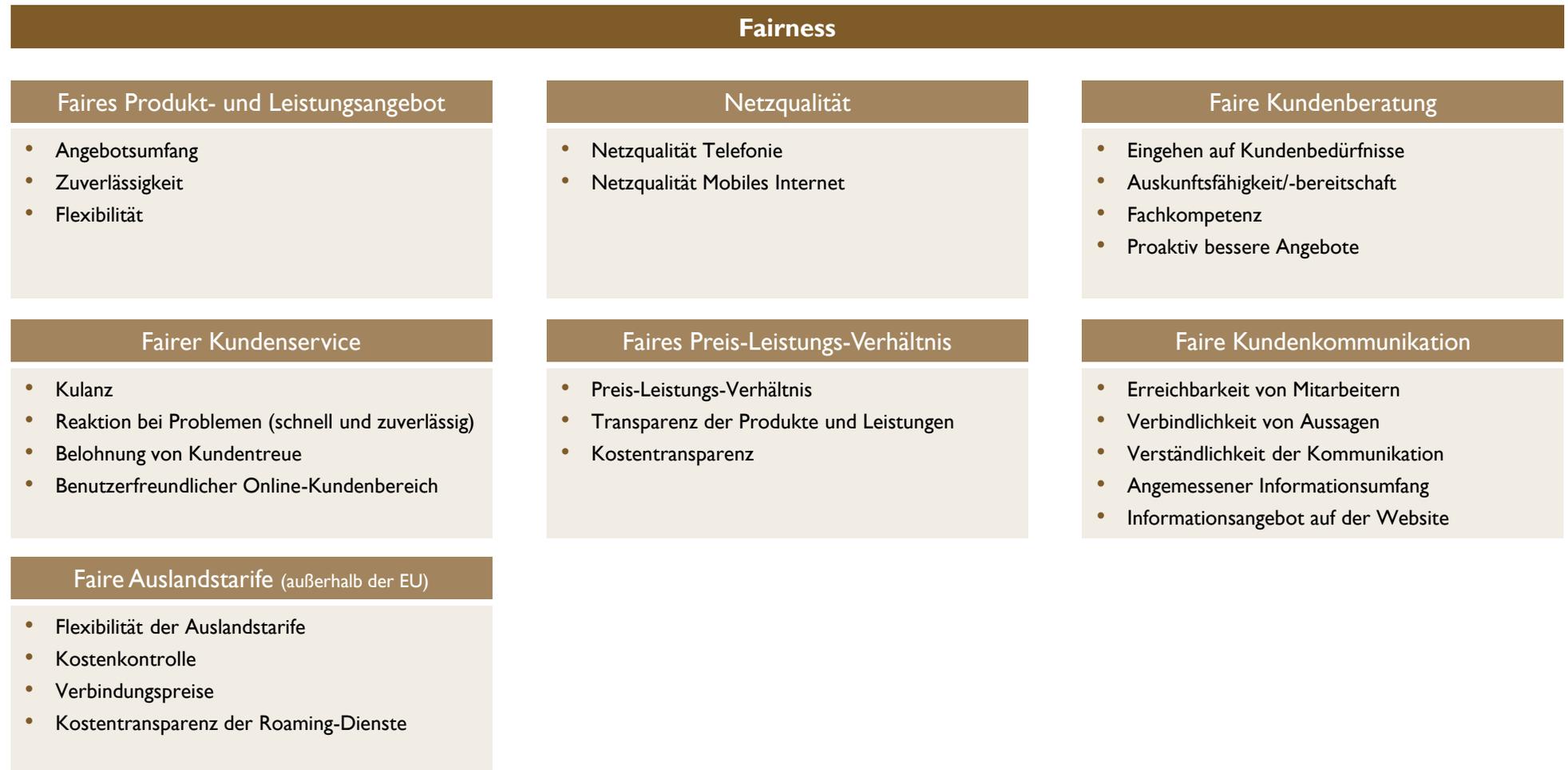
Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Mobilfunk-Anbietern



FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter mit eigenem Netz

FAIRNESS	
sehr gut	Vodafone
gut	Telekom
	O2

Faires Produkt- u. Leistungsangebot	
sehr gut	Vodafone
gut	Telekom
	O2

Netzqualität	
sehr gut	Telekom
gut	Vodafone
	O2

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Vodafone
gut	Telekom
	O2

Fairer Kundenservice	
sehr gut	Vodafone
gut	Telekom
	O2

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Vodafone
gut	Telekom
	O2

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Vodafone
gut	Telekom
	O2

Faire Auslandstarife	
sehr gut	Telekom
gut	Vodafone
	O2

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter ohne eigenem Netz (I)

FAIRNESS	
sehr gut	I & I
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar
sehr gut	Lidl connect
sehr gut	Tchibo mobil
gut	FONIC
gut	NettoKOM
gut	Otelo
gut	smartmobil
gut	yourfone
	BASE
	Blau
	klarmobil
	mobilcom-debitel
	TALKLINE

Faires Produkt- u. Leistungsangebot	
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	Blau
sehr gut	congstar
sehr gut	FONIC
sehr gut	yourfone
gut	I & I
gut	Lidl connect
gut	NettoKOM
gut	Tchibo mobil
	BASE
	klarmobil
	mobilcom-debitel
	Otelo
	smartmobil
	TALKLINE

Netzqualität	
sehr gut	I & I
sehr gut	congstar
sehr gut	Lidl connect
sehr gut	Otelo
gut	ALDI TALK
gut	Blau
gut	klarmobil
gut	NettoKOM
gut	yourfone
	BASE
	FONIC
	mobilcom-debitel
	smartmobil
	TALKLINE
	Tchibo mobil

