

CX-Transformation:

Vom Silo-Denken zur ganzheitlichen Kundenzentrierung

Webinar, 19. März 2025, 11:00 Uhr

22. Customer Experience Week

Marc Zörnig 

Product Owner CX & Agile Coach

SKOPOS CONNECT

Hallo und herzlich willkommen!

Über mich

- **CX-Experte** mit über 15 Jahren Erfahrung in Marktforschung, Mystery Shopping und Customer Experience Management
- ISO-zertifizierter **New Work Consultant & Agile Coach**
- Ausgebildeter **Fachangestellter für Markt- & Sozialforschung** und **Ausbilder**
- 8 Jahre **SKOPOS**, u. a. verantwortlich für den **Aufbau des Customer Experience Geschäftsbereichs**
- Nach SKOPOS: Tech-Startups, Unternehmensberatungen und produzierende D2C-/B2B-Handelsunternehmen
- Zurück als **Product Owner CX & Agile Coach** bei **SKOPOS CONNECT**
- Unterstützt Unternehmen bei der **Optimierung der Kundenerfahrung** und **nachhaltigen Verankerung der Kundenzentrierung**



Marc Zörnig

Product Owner CX & Agile Coach

SKOPOS CONNECT



Linked in

Die wachsende Bedeutung der Customer Experience



89%

Wettbewerbsfaktor

Unternehmen, die erwarten, dass bis 2025 der Wettbewerb primär über CX ausgetragen wird

80%

Kundenperspektive

Kunden, die schon heute ebenso viel Wert auf Erfahrungen wie auf Produkte legen

60%

Höhere Gewinnspanne

Kundenzentrierte Marken übertreffen weniger fokussierte Unternehmen deutlich

Das Problem des Silo-Denkens



Isolierte Abteilungen

Teams arbeiten getrennt voneinander



Mangelnde Kommunikation

Wertvolles Kundenwissen bleibt ungenutzt



Getrennte Datenverarbeitung

Feedback wird nicht geteilt



Heterogene Maßnahmen

Unkoordinierte Umsetzung





Negative Auswirkungen auf die Customer Journey



Inkonsistente Erlebnisse

Jede Abteilung verfolgt eigene Prozesse und Standards



Redundante Prozesse

Kunden werden mit wiederholten Anfragen konfrontiert



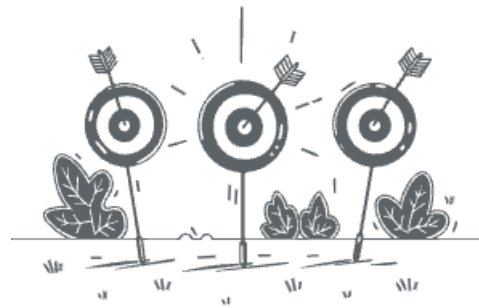
Verpasste Chancen

Übergreifende Muster & Potenziale zur Verbesserung bleiben unerkannt

Weitere Herausforderungen der CX-Transformation

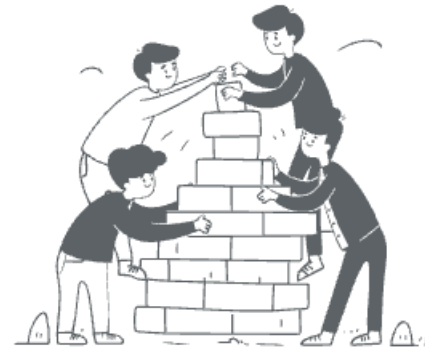


Kundenzentrierung als Transformationsprozess verstehen



Gemeinsames Zielbild & Leitlinien

- Ein inspirierendes CX-Zielbild schafft Orientierung für alle Mitarbeitenden
- Klare Leitlinien dienen als Kompass für kundenzentrierte Entscheidungen



Engagement auf allen Ebenen

- Management macht Kundenzentrierung zur "Chefsache"
- Sichtbares Engagement aktiviert das gesamte Unternehmen



Nachhaltige Kulturentwicklung

- Tiefgreifende Verankerung der kundenzentrierten Denkweise in allen Abteilungen
- Kontinuierliche Entwicklung von kundenorientierten Verhaltensweisen

