



# ServiceAtlas Digitale Assistenzsysteme 2023

## Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 5 digitale Assistenzsysteme von Telekommunikationsanbietern

Studienflyer und Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	ServiceValue
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Oktober / November 2023
<b>Stichprobe</b>	677 Kunden mit 744 Kundenurteilen zu 5 digitalen Assistenzsystemen (Bewertung von bis zu zwei digitalen Assistenzsystemen, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Beratung in Anspruch genommen haben)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für <u>5 digitale Assistenzsysteme</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• O2 („Aura“)</li><li>• Tchibo MOBIL („Tom“)</li><li>• Telekom („Frag Magenta“)</li><li>• Vodafone („TOBi“)</li><li>• wilhelm.tel („Chat“)</li></ul>
<b>Gesamtumfang</b>	106 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Ruf und Image</li> <li>• Kundenorientierung</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Wiedernutzungsabsicht</li> <li>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Digitaler Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auffindbarkeit</li> <li>• Breites Informationsangebot</li> <li>• Aktualität der Informationen</li> <li>• Ersatz des persönlichen Mitarbeiterkontakts</li> <li>• Personalisierung</li> </ul>
<b>Kundenerfahrung und Handling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reaktionsgeschwindigkeit</li> <li>• Erreichbarkeit</li> <li>• Unterstützung im Dialog</li> <li>• Intuitive Benutzeroberfläche</li> <li>• Multimodalität</li> </ul>
<b>Datenschutz und Ethik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennzeichnung als künstliche Intelligenz</li> <li>• Datensicherheit</li> <li>• Einhaltung von Datenschutzbestimmungen</li> <li>• Transparenz bei der Verarbeitung von Kundendaten</li> <li>• Informierte Zustimmung zur Datennutzung</li> </ul>

## Studiendesign (II)

<p><b>Problemlösungs-kompetenz</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemerkassung</li> <li>• Antwortqualität</li> <li>• Lösungsorientierung</li> <li>• Relevanz der Problemlösungen</li> <li>• Individualität/Anpassungsfähigkeit</li> <li>• Detailtreue</li> <li>• Weiterleitung an Service-Mitarbeiter</li> </ul>
<p><b>Sprachführung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klarheit der Antworten</li> <li>• Menschenähnliche Interaktion</li> <li>• Sprachstil</li> <li>• Auffassungsgabe und Kontextverständnis</li> <li>• Emotionale Intonation</li> <li>• Sprachenunterstützung</li> <li>• Adäquate Antwortoptionen</li> </ul>

## Leistungskategorien und Bewertungskriterien

### Digitaler Kundenservice

- Auffindbarkeit
- Breites Informationsangebot
- Aktualität der Informationen
- Ersatz des persönlichen Mitarbeiterkontakts
- Personalisierung

### Kundenerfahrung und Handling

- Reaktionsgeschwindigkeit
- Erreichbarkeit
- Unterstützung im Dialog
- Intuitive Benutzeroberfläche
- Multimodalität

### Datenschutz und Ethik

- Kennzeichnung als künstliche Intelligenz
- Datensicherheit
- Einhaltung von Datenschutzbestimmungen
- Transparenz bei der Verarbeitung von Kundendaten
- Informierte Zustimmung zur Datennutzung

### Problemlösungskompetenz

- Problemerkfassung
- Antwortqualität
- Lösungsorientierung
- Relevanz der Problemlösungen
- Individualität/Anpassungsfähigkeit
- Detailtreue
- Weiterleitung an Service-Mitarbeiter

### Sprachführung

- Klarheit der Antworten
- Menschenähnliche Interaktion
- Sprachstil
- Auffassungsgabe und Kontextverständnis
- Emotionale Intonation
- Sprachenunterstützung
- Adäquate Antwortoptionen

## Auszeichnung – Digitale Assistenzsysteme

GESAMT	
sehr gut	Telekom („Frag Magenta“)
gut	Vodafone („TOBi“)
gut	Tchibo MOBIL („Tom“)
	O2 („Aura“)
	wilhelm.tel („Chat“)

Problemlösungskompetenz	
sehr gut	Telekom („Frag Magenta“)
gut	Tchibo MOBIL („Tom“)
	Vodafone („TOBi“)
	wilhelm.tel („Chat“)
	O2 („Aura“)

