

Oberhausen, den 18. Februar 2019

Zufriedene Kunden

evo für Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse ausgezeichnet

Im vergangenen Jahr hatte sich die Energieversorgung Oberhausen AG (evo) zum wiederholten Mal dem Urteil ihrer Kunden gestellt: Gemeinsam mit fast zwanzig weiteren Energieversorgern ließ die evo die Zufriedenheit ihrer Kunden abfragen. Für die Ergebnisse dieser Befragung erhielt der Oberhausener Energiedienstleister nun die Auszeichnung „Top Performer“ der imug Marktforschungsgesellschaft aus Hannover.

„Die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse zeigen, dass die evo mit ihrer Strategie, ihre Service-Leistungen immer stärker auf die Bedarfe unserer Kunden zuzuschneiden, auf einem guten Weg ist“, bilanziert Arnd Mucke, der bei der evo für den Bereich „Marketing und Vertrieb“ verantwortlich zeichnet. Gerade im Vergleich zu früheren Umfragen zeige sich die positive Entwicklung, die die evo genommen habe: „Besonders deutlich wird das in der Bewertung unserer Kundenanschriften“, erläutert Arnd Mucke weiter: „Hier haben wir in den vergangenen Jahren viel Mühe darauf verwandt, klarer und verständlicher zu formulieren und stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden einzugehen.“ Die nun zuerkannte Auszeichnung sei eine schöne Anerkennung der hier geleisteten Arbeit.

Bei aller Zufriedenheit sieht die evo bei sich selbst aber in anderen Bereichen durchaus noch Luft nach oben: „Verbesserungen beim Service sind ein dauerhafter Prozess, der nie endet, sondern immer wieder aufs Neue beginnt“, weiß auch Stefanie Hellersberg, Leiterin des evo-Kundenservice. Daher hat die evo sich die nächsten Ziele schon gesteckt: „Wir wollen unsere Online-Services weiter ausbauen und verbessern.“ Hier hat sich die evo fest vorgenommen, bei der nächsten Befragung in 2020 im Urteil ihrer Kunden ähnlich gut abzuschneiden wie zuletzt bei der schriftlichen Kundenkommunikation. Und nicht nur das: Auch die persönliche Präsenz in der Stadt, z.B. auf Wochenmärkten, hat die evo bewusst ausgebaut.

„Unser Anspruch ist es, stetig besser zu werden und für unsere Kunden buchstäblich nahbar zu sein“, sagt Arnd Mucke. Insofern sei es kein Widerspruch, wenn die evo einerseits auf persönliche Präsenz in den Stadtteilen setzte, z.B. anlässlich von Wochenmärkten oder ähnlichen Veranstaltungen, und zugleich die Digitalangebote in Form eines evo-Add-ons für den Sprachassistenten „Alexa“ ausbaue: „Wir wollen für alle Kunden ganz nach ihren individuellen Bedürfnissen erreichbar sein“, unterstreicht Stefanie Hellersberg.

Daniel Mühlenfeld

Pressesprecher | T 0208 835-2294 | E daniel.muehlenfeld@evo-energie.de