



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

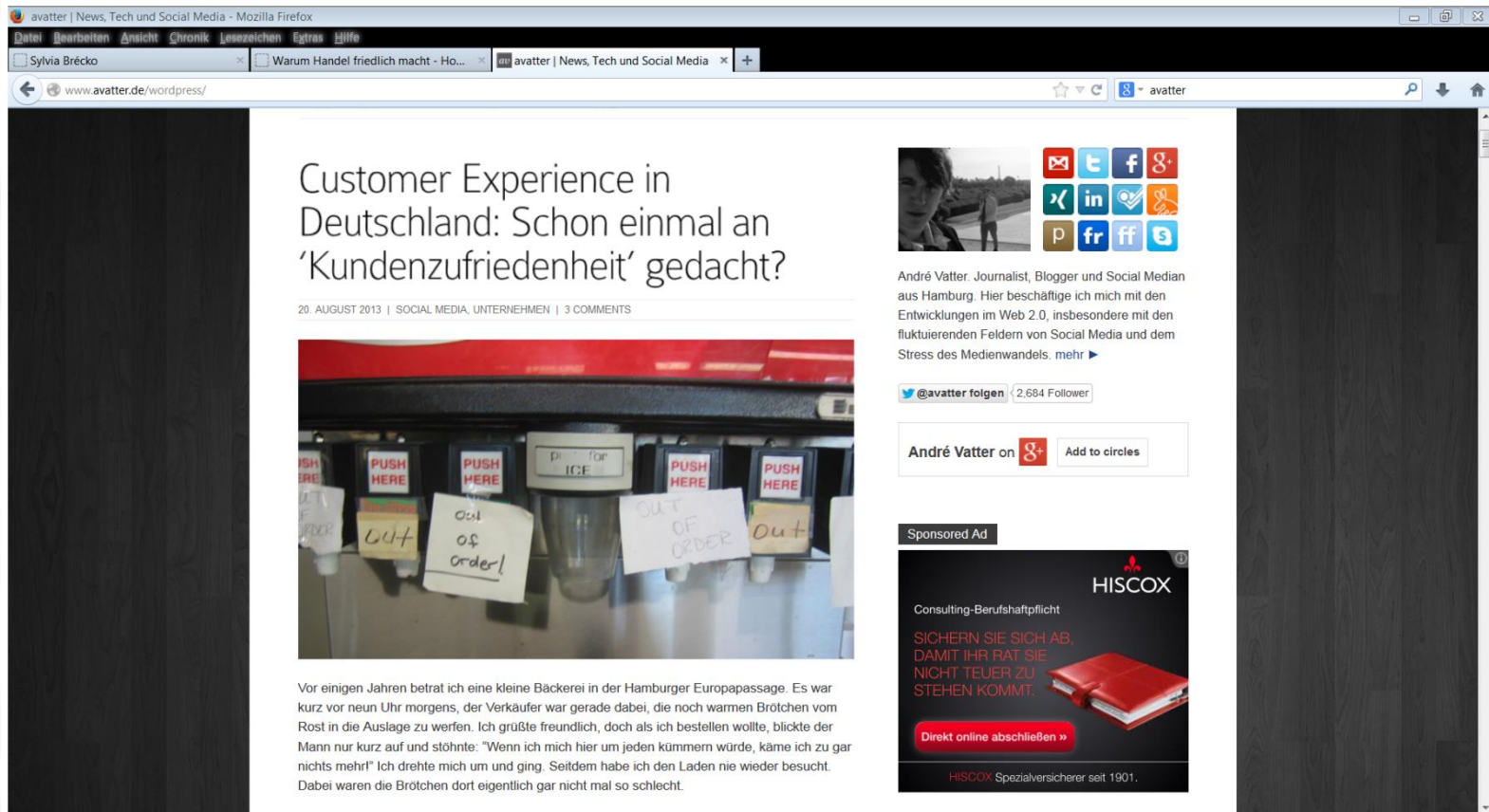
**Jeder Kontakt
zählt...!**

Bonner Unternehmertage 2013

Karin Glattes

Bonn, 8. Oktober 2013

Kürzlich im Blog...