Sprachführung	
sehr gut	Tchibo MOBIL („Tom“)
sehr gut	Telekom („Frag Magenta“)
gut	Vodafone („TOBi“)
	O2 („Aura“)
	wilhelm.tel („Chat“)

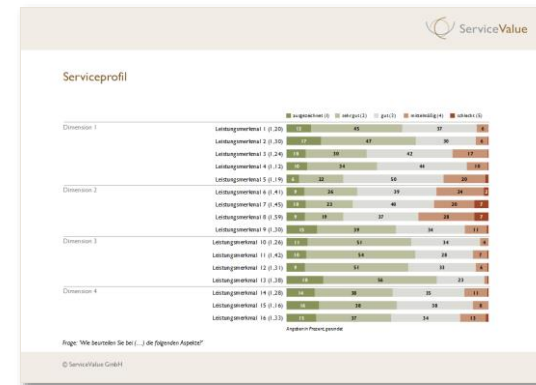
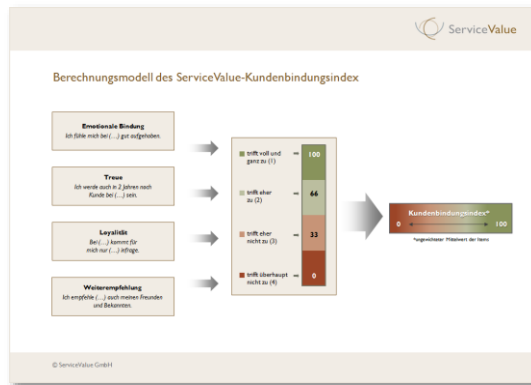
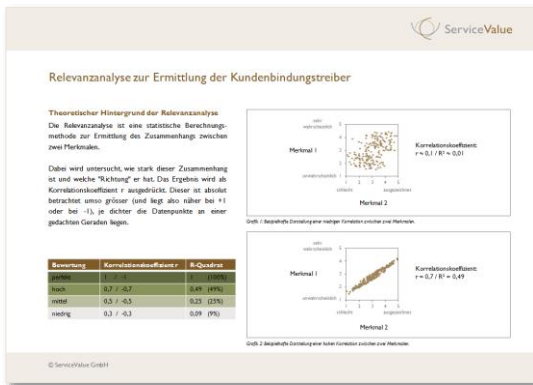
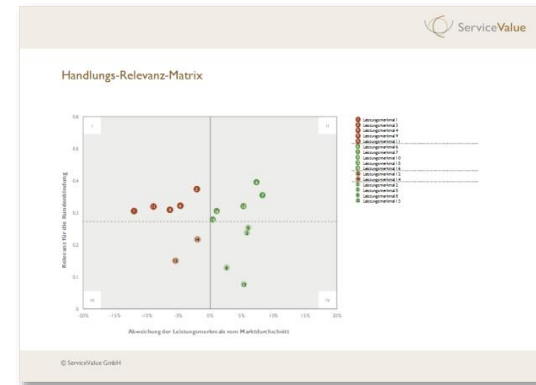
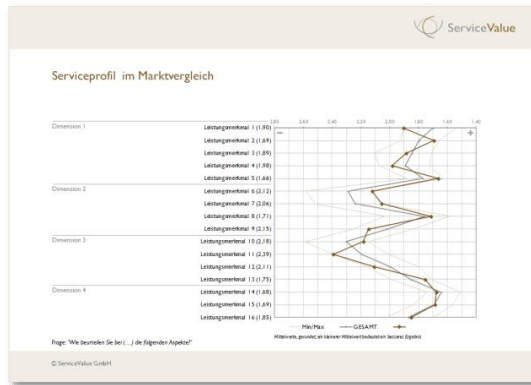
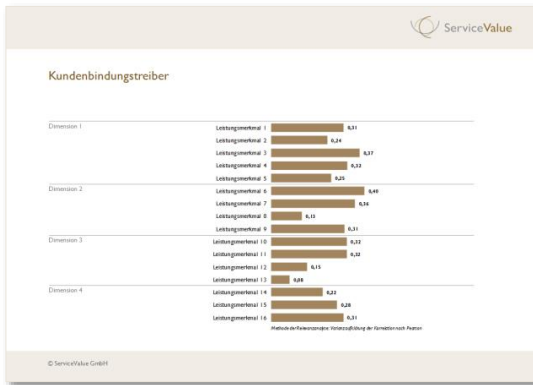
Digitaler Kundenservice	
sehr gut	Tchibo MOBIL („Tom“)
gut	Telekom („Frag Magenta“)
gut	Vodafone („TOBi“)
	O2 („Aura“)
	wilhelm.tel („Chat“)