4 Handlungsfelder nachhaltiger Kundenzentrierung

CX-Strategie & Vision

Definiert die Bedeutung der Kundenzentrierung und deren Integration in die Unternehmensstrategie

Kultur & Change Management

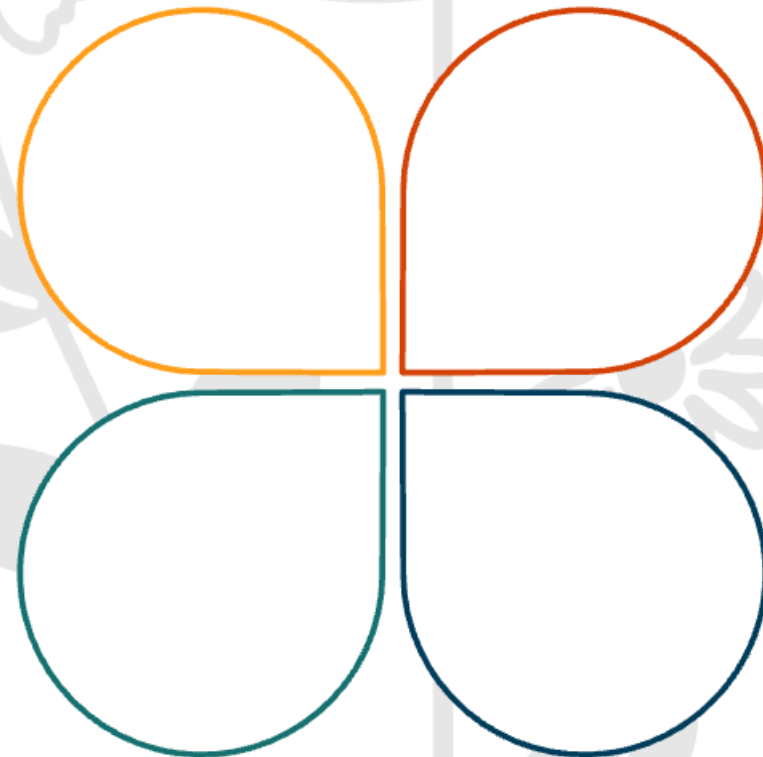
Verankert kundenzentrierte Denkweise langfristig in allen Abteilungen

CX-Programme & Prozesse

Schafft klare Vorgaben für CX-Maßnahmen und die effektive Nutzung von CX-Kennzahlen

Daten & Insights

Verknüpft BOX-Daten (**B**ehavioural, **O**perational & **X**perience) für datenbasierte Entscheidungen und besseres Kundenverständnis



Die Transformationsreise zur Kundenzentrierung

Ist-Analyse & Zielsetzung

- Bewertung aktueller CX-Strukturen und Identifikation zentraler Herausforderungen
- Schaffung eines gemeinsamen Bewusstseins für den Veränderungsbedarf

Entwicklung der CX-Strategie

- Definition einer klaren CX-Vision als Orientierungsrahmen
- Erarbeitung strategischer Grundlagen und erster Maßnahmen zur Initiierung des Wandels

Implementierung & erste Maßnahmen

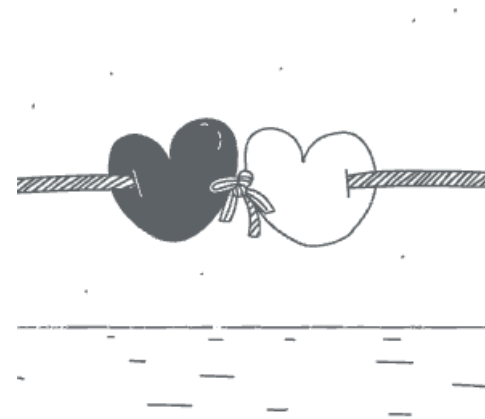
- Umsetzung der CX-Strategie durch Pilotprojekte und gezielte Initiativen
- Schaffung erster Erfolge zur Förderung des Wandels

