

# A Perfect Match

Wie Sie mit CX und Communities im Doppelpack für stärkere Kundenbindung und mehr Umsatz sorgen





# Die Customer Experience als USP einer Marke

Unternehmen auf der ganzen Welt verlieren jährlich rund 4,7 Billionen Euro nur aufgrund von negativer Customer Experience.<sup>1</sup> Denn dank Globalisierung und Digitalisierung werden Produkte immer ähnlicher, Preise immer kompetitiver, Märkte immer transparenter – und die Kunden wissen genau: Es kostet sie überhaupt nichts, einer Marke den Rücken zuzukehren, wenn sie ihre Erwartungen nicht erfüllt. Damit avanciert die Customer Experience zunehmend zum zentralen Differenzierungsmerkmal und wird immer mehr zum ausschlaggebenden USP einer Marke.

<sup>1</sup>Qualtrics Global Consumer Trends Report 2022

# CX im Trend

Customer Experience Management (CX) ist seit ein paar Jahren in aller Munde und 58 % der Unternehmen sehen die Notwendigkeit, einen entsprechenden Prozess aufzusetzen. Nur scheint es oftmals an der Umsetzung zu hapern:

**56 %**

der Unternehmen verfügen über keinen Prozess zur Berücksichtigung von Experience-Daten

**8 %**

bieten ihren Kunden eine reibungslose Customer Experience

**18 %**

erfassen überhaupt kein Kunden-Feedback

laut einer Studie des globalen Technologiedienstleisters NTT Ltd

Doch warum tun sich viele Unternehmen so schwer damit, ein umfassendes Customer Experience Management zu etablieren?

## CX als Strategie

Viele Unternehmen wissen schlicht und ergreifend nicht, wo sie anfangen sollen. Customer Experience Management ist zwar keine Raketenwissenschaft, jedoch auch keine Software, die man schnell herunterladen und im Software-as-a-Service Prinzip bedienen kann. Customer Experience Management ist eine Strategie, ein crossfunktionaler Ansatz, der professionell aufgesetzt, ganzheitlich konzipiert und umgesetzt werden muss.

Dieses holistische Verständnis der Customer Experience, das weit über die traditionelle Kundenzufriedenheitsbefragung hinausgeht, verlangt nach neuen Strukturen, Ressourcen und Prozessen. Denn es geht schon längst nicht mehr nur darum, eine ausgewählte Gruppe an Kunden zu einem einzigen Zeitpunkt zu befragen. Es gilt vielmehr, einen *kontinuierlichen* Dialog mit allen Kunden zu ermöglichen, Kundenerfahrungen und -wünsche präzise, zur richtigen Zeit am richtigen Touchpoint zu erfassen, sie entsprechend zu deuten und anhand der Erkenntnisse die Customer Experience stetig zu verbessern.



Um mit einem CX-Programm Maßnahmen zu ergreifen, die tatsächlich etwas bewirken, gilt es ein sogenanntes "Aktionssystem" aufzubauen. Dabei geht es um einen holistischen Blick auf die Customer Experience, jenseits von transaktionalen Touchpoints. Es geht um die Mitarbeiter, die Erwartungen der Kunden an das Produkt oder den Service und die Erwartungen an die Marke. Skalierbarkeit ist hier das Zauberwort.

Doch wie entscheiden Unternehmen, welche Maßnahmen die richtigen sind, damit sie tatsächlich zur Verbesserung der Experience beitragen?

Hier bietet sich der direkte Dialog mit den Kunden an, in dem Produkte und Services kundenzentriert gestaltet und weiterentwickelt werden.

## Communities als Marken-Touchpoint

Digitalisierung und moderne Technologien bieten heute vielfältige Möglichkeiten, jeden einzelnen Kunden direkt, unkompliziert und mit größtmöglicher Flexibilität zu befragen. Nur auf diese Weise entsteht ein ganzheitliches Bild der Customer Experience und ein konkretes Verständnis der zu ergreifenden Maßnahmen, von denen der Kunde ebenso profitiert wie das Unternehmen.

Während Customer Experience Management jede einzelne Kundeninteraktion beleuchtet, um mögliche Experience Gaps zu identifizieren und zu analysieren, fokussiert sich eine Insight Community auf eine ausgewählte, engagierte und innovative Zielgruppe. Sie ist eine digitale Standleitung in das echte Leben der Kunden und liefert Einblicke in ihre Werte, Bedürfnisse und Überzeugungen.

Dank flexibler Software und einem individuellen Branding wird die Insight Community gleichzeitig zum besonderen Marken-Touchpoint und beschert Kunden ein positives Markenerlebnis. Sie dient dem Austausch von Meinungen und Ideen, aber vor allem zahlt sie auf das Versprechen an die Kunden ein: mitzuwirken, Einfluss zu haben und die Zukunft einer Marke zu gestalten. Denn nur, wenn Kunden sich als Teil des Prozesses verstehen, geben sie auch ehrliche, authentische Rückmeldung und tragen so zur Wertschöpfung eines Unternehmens bei.



# CX & Communities als schlagkräftiger Doppelpack

Wirklich gutes und vor allem nachhaltiges Customer Experience Management funktioniert am besten im Zusammenspiel von CX und Communities. CX-Befragungen bilden dabei die Grundlage, um die Erfahrungen und Erwartungen der Kunden zu verstehen. In einer Insight Community werden diese Erlebnisse anhand von Deep Dives dann qualitativ vertieft und gemeinsam mit ausgewählten Kunden neue Lösungswege erarbeitet. Diese können dann wiederum mit CX-Befragungen überprüft werden. Nur so macht Customer Experience Management Sinn und resultiert dauerhaft in besserer Kundenzufriedenheit.

# Eine integrierte Lösung

Mithilfe dieses ganzheitlichen Customer-Experience-Management-Ansatzes stellen wir die Experience in den Fokus Ihrer Geschäftsstrategie, erzielen eine dauerhafte Kundenbindung sowie maximale Rentabilität und sichern Ihnen so einen deutlichen Wettbewerbsvorteil.

Wir konzipieren Ihr Customer Experience Management, implementieren die passende Technologie und integrieren sie in Ihre Systeme. Mit unseren Communities legen wir eine digitale Standleitung zu Ihren Kunden und beziehen sie in die Entwicklung besserer, relevanterer Produkte und Services mit ein.

Die SKOPOS CONNECT GmbH ist eine Full-Service-Agentur, die namhafte Unternehmen wie Audi, BOSCH, Porsche, REWE, Miele, E.ON, GLS und Deutsche Bahn konzeptionell berät und ihnen mit maßgeschneiderten Community- und Customer-Experience-Lösungen zu einem dauerhaften Dialog mit ihren Kunden, stärkerer Kundenbindung und somit zu mehr Umsatz verhilft.



Certified Partner  
CX DELIVERY



Martin Grupe  
Managing Director

Oliver Kern  
Managing Director

**Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!**

**SKOPOS CONNECT GmbH**  
Oppenhoffallee 106, 52066 Aachen  
[info@skopos-connect.de](mailto:info@skopos-connect.de)  
+49 241 99000770