

Presseinformation

Dorsten, 7. Mai 2019

Customer Journey: Kundenkontaktpunkte effektiv nutzen

KVD liefert Zahlen, Daten und Fakten zum Trendthema Customer Experience

Wenn sich Kunden auf die Customer Journey begeben, haben die betreffenden Anbieter – sei es Produkt-, Lösungsanbieter oder Dienstleister – schon eine lange Reise hinter sich. Heute gilt es mehr denn je, die Reise des Kunden entlang eines Produktes oder eines Services nicht nur im Blick zu haben, sondern sie auch möglichst sorgfältig im Vorfeld zu planen und auf die entsprechenden Zielgruppen zuzuschneiden. „Customer Journey“ ist zu einer wichtigen Methode geworden.

Wer sich mit den Themen „Customer Journey“ und „Customer Experience“ beschäftigt, sollte insbesondere folgende Fakten kennen, die der KVD in seinem Magazin *SERVICETODAY 2/19* zusammengetragen hat, welches Ende Mai erscheinen wird.

Kunden-Kommunikation: Bevorzugt über Facebook

Auch wenn vielfach das Ende von Facebook herbeigeredet wird: Für Unternehmen ist das immer noch der wichtigste Kanal zur Kunden-Kommunikation. Laut einer Erhebung von ibi research im Auftrag des DIHK ist Facebook für 68 Prozent der bevorzugte Kanal. Es folgen die eigene Website mit 59 Prozent vor Google My Business mit 40 Prozent. Weniger Relevanz haben zum Beispiel Twitter mit 10 Prozent oder eine eigene App mit 11 Prozent.

Kundenorientierung: Kunden-Feedback wird systematisch bearbeitet

Kundenrückmeldungen werden nicht bloß registriert, sondern systematisch bearbeitet und ausgewertet, wie die KVD-Service-Studie 2018 zeigt. „Das Feedback unserer Kunden wird nicht nur aufgenommen, sondern durchläuft einen systematischen Bewertungs- und Umsetzungsprozess“, sagten zum Beispiel 59 Prozent der Service-Champions, also jene Unternehmen, die erfolgreich im und mit Service unterwegs sind. „Wir nutzen zur Messung unserer Servicequalität für unsere wesentlichen Serviceprozesse objektiv messbare Kennzahlen und Standards“, sagen sogar 61 Prozent.

Customer Experience: Technologie hilft beim Kundenkontakt

Worauf kommt es bei der Konzeption und der Nutzung der Methode „Customer Experience“ an? 49 Prozent der Unternehmen die in diesem Zusammenhang von der Hochschule für Wirtschaft in Zürich angesprochen worden sind, sagen: „Die Technologie unterstützt die

Kundeninteraktionen und fördert das Kundenengagement.“ 48 Prozent sagen: „Das Unternehmen stützt sich auf Kundenprozesse, um die ‚Customer Experience‘ zu steuern.“

Chatbots: Wo können Sie helfen?

Chatbots sind gerade en vogue, doch wo funktionieren sie heute schon gut? 70 Prozent der Befragten von Research Now geben an, dass es die Bestellprozesse sind, die Chatbots unterstützen können. Bei Fragen zum Produkt sehen 49 Prozent einen Nutzen in Chatbots. Beim Entgegennehmen und Bearbeiten von Beschwerden sehen immerhin 31 Prozent einen Nutzen.

SaaS: Das wird der Umsatzbringer der Zukunft

Im Zusammenhang mit der Ausrichtung auf den Kunden wird Software as a Service das Potenzial eingeräumt, Umsatzbringer der Zukunft zu werden. Gartner hat für 2018 ein Umsatzvolumen von 80 Mrd. US-Dollar errechnet, sieht aber schon in diesem Jahr ein Potenzial von 94,8 Mrd. Dollar. Bis 2022 soll das Volumen auf 143,7 Mrd. Dollar steigen.

Elektromobilität: Fahrzeugpreis und Reichweite bestimmen die Entscheidungen

Sind Elektroautos schon so weit, dass sie einen relevanten Einfluss auf das Fuhrpark-Management haben? Oder sind sie Imageträger und haben damit unter Umständen Einfluss auf die Kundeninteraktion? 70 Prozent der Befragten des KVD Service Survey geben an, dass sie Elektroautos einsetzen würden, sobald diese gleichwertigen Nutzen zu konventionellen Fahrzeugen bieten. Wichtigstes Entscheidungskriterium sind Fahrzeugpreis bzw. Finanzierungsmodell mit einem Indikatorwert von 7,55 (10 ist das Maximum). Es folgen Reichweite (6,89), Ladeinfrastruktur (5,30) und Service- oder Werkstattnetz (5,15).

HINWEIS FÜR DIE REDAKTIONEN: Bei Interesse an einem Interview mit KVD-Geschäftsführer Markus Schröder wenden Sie sich direkt an Alexandra Engeln, a.engeln@kvd.de.

Ihre KVD-Ansprechpartner:

Markus Schröder, KVD Geschäftsführer, Tel: 02362 . 9873-0, gs@kvd.de

Alexandra Engeln, Leitung Marketing & Kommunikation, Tel: 02362 . 9873-14, a.engeln@kvd.de

Ihr Presse-Ansprechpartner:

Michael Braun, KVD Redaktion, Tel: 02309 . 7847-113, redaktion@kvd.de

KVD e. V. – der Service-Verband

Der KVD unterstützt Fach- & Führungskräfte bei der Verbesserung ihres technischen Kundendienstes. Über Netzwerkveranstaltungen, Aus- und Weiterbildungen sowie die Einbindung neuester Forschungsergebnisse erhalten Mitglieder einen entscheidenden Wissens- und damit Marktvorsprung.