

Kundendienst für das Nexus One: Was tut Google? Handy-Minicomputer werden immer komplexer und brauchen dezentrale Services

Der Medienprofessor Jeff Jarvis ist spätestens seit dem Erscheinen seines Buches „Was würde Google tun?“ bekannt für seinen Google-Enthusiasmus. Er empfiehlt die Organisationsprinzipien des Suchmaschinen-Giganten für fast alle relevanten Branchen einer Volkswirtschaft: Vom Google- Auto bis zur Google-Fluglinie. Das Grundprinzip für das Erfolgsgeheimnis bringt Jarvis auf eine kurze Formel: „Google versucht nicht, seine Kunden zu überzeugen, sondern macht sie zu Partnern – und die machen begeistert mit“. Alles drehe sich um Beziehungen, die öffentlich stattfinden. „Jedes Mal, wenn jemand etwas Positives über Sie im Internet sagt – sei es zu Ihrem Produkt, Ihrem Service, Ihrem Ruf, Ihrer Rechtschaffenheit, Ihrer Offenheit oder Ihrer Hilfsbereitschaft -, sollten Sie Ihr Werbebudget um einen weiteren Euro kürzen“, empfiehlt Jarvis. Kundendienst sei modernes Marketing. Schön formuliert. In der grauen Wirklichkeit sieht das anders aus.

Der Medienprofessor Jeff Jarvis ist spätestens seit dem Erscheinen seines Buches „Was würde Google tun?“ bekannt für seinen Google-Enthusiasmus. Er empfiehlt die Organisationsprinzipien des Suchmaschinen-Giganten für fast alle relevanten Branchen einer Volkswirtschaft: Vom Google-Auto bis zur Google-Fluglinie. Das Grundprinzip für das Erfolgsgeheimnis bringt Jarvis auf eine kurze Formel: „Google versucht nicht, seine Kunden zu überzeugen, sondern macht sie zu Partnern – und die machen begeistert mit“. Alles drehe sich um Beziehungen, die öffentlich stattfinden. „Jedes Mal, wenn jemand etwas Positives über Sie im Internet sagt – sei es zu Ihrem Produkt, Ihrem Service, Ihrem Ruf, Ihrer Rechtschaffenheit, Ihrer Offenheit oder Ihrer Hilfsbereitschaft -, sollten Sie Ihr Werbebudget um einen weiteren Euro kürzen“, empfiehlt Jarvis. Kundendienst sei modernes Marketing. Schön formuliert. In der grauen Wirklichkeit sieht das anders aus.

Der Service beim Marktstart des Google-Superphone „Nexus Phone“ ist alles andere als „googelig“, eine Bezeichnung, mit der Jarvis Dienste und Produkte aus seinem Blog „Buzzmachine“ <http://www.buzzmachine.com> adelt, die nach seiner Sichtweise die Grundsätze von Google verinnerlicht haben. Nexus One-Käufer regen sich massiv über den schleppenden Kundendienst auf, den Google für das Handy leistet. „Laut Engadget“ <http://www.engadget.com> und anderen Blogs tobt deshalb gerade der Hamster in einigen Support-Foren. Google selbst bietet Kundenservice nur per E-Mail an, jedoch dauert die Beantwortung von Anfragen so lange, dass einige Kunden bereits frustriert das Gerät zurückgeschickt

hätten. Eine Telefon-Hotline gibt es nicht“, schreibt André Vatter vom Basic Thinking-Blog <http://www.basicthinking.de>.

Sollten die Vorwürfe zutreffen, könnte sich Google ein dickes Problem einhandeln. „Mit dem Nexus One wurde der Massenmarkt anvisiert, vor allem ungeübte Nutzer werden sich (auch angesichts des Preises) in diesen Tagen überlegen, bei dem Angebot zuzuschlagen. Sollten sie dann bei einem Problem alleine im Regen stehen gelassen werden, kann das schnell abschreckend wirken. Und Google plant, noch eine ganze Palette weiterer Android-Handys in den Handel zu bringen“, so Vatter. Denn nichts wirke sich so schädlich und teuer aus wie ein Kunde, der stinksauer ist, warnt Jarvis in seinem Google-Opus.

„Die dominanten Handy-Hersteller haben aus gutem Grund ihren Service ausgelagert. Das zählt nicht zu ihren Kernkompetenzen. Das können die globalen Konglomerate nicht richtig abbilden. Jeder Entwickler träumt zwar von Nullfehlerraten. Bei einem Smartphone wie dem Nexus One wachsen allerdings die Welten der Telekommunikation und der Informationstechnologie immer stärker zusammen. Die Handy-Minicomputer werden immer komplexer und da bleibt es nicht aus, dass es zu Fehlern und zu Schwierigkeiten bei der Bedienung kommt“, erläutert Peter B. Záboji, Chairman des Frankfurter After Sales-Spezialisten Bitronic <http://www.bitronic.eu>, im Interview mit NeueNachricht (siehe auch: <http://www.youtube.com/user/gsohn#p/u/1/LFykZpUNPkg>; <http://www.youtube.com/user/gsohn#p/u/0/7xk7wOg35D0>; <http://www.youtube.com/user/gsohn#p/u/2/rf-bld2aU1o>).

Bei einem Produkt mit vielfältiger Technik und unterschiedlichsten Konfigurationen benötige man eine ausgefeilte Fehleranalyse, die über telefonische Dienste geleistet werden sollte. Bitronic stelle bei über 90 Prozent der Fälle bereits im Call Center fest, wo der Fehler herrührt. Wenn in der Gewährleistungsfrist Beanstandungen entstehen, reiche ein Internet-Portal mit einer E-Mail-Funktion nicht aus.

Für technische Produkte müsse es zudem einen gut strukturierten und gut organisierten dezentralen Service geben. Bei einem Handy sei kein Kunde bereit, vier Wochen auf eine Reparatur oder auf das Zusenden eines neuen Gerätes zu warten. „So ein Austausch darf nur wenige Tage oder Stunden dauern. Alles andere akzeptiert ein Handycustomer heute nicht mehr“, so die Erfahrungen von Záboji. Der Servicepart sei immer eine Herausforderung, selbst wenn man wie Apple eine gute Vertriebsstruktur vorweisen könne – ganz im Gegensatz zu Google. Diskussion unter: <http://www.ne-na.de/kundendienst-f-r-das->

Unternehmensinformation / Kurzprofil:

Online-Nachrichtendienst NeueNachricht
www.ne-na.de

Leseranfragen:

Redaktion
NeueNachricht
Gunnar Sohn
Ettighoffer Straße 26a
53123 Bonn
Tel: 0228 – 622243
Mobil: 0177 – 620 44 74
E-Mail: gunnareriksohn@googlemail.com
URL: <http://www.ne-na.de>

Weitere Infos zur Pressemeldung:

<http://ne-na.de>

Diese Seite kommt von

<http://www.firmenpresse.de>

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo151860.html>