Skalierung & nachhaltige Verankerung

- Langfristige Integration von CX in alle Unternehmensbereiche durch kontinuierliche Unterstützung und Anpassungen
- Etablierung neuer Strukturen in der Unternehmenskultur

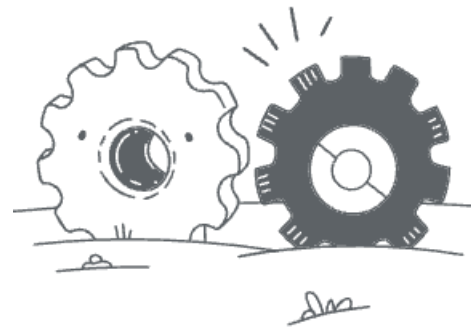


Kundenzentrierung als Wettbewerbsvorteil



Höhere Kundenloyalität

- Gezielte CX-Maßnahmen steigern Kundenbindung & Weiterempfehlung
- Positionierung als innovativer Marktführer



Effizientere Prozesse

- Kundenorientierte Prozessgestaltung
- Reibungslosere Abläufe & erhöhte Kosteneffizienz



Markenstärkung

- Erfüllung der Kundenerwartungen
- Schließen der Marken-Erlebnis-Lücke
- Stärkung des Markenvertrauens

