

# Kundenzufriedenheit steht an erster Stelle

Für Swisscom steht die Zufriedenheit der Kunden an oberster Stelle. Die Resultate aus Ratings sind ein Ansporn für laufende Verbesserungen. Zum vorliegenden Bilanz Telekom Rating fehlen uns für eine fundierte Stellungnahme jedoch weitergehende Informationen. Wir führen seit vielen Jahren regelmässig repräsentative Umfragen nach zuverlässigen und stabilen Messverfahren durch und leiten aus den Resultaten permanent Massnahmen zur Verbesserung ab. Diese Umfragen zeigen einen hohen Wert der Kundenzufriedenheit auch im internationalen Vergleich und bestätigen unseren breiten Markterfolg.

## Keine Einsicht in Erhebungsmethode - Ergebnisse daher nicht nachvollziehbar

Die Resultate sind für Swisscom nicht nachvollziehbar, da wir keine Einsicht in die Erhebungsmethode haben. Wir kennen die Festlegung und Gewichtung der Kriterien nicht und sie wurden uns auch nicht auf Nachfrage hin zur Verfügung gestellt. Das Bilanz Telekom Rating wird bei Geschäftskunden schon seit mehreren Jahren durchgeführt. Auffällig sind die teils starken Veränderungen von Jahr zu Jahr. Während es gewisse Nischenanbieter in einem Jahr an die Spitze der Rangliste schaffen, fehlen sie im folgenden Jahr ganz.

## Hohe Kundenzufriedenheit bei Grosskunden

Bei den eigenen, jährlichen Kundenzufriedenheitsumfrage verliehen uns die Grosskunden im ersten Halbjahr 2016 die Note 8 auf der Zehnerskala. Die Weiterempfehlungsbereitschaft liegt bei 8,1 und die Wahrscheinlichkeit eines Wiederkaufs schätzen die Kunden mit 8,6 ein. Massgeblich zur Kundenzufriedenheit tragen im B2B-Markt die Mitarbeitenden bei. Unsere Kunden attestieren uns professionelles Verhalten, Fachkompetenz, Zuverlässigkeit und das Ernstnehmen ihrer Anliegen. Bei den Kundenkontaktpunkten fallen Account Management und Customer Service Manager besonders positiv auf. Potenzial für Verbesserungen gibt es bezüglich Infomaterial und Sicherstellung fehlerfreier Leistungen, bei Offerten, Rechnungen und beim Preis-Leistungsverhältnis.

## Stabile Methodik als Basis für permanente Verbesserungen

Im Privatkundenbereich messen wir die Kundenzufriedenheit in allen Segmenten zwei Mal jährlich. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, werden Systematik und Fragen beibehalten. Die darauf folgende Befragung lässt eine detaillierte Analyse zu. Die Ergebnisse werten wir aus, definieren Massnahmen und setzen diese um. Bei unserer eigenen, halbjährlichen Kundenzufriedenheitsumfrage verliehen uns die Privatkunden im ersten Halbjahr 2016 die Note 7,9 auf der Zehnerskala. Die Weiterempfehlungsbereitschaft liegt bei 8. Die halbjährlichen, repräsentativen Befragungen ergänzen wir zudem mit qualitativen Feedbacks der Kunden direkt nach dem Kontakt. Verbesserungspotenzial bei den Privatkunden haben wir im Bereich der Störungsfreiheit des Netzes, der Internetgeschwindigkeit sowie dem Preis-Leistungsverhältnis.

Bern, 9. September 2016