avatter | News, Tech und Social Media - Mozilla Firefox

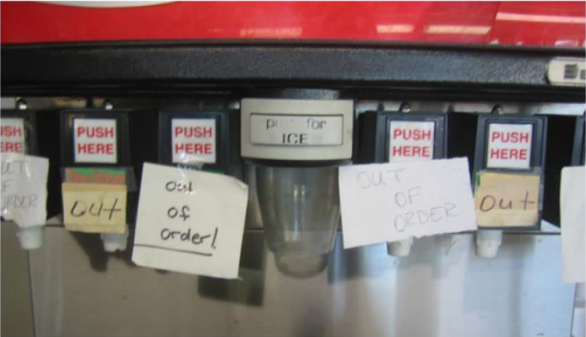
Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

Sylvia Brécko Warum Handel friedlich macht - Ho... avatter | News, Tech und Social Media


www.avatter.de/wordpress/ avatter

Customer Experience in Deutschland: Schon einmal an 'Kundenzufriedenheit' gedacht?

20. AUGUST 2013 | SOCIAL MEDIA, UNTERNEHMEN | 3 COMMENTS




Vor einigen Jahren betrat ich eine kleine Bäckerei in der Hamburger Europapassage. Es war kurz vor neun Uhr morgens, der Verkäufer war gerade dabei, die noch warmen Brötchen vom Rost in die Auslage zu werfen. Ich grüßte freundlich, doch als ich bestellen wollte, blickte der Mann nur kurz auf und stöhnte: "Wenn ich mich hier um jeden kümmern würde, käme ich zu gar nichts mehr!" Ich drehte mich um und ging. Seitdem habe ich den Laden nie wieder besucht. Dabei waren die Brötchen dort eigentlich gar nicht mal so schlecht.



André Vatter. Journalist, Blogger und Social Median aus Hamburg. Hier beschäftige ich mich mit den Entwicklungen im Web 2.0, insbesondere mit den fluktuierenden Feldern von Social Media und dem Stress des Medienwandels. mehr ▶

[@avatter folgen](#) 2,684 Follower

André Vatter on  Add to circles

Sponsored Ad

HISCOX

Consulting-Berufshaftpflicht

SICHERN SIE SICH AB,
DAMIT IHR RAT SIE
NICHT TEUER ZU
STEHEN KOMMT.

[Direkt online abschließen »](#)

HISCOX Spezialversicherer seit 1901.



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Kunden sind.... ?!

Kunden als Störfaktoren



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran



Die Lösung?



Zutritt nur für
nette,
anspruchslöse,
gutgelaunte, leicht
zu begeisternde,
zahlungswillige,
Kunden!



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Außen hui, innen?



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran



Kunden als Entscheider



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran





UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

sendet Botschaften

Was wird verschickt?
Wie wird gesprochen

Wofür stehen
Sie?

Unternehmen

Kunde

„Momente der Wahrheit“

Was wird erlebbar?





UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran





UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

KundenErlebnisManagement: Nur was für „Große“?

Wer von Ihnen...



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

... hätte gerne mehr Kunden?

... würde gerne mit bestehenden Kunden mehr Umsatz machen?

... würde gerne dafür sorgen, dass Menschen begeistert von Ihrem Unternehmen sprechen?

... und das alles mit Freude und Leichtigkeit?

Kein Kaufknopf aber...



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

... die Chance auf

- Kopfkino
- den richtigen ersten Eindruck
- und die konsequente Bestätigung dieses ersten Eindrucks!

Wer von Ihnen...



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

1. Wer genau ist Ihre Zielgruppe?
2. Was wissen Sie/Ihre Mitarbeiter über Ihre Kunden?
3. Kennen Sie die Alternativen Ihrer Kunden zu Ihrem Unternehmen?
4. Kennen Sie die Entscheidungsreise Ihrer Kunden?
5. Wieviele Touchpoints überlassen Sie dem Zufall? Kennen Sie alle?
6. Haben Sie ein Kundenerlebnis Konzept?
7. Wie gut ist Ihre „Kundenbegeisterungsideen-Schatztruhe“ gefüllt?
8. Nutzen Sie Ihre Kunden schon als Berater, Produktentwickler, ...?



