

DER VERITABLE SHITSTORM ALS WESENTLICHES CUSTOMER EXPERIENCE ELEMENT.



Sie haben das beste, sogar das „geilste“ Produkt. Das wissen Sie genau. Schließlich haben Ihre Kollegen und Sie es entwickelt und toll vermarktet. Nur die, die es kaufen sollen, sehen das dummerweise nicht so. Diese lästigen Kunden beschwerten sich über den Onlineshop und Ihren Logistiker, finden ständig Produktfehler und machen dann auch noch den Kundenservice rund. Da hilft nur eins: Konsequenz ignorieren! Der Verantwortliche im Kundenservice wird's schon richten – Hauptsache billig mit einem schlecht aufgesetzten Chatbot. Und wenn aus vereinzelt Social-Media-Posts verärgert Kunden ein veritabler Shitstorm wird, über den vielleicht auch die Medien berichten, formuliert die Pressestelle beschwichtigende Allgemeinplätze und meldet „bedauerliche Einzelfälle“. Also alles gut! Umsatz und Gewinn stimmen und „any PR is good PR“.

Dieses Szenario ist sicherlich überspitzt! Dennoch, es gibt diese Organisationen, die von Kundenzentrierung gelesen, nicht aber ihre essenzielle Auswirkung auf die Gesamtorganisation verstanden haben.

Häufig liegt die Ursache für mangelnde Kundenorientierung darin, dass jede Organisationseinheit ihre eigenen Ziele verfolgt

und die Wirkung auf andere Abteilungen oder die Erfahrungen der Kunden nicht berücksichtigt. Klar ist, dass der Kunde das Unternehmen und das Produkt für sich bewertet, wenn er es nutzt. Und er bildet sich auch eine Meinung, wenn er irgendeine Art von Austausch mit der Organisation hat, zum Beispiel im (Online-)Shop, im Self Care oder natürlich mit dem Kundenservice. Der Kunde denkt in seiner Beurteilung allerdings nicht in funktionalen Unternehmensstrukturen oder -einheiten, sondern in **subjektiven, ganzheitlichen Erlebnissen mit dem Unternehmen**. Diese Eindrücke prägen seine Kaufentscheidungen; bereitwillig teilt er diese mit anderen.

Messen und steuern Sie seine Meinung!

Diese Customer Experience kann Ihnen durch eine gut aufgesetzte Kundenbefragung einen ungefilterten und ehrlichen Blick auf Ihr Unternehmen geben. Sie laden den Kunden zu einer Stellungnahme ein, sobald er einen Kontakt mit Ihnen hatte (konsequent an jedem „Touchpoint“), zum Beispiel nach der Lieferung. Sie erhalten neue SteuerungskPIs, die unter anderem die **Kundenzufriedenheit mit Ihrem Geschäftsprozess** misst. Eine Kombination von Noten und Freitext gibt Ihnen wertvolle Hinweise, ob und wie Sie sich verbessern können.

Nicht nur Umsetzung, sondern Organisationsänderung!

Die Ursachenanalyse der dokumentierten Zufriedenheitsgrade wird Potenziale in allen Abteilungen aufzeigen. Maßnahmen müssen über Abteilungsgrenzen umgesetzt werden. Das bedeutet für Unternehmen große Veränderungen, weil Silodenken abgeschafft wird. Customer Experience Management wird zur **Geschäftsführungsaufgabe** und darf nicht länger in eine funktionale Fachabteilung wegdelegiert werden!

Gut organisiertes Customer Experience Management (CXM) erhöht die Kundenzufriedenheit, die positiv auf Umsatz sowie Gewinn wirkt. Unsere Erfahrung zeigt, dass Unternehmen mit CXM ca. 30-50 Prozent höhere Umsätze erzielen als andere. **Worauf also noch warten?**

ojuto macht, dass es funktioniert!

Wir helfen Ihnen dabei, CXM in Ihrem Unternehmen nachhaltig zu verankern. Gemeinsam bauen wir die Erhebungsmethodik auf, gehen mit Ihnen in die Ursachenanalyse und leiten die richtigen Maßnahmen ab. Wir helfen Ihnen, dass Ihre Organisation CXM verinnerlicht und perspektivisch selbstständig steuert. Mit unserer langjährigen Erfahrung setzen wir auf Wunsch die Maßnahmen auch um.

Über ojuto

ojuto consulting gmbh
Hofaue 63
42103 Wuppertal
Tel.: +49 202 8705 4388



ojuto consulting ist die Unternehmensberatung aus Wuppertal, die ganz konkrete Lösungen liefert. Von den erfahrenen Beratern bekommen Sie Customer Experience Management. Ganzheitlich vor Ort und bis alles funktioniert.

ojuto – das sind Berater, die immer auch Umsetzer sind. Wir kommen zu Ihnen und bringen zur richtigen Zeit am richtigen Ort die richtigen Menschen zusammen. Damit Sie Veränderungen erfolgreich meistern.



Ihr Ansprechpartner:
Florian Senda, Geschäftsführer
fsenda@ojuto.de
www.ojuto.de