Faire Kundenberatung	
sehr gut	I & I
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar
sehr gut	Otelo
sehr gut	Tchibo mobil
gut	FONIC
gut	smartmobil
gut	yourfone
	BASE
	Blau
	klarmobil
	Lidl connect
	mobilcom-debitel
	NettoKOM
	TALKLINE

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter ohne eigenem Netz (II)

Fairer Kundenservice	
sehr gut	I & I
sehr gut	Lidl connect
sehr gut	Tchibo mobil
sehr gut	yourfone
gut	ALDI TALK
gut	congstar
gut	FONIC
gut	Otelo
gut	smartmobil
	BASE
	Blau
	klarmobil
	mobilcom-debitel
	NettoKOM
	TALKLINE

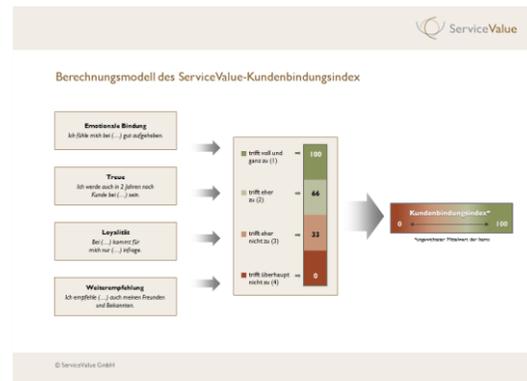
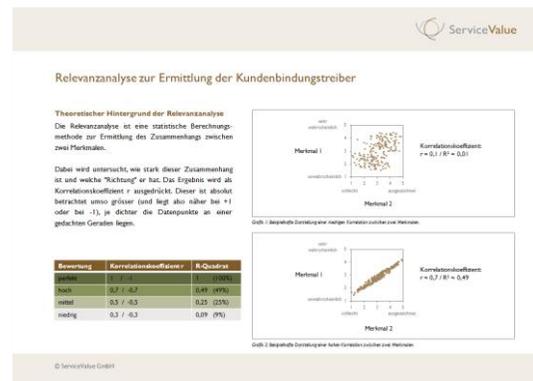
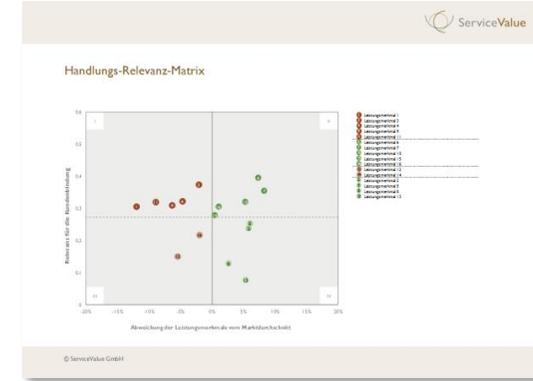
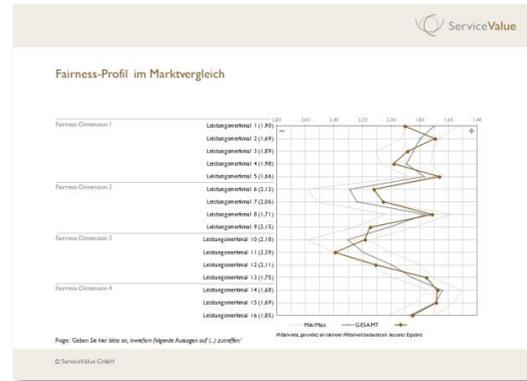
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar
sehr gut	FONIC
sehr gut	Lidl connect
sehr gut	Tchibo mobil
gut	I & I
gut	Blau
gut	klarmobil
gut	NettoKOM
gut	smartmobil
	BASE
	mobilcom-debitel
	Otelo
	TALKLINE
	yourfone

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	I & I
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar
sehr gut	Tchibo mobil
gut	FONIC
gut	Lidl connect
gut	Otelo
gut	smartmobil
gut	yourfone
	BASE
	Blau
	klarmobil
	mobilcom-debitel
	NettoKOM
	TALKLINE

Faire Auslandstarife	
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	FONIC
sehr gut	klarmobil
sehr gut	NettoKOM
gut	I & I
gut	congstar
gut	Lidl connect
gut	Tchibo mobil
	BASE
	Blau
	mobilcom-debitel
	Otelo
	smartmobil
	TALKLINE
	yourfone

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

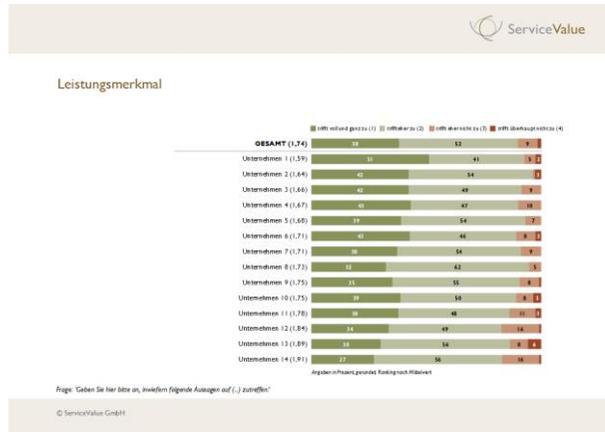


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de
 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2018“ (Einzelexemplar, 197 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2018“ (Einzelexemplar, 197 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

Impressum

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya / babimu - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de