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

**Einige Bausteine
zum
Reinschnuppern**

CEM Bausteine



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

1. Wofür stehen Sie?

brandeins

Wirtschaftsmagazin



Wofür stehst Du?



Schwerpunkt
Marken und Glaubwürdigkeit

Entscheidungshilfe: eUSP



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Was unterscheidet Sie wirklich?

Wie können Sie diesen Unterschied
sichtbar und erlebbar machen?

CEM Bausteine



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

1. Wofür stehen Sie?
2. Sind Ihre Botschaften stimmig?

Achtung: Störfaktoren



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran



CEM Bausteine



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

1. Wofür stehen Sie?
2. Sind Ihre Botschaften stimmig?
3. Was kaufen Ihre Kunden eigentlich?



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Kunden kaufen
keine
Dienstleistungen
oder Produkte. Sie
kaufen Zielbilder,
Nutzen, Visionen.



Kennen Sie Ihre Kunden?



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

1. Kaufmotiv: Gewinnstreben/Sparsamkeit
2. Kaufmotiv: Abenteuerlust/Risikobereitschaft
3. Kaufmotiv: Spiel- und Experimentiertrieb
4. Kaufmotiv: Bequemlichkeit
5. Kaufmotiv: Soziales Ansehen/Prestige
6. Kaufmotiv: Sicherheit
7. Kaufmotiv: Kontaktstreben
8. Kaufmotiv: Streben nach „guten Taten“
9. Kaufmotiv: Autonomie
10. Kaufmotiv: Selbstverwirklichung
11. Kaufmotiv: Genussstreben
12. Kaufmotiv: Heiterkeitsbedürfnis
13. Kaufmotiv: Wissensdurst

Quelle : [VerkaufsManagement aktuell](#)



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Kennen Sie die
Alternativen
aus
Kundensicht?



Nutzen, Merkmal oder Vorteil?



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Was macht Ihr Unternehmen möglich?

Was haben Ihre Kunden davon, bei Ihnen zu kaufen?

Was wird dadurch anders?

CEM Bausteine

1. Wofür stehen Sie?
2. Sind Ihre Botschaften stimmig?
3. Was kaufen Ihre Kunden eigentlich?
4. Kontaktpunkte kennen und gestalten



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

**Keinen Kontaktpunkt
dem Zufall überlassen**

Chance / Risiko



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Früher	Heute
Steuerbares Außenbild über professionelle Werbung	Transparenz und nötige Echtheit über Social Media

Kontaktpunkte kennen

Individualisierung der Zielgruppen

Menschen ticken unterschiedlich bei der Mediennutzung! Eine Unterteilung in 5 Zielgruppen zeigt schon völlig verschiedene Medienpräferenzen.

Digital Immigrant „Bewahrer“	Heavy User „Innovatoren“	Papier-Affin „Haptik-Verliebte“	Digital Native/ Bornmobiles „Generation Online“	Business User „Fokussierte“
				
				
				BÖCKER ZIEMEN

Kontaktpunkte immer wieder neu



Kontaktpunkte erweitern



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

e·plus⁺

... weitere Beispiele finden auf unserer Website unter „Erleben“!