Kundenerfahrung und Handling	
sehr gut	Vodafone („TOBi“)
gut	Telekom („Frag Magenta“)
gut	O2 („Aura“)
	Tchibo MOBIL („Tom“)
	wilhelm.tel („Chat“)

Datenschutz und Ethik	
sehr gut	Vodafone („TOBi“)
gut	Telekom („Frag Magenta“)
	wilhelm.tel („Chat“)
	Tchibo MOBIL („Tom“)
	O2 („Aura“)

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



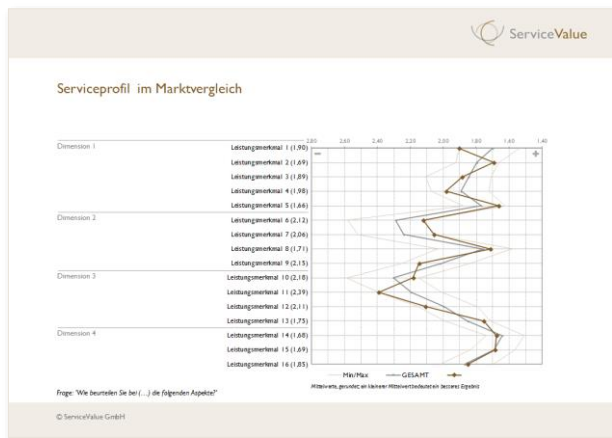
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



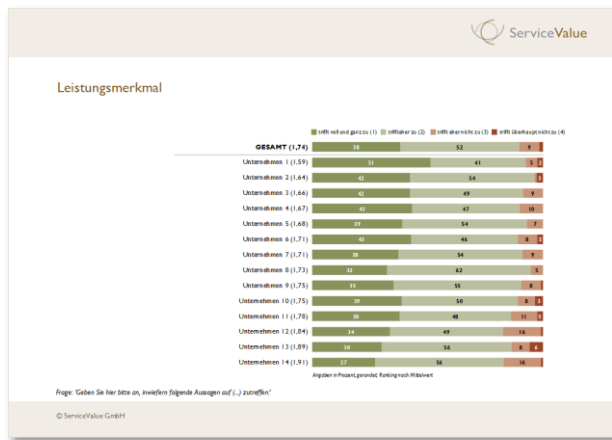
- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



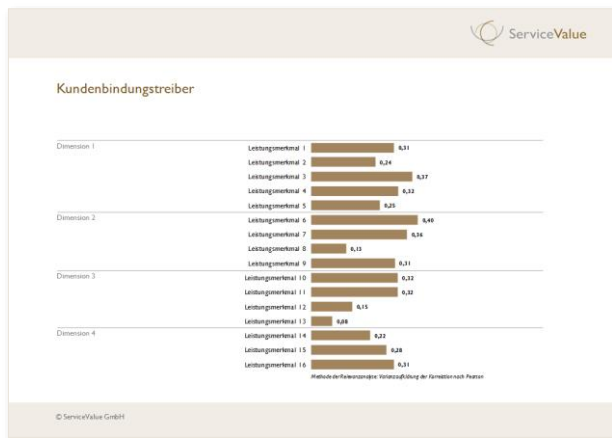
- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter



## 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, Wiedernutzungsabsicht und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

## Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de)

### Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**  
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Digitale Assistenzsysteme 2023. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- ServiceAtlas Digitale Assistenzsysteme 2023** – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (106 Seiten, PDF) zum Preis von 4.500,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Digitale Assistenzsysteme 2023 (106 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch zum Preis von 6.400,- € netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)

### Kontaktdaten (Versand- und 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**  
Dürener Str. 341  
50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0  
Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)  
[Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

Disclaimer: Die ServiceValue 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 Studien-bezieher 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 oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © Irochka - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)