Vom Silo-Denken zur ganzheitlichen Kundenzentrierung

Gemeinsames Verständnis

Leistung entlang der gesamten Customer Journey verstehen



Klare Kommunikation

Effektive Kommunikationswege zwischen Abteilungen schaffen



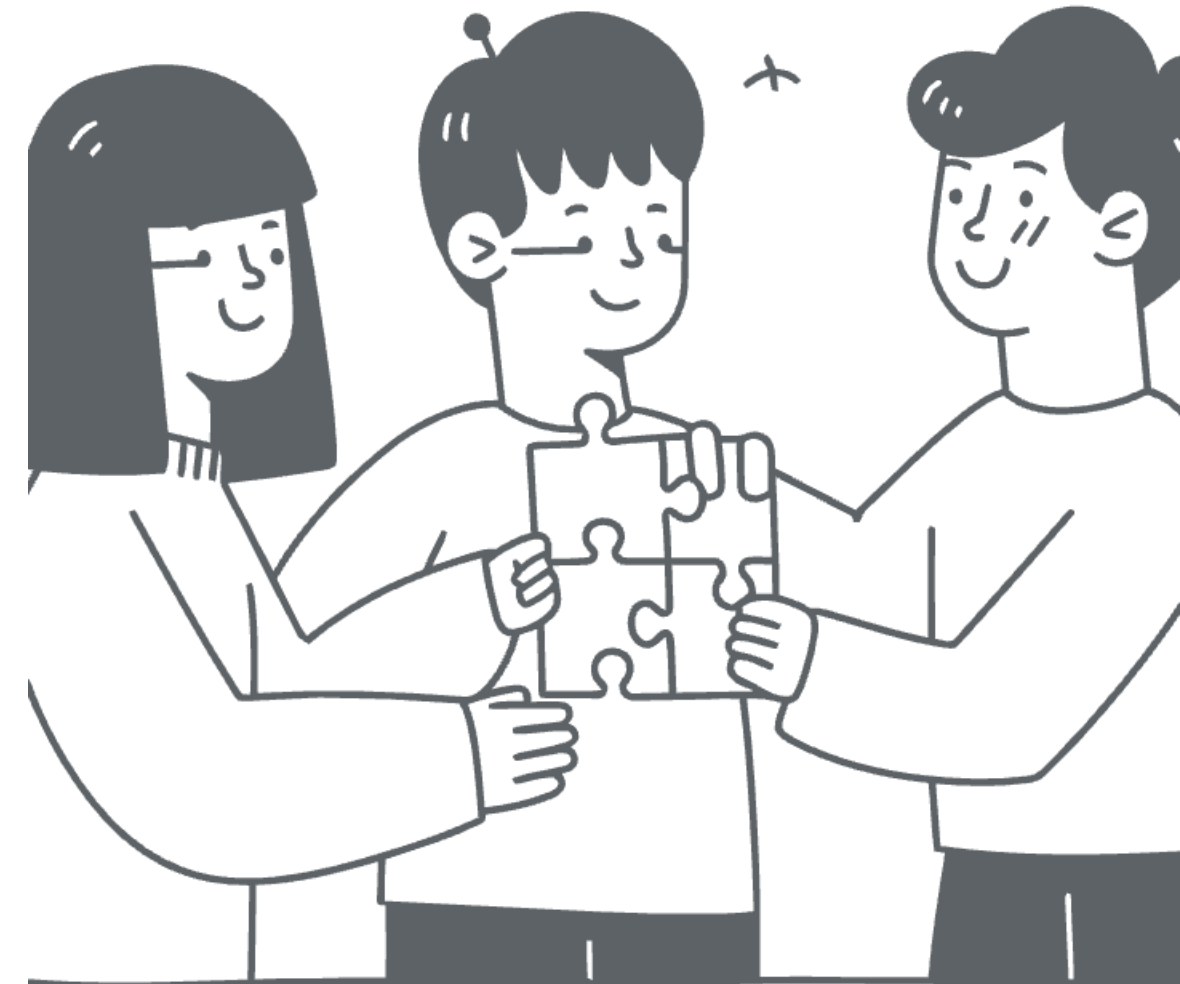
Gemeinsame Ziele

Abteilungsübergreifende Ausrichtung auf Kundenbedürfnisse etablieren



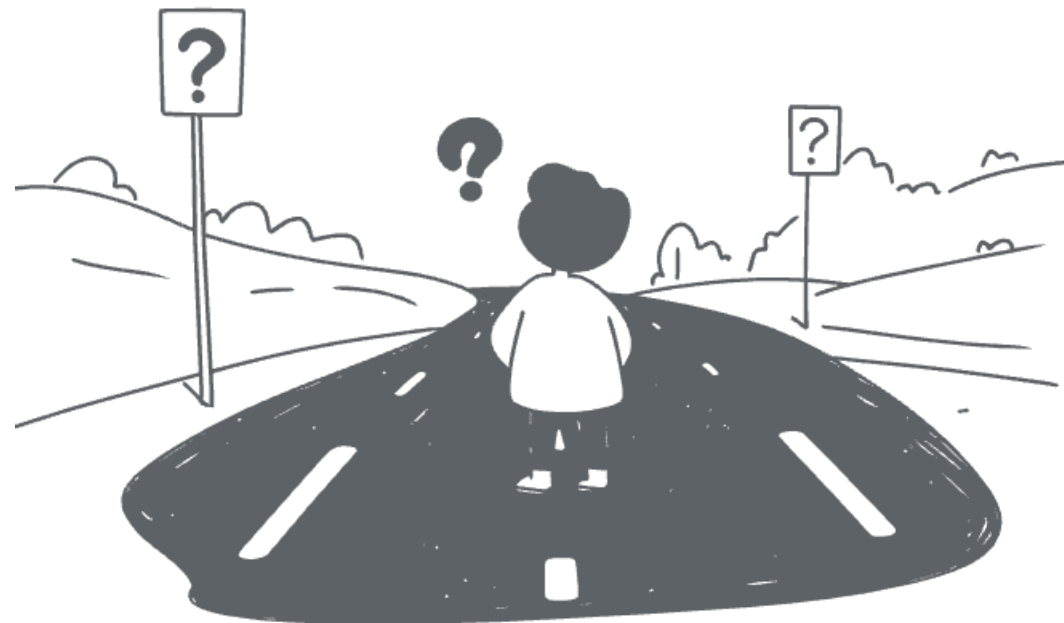
Interdisziplinäre Teams

Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit fördern



Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit!

Habt ihr Fragen?



Marc Zörnig
Product Owner CX & Agile Coach

SKOPOS CONNECT GmbH
Oppenhoffallee 106
52066 Aachen

Kontakt
marc.zoernig@skopos-connect.de
+49 172 7762941



**Gesprächstermin
vereinbaren**