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

**Momente der
Wahrheit**



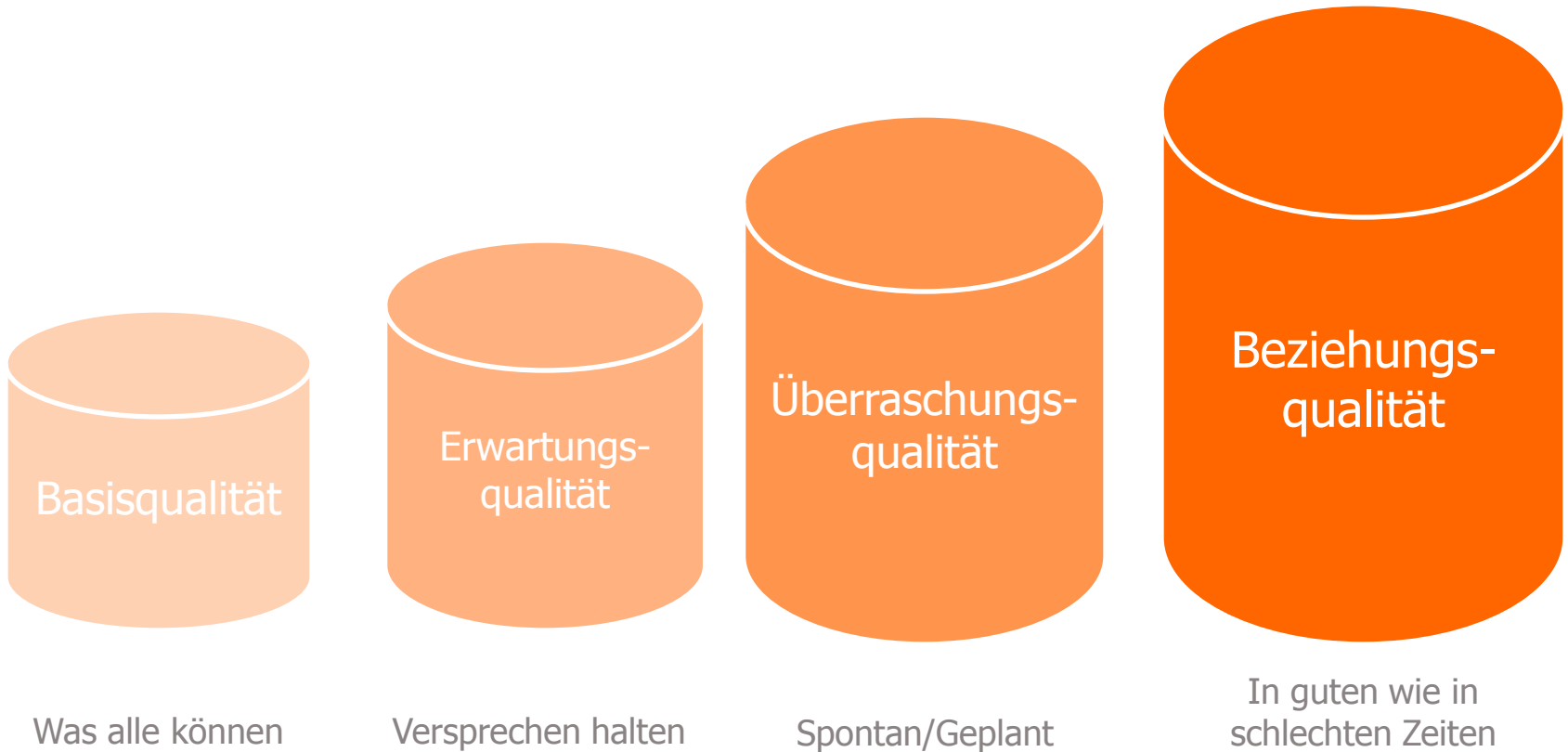
UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Was die
Werbung
verspricht,
will der
Kunde
erleben!

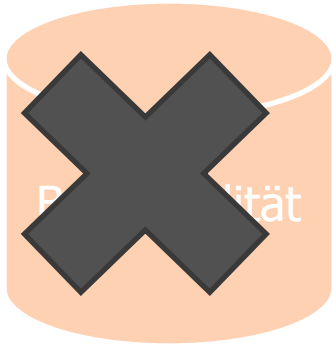


Wo sehen Sie sich?

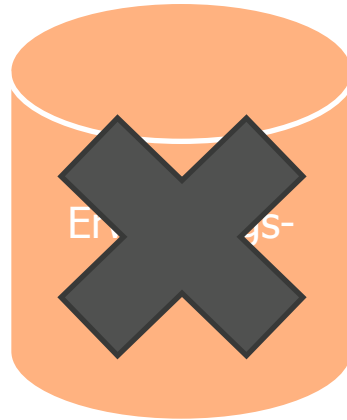


...und was