

# Customer Journey Map: Kundenerlebnisse verbessern

## Zielgruppe

Interdisziplinäre Teams aus einem Unternehmen, z.B. Führungskräfte und Mitarbeitende aus

- Geschäftsführung
- Marketing
- Vertrieb
- Produktentwicklung
- Servicebereichen.

Insbesondere Service-orientierte Unternehmen, IT-Dienstleister, Dienstleister mit starkem Kundenkontakt.

## Ziele und Nutzen

Bei drei von vier Konsumenten spielt das Kundenerlebnis eine entscheidende Rolle für die Kaufentscheidung. Es ist die „Customer Journey“, die zählt - das Gesamterlebnis vom allerersten Kontakt bis zur langfristigen Kundenbindung.

Mit der Customer Journey Map lässt sich verstehen und visualisieren, wie Kunden die Kommunikation und den Service an allen Kontaktpunkten („Touchpoints“) erleben.

Durch die Brille des Kunden betrachtet lassen sich Kundenperspektiven reflektieren und daraus Verbesserungen ableiten.

In einer Studie von Quadiant und MyCustomer wurden konkrete Nutzen ermittelt:

- Steigerung der Kundenzufriedenheit (71 %)
- Besseres Empfehlungsmanagement (53 %)

- Rückgang der Kundenbeschwerden (48 %)
- Reduzierung der Kundenabwanderung (40 %).

Die Mehrheit (85 %) der Teilnehmenden, die Customer Journey Mapping verwenden, hat damit positive oder sehr positive Ergebnisse erzielen können.

## Inhalte

Sie analysieren, lernen und erarbeiten

- Probleme im Kundenerlebnis Ihrer Produkte und Dienstleistungen identifizieren
- Kontaktpunkte, Kundenbedürfnisse, Inhalte und Formate, Kommunikationskanäle und -medien analysieren, Verantwortlichkeiten, Prozesse und Tools überprüfen
- Eine Vision / Strategie für die Kundenerlebnisse entwickeln
- Planung eines neuen Produktes oder einer neuen Dienstleistung bzw. Überarbeitung von vorhandenen Angeboten
- Tracking Möglichkeiten innerhalb einer Customer Journey identifizieren
- Bestehende Marketingmaßnahmen auf ihre Wirksamkeit hinterfragen
- Geplante Verbesserung in der Customer Journey priorisieren
- Alle Abteilungen des Unternehmens auf Kundensicht ausrichten.

## Vorgehen

Wir führen ein Klärungsgespräch mit Ihnen, um Ziele und Zielgruppen zu konkretisieren, das Customer Journey Team festzulegen sowie Umfang und Ablauf zu klären.

Die konkrete Ausarbeitung findet mit dem Team in Workshops statt. Üblicherweise als Präsenzveranstaltung.

Wir können die Customer Journey Map aber auch in mehreren Web-Sessions mit Ihrem Team erarbeiten.

Schritte sind z.B.

- CheckIn
- Persona entwickeln
- Touchpoints – Kundenbedürfnisse verstehen
- Customer Journey Map entwerfen
- Point of View – zentrale Erkenntnisse
- Optimierung des Kundenerlebnisses.

## Moderation / Beratung

Dr. Edzard Niemeyer, QUBIC Beratergruppe GmbH.

## Kosten und Aufwand

Wir rechnen auf Basis von Tageshonoraren ab. Für die Präsenzveranstaltungen können Sie je nach konkretisiertem Aufwand mit ca. zwei Tagewerken rechnen. Die Websessions können auf mehrere Tage verteilt werden.

Näheres erfragen Sie bitte bei Dr. Edzard Niemeyer, Email: niemeyer@qubic.de, Tel.: 0511-16998882.