

## Da ist Musik drin: Customer Experience Management

16.03.2017, 10:53 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *j/s/w Consulting*

---



Elbphilharmonie, Hamburg

Viele Marketeers unterschätzen die Kraft von Customer Experience Ansätzen gewaltig: „Nette Spielchen, um die Kunden zu pleasen. Geht alles zu Lasten des Profits.“

Diese Aussage könnte falscher nicht sein. Die Mehrung von Umsatz und Ertrag, seit jeher das betriebswirtschaftliche Urziel schlechthin, sollte auch als Oberziel für jede CX Maßnahme stehen.

Wenn Ihre Customer Experience Aktivitäten das nicht leisten, machen Sie etwas falsch. Lösen Sie sich also (endlich) von der Idee, dass kundenorientierte Maßnahmen vernachlässigbare Softfaktoren sind, die nur die Deckungsbeiträge schmälern. Alle gängigen CX Tools helfen, die betriebswirtschaftlichen „hard facts“ zu stützen.

### Beispiel Net Promoter Score

Hier geht es darum, aus Kunden loyale Kunden zu machen. Warum? Nun, loyale Kunden kaufen mehr, bleiben länger bei der Firma, verursachen geringere Servicekosten, haben einen höheren Share-of-wallet und reden auch noch positiv über ihre Erfahrungen. Ganz nebenbei erfahren Sie, was bei Ihnen gut läuft und was die Kunden schlecht finden. Ihre Firma tritt also automatisch in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess ein. Das Ergebnis sind Jahr für Jahr mehr loyale Kunden, die ceteris paribus zu Umsatz- und Ertragssteigerungen führen werden. Zusätzlich ist Cross- und Upselling deutlich einfacher, wenn Sie Ihre Fans kennen. Nebeneffekte wie kontinuierliche Steigerung der Kundenorientierung der Belegschaft, einfaches internes regionales und länderübergreifendes Benchmarking sowie kundenorientiertere Entscheidungsgrundlagen für die C- Suite sind da noch gar nicht eingerechnet.

Andere Tools wie Customer Effort Score oder Customer Journey Mapping verfolgen vergleichbare Ziele mit einem ähnlichen Ergebnis. Wenn Sie also Wettbewerber haben, die ganz ähnliche Produkte mit vergleichbaren Features in vergleichbaren Distributionskanälen zu etwa ähnlichen Preisen anbieten, kann es sich lohnen, in die Welt des Customer Experience Managements einzutauchen. Denn eines scheint klar: Bis 2020 wird Customer Experience Management die Kriterien „Produkt“ und „Preis“ als die Haupt-Unterscheidungsmerkmale von Marken (Dienstleistungen und Produkten) abgelöst haben (s. Walker 2020 Report). Da spielt die Musik auf jeden Fall. Hören Sie doch schon mal rein... (<http://www.jswconsulting.de>)

## Portrait

Mit einem maßgeschneiderten CEM-Konzept werden sich Ihre Kunden zu loyalen Kunden und idealerweise zu begeisterten Botschaftern Ihrer Marke entwickeln (WoM/ Mund-zu-Mund Propaganda), was sich gerade in Zeiten von Facebook, Twitter und Co. zum handfesten Wettbewerbsvorteil entwickeln kann. j/s/w Consulting hat sich auf die Implementierung von Customer Experience Prozessen in Unternehmen spezialisiert und berät seit vielen Jahren Mittelstand und multinationale Konzerne europaweit.

Dabei helfen wir bei der Ausarbeitung, Planung und Umsetzung von Strategien für ein erfolgreiches Customer Experience Management. Wir übernehmen auf Wunsch die Rolle des Projektleiters, etablieren „best practices“ und befähigen Ihre Mitarbeiter zur weiteren Durchführung und Analyse. Wir greifen i.d.R. auf zwei bewährte Tools zurück: a) den Net Promoter Score und b) den Customer Effort Score. Unser neuestes „Baby“ ist das Customer Success Modul.

---

News-ID: 943202 • Views: 811 (Stand: 01.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/943202/Da-ist-Musik-drin-Customer-Experience-Management.html>