



Grundlagenwissen

Erfolgreicher Kundenservice für Unternehmen der DACH-Region in Frankreich: Vorteile und erste Schritte im Fokus

März 2024

Vorteile eines französischsprachigen Kundenservices:

In einer globalisierten Wirtschaft gewinnt ein effizient gestalteter Kundenservice für Unternehmen der DACH-Region an entscheidender Bedeutung. Einerseits ermöglicht eine französischsprachige Kundenbetreuung den **Zugang zum französischen Wirtschaftsmarkt**, welcher in Zeiten von Lieferproblemen oder der ins Zentrum rückenden Unabhängigkeit und Wirtschaftskraft eines demokratisch geeinten Europas für Deutschland immer wichtiger wird. Andererseits verschafft ein mehrsprachig aufgestellter Kundenservice, der die kulturellen Nuancen und Erwartungen der französischen Kunden berücksichtigt, einen Wettbewerbsvorteil. Dieser ermöglicht es, eine breitere Zielgruppe anzusprechen und potenziell mehr Kunden zu gewinnen. Unternehmen, die die Bedürfnisse ihrer französischen Kundschaft verstehen und erfüllen können, **steigern ihre Kundenbindung**, sorgen für **positive Kundenerfahrung** und differenzieren sich positiv von Mitbewerbern. Zudem sind in vielen Branchen und Geschäftsfeldern internationale Kooperationen und Partnerschaften üblich. Ein guter Kundenservice in Französisch erleichtert die Kommunikation und Zusammenarbeit mit französischen Geschäftspartnern, was wiederum die **Entwicklung von Geschäftsbeziehungen fördern** kann.

Schritt 1: Tiefgehende Marktforschung und Lokalisierung

Den Aufbau eines Kundenservice in Ihrem Geschäftsfeld für den französischen Markt sollten Sie nicht als Schnellschuss betrachten. Eine erfolgreiche und wirtschaftlich nachhaltige Implementierung, erfordert **sorgfältige Planung und Vorbereitung**, die auf aktuellen Fakten und Analysen basiert. Vor einer Expansion in den französischen Markt ist eine **gründliche Marktforschung** unerlässlich. Hierbei spielen Fragen zur Kaufkraft des Landes, der Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts im internationalen Vergleich, den größten Industriezweigen sowie den Zahlen der Im- und Exporte, des Schuldenhaushalts und der Arbeitslosenquote eine zentrale Rolle.

Schritt 2: Aufbau eines Netzwerkes frankophiler Akteure

Neben den harten Zahlen sollten Sie ebenso großes Interesse an den kulturellen, ethnischen und gesetzlichen Aspekten eines Landes zeigen. Die **kulturelle Sensibilität** und eine genaue



CONTACT&SALES GmbH
Gutenbergstraße 2
D-77746 Schutterwald

+49 (0)781 966 790 11
contact-sales@ffu.eu
www.contact-sales.de



Kenntnis lokaler **Kundenbedürfnisse** bilden die Grundlage für eine erfolgreiche Marktdurchdringung in Frankreich. Hierbei ist jedoch Vorsicht geboten, um nicht zu viel Theorie aus Forschungsstudien oder Marketingpräsentationen zu absorbieren. Um sicherzustellen, dass Sie keine irreparablen Fehler machen, lohnt es sich, Zeit in den Aufbau eines Netzwerks von Partnerschaften und Akteuren zu investieren, die sich im französischen Markt bewegen und auskennen.

Schritt 3: Kosten-Nutzen-Analyse interner vs. externer Vergabe des Kundenservices

Die Entscheidung zwischen internem und externem Kundenservice erfordert eine **detaillierte Kosten-Nutzen-Analyse**. Auf der Kostenseite stehen nicht nur der Vergleich der Lohnkosten bei interner versus externer Beschäftigung im Fokus, sondern ebenso die Kosten für die Bürofläche, -ausstattung, technische Infrastruktur sowie die dauerhafte Betreuung und Instandhaltung. Nicht zu vernachlässigen sind auch die zeitlichen Ressourcen und investierten Mittel in Recruiting, Ausbildung und fortlaufende Betreuung der internen Mitarbeitenden für die Kundenbetreuung. Neben harten Zahlen sollten Sie auch die Vor- und Nachteile räumlicher Nähe, kurzer und reibungsloser Kommunikationswege und Flexibilität in der Planung, z.B. bei der Umsetzungs- und Reaktionsschnelligkeit von spontan organisierten Unternehmenskampagnen, berücksichtigen. Ebenfalls nicht zu unterschätzen sind die Auswirkungen der Unternehmensidentifikation bei direkter oder indirekter Beschäftigung des Personals als Spiegel nach außen. Eine angemessene Gewichtung dieser Aspekte ist essentiell, um die Kosten-Nutzen-Analyse sachgerecht durchzuführen.

Kleiner Tipp: Bei internen Kundenservices besteht die Gefahr einer plötzlichen Ausdehnung des Aufgabengebiets durch die Vereinnahmung eigener Interessen anderer Abteilungen. Dies kann die Produktivität und den Output des Teams beeinträchtigen und den Hiring-Prozess in die Länge ziehen. So kommt es still und heimlich und häufig schneller als verhofft dazu, dass der intern abgebildete Kundenservice für eine der preisintensivsten Abteilungskosten im Unternehmen verantwortlich ist.

Fazit: CONTACT&SALES steht Ihnen beratend zur Seite

Der Aufbau eines französischsprachigen Kundenservices stellt eine strategische Entscheidung dar, die sorgfältige Planung und Durchführung erfordert. Die Vorteile, die sich aus einem solchen Service ergeben, sind vielfältig und reichen von der Erschließung neuer Märkte bis zur Stärkung der Kundenbindung und Differenzierung im Wettbewerbsumfeld. Für diesen **komplexen Entscheidungsprozess** steht Ihnen CONTACT&SALES gerne zur Seite. Unsere Expertise umfasst nicht nur umfassende Kenntnisse im Bereich internationaler Kundenservice, sondern auch die Fähigkeit, individuelle Bedürfnisse und Anforderungen zu



CONTACT&SALES GmbH
Gutenbergstraße 2
D-77746 Schutterwald

+49 (0)781 966 790 11
contact-sales@ffu.eu
www.contact-sales.de



Vertrieb & Management

verstehen. Von der tiefgehenden Marktforschung bis zur Implementierung und Betreuung Ihres Kundenservices bieten wir maßgeschneiderte Beratung und praktische Unterstützung. Wir stehen Ihnen jederzeit zur Verfügung, um Ihre Fragen zu beantworten und gemeinsam mit Ihnen den optimalen Weg für einen erfolgreichen französischsprachigen Kundenservice zu gestalten.



**Ihr deutschsprachiger
Ansprechpartner:**



Thierno Baldé
Manager Operations
Frankreich

balde@ffu.eu
+49 (0)781 96679018



CONTACT&SALES GmbH
Gutenbergstraße 2
D-77746 Schutterwald

+49 (0)781 966 790 11
contact-sales@ffu.eu
www.contact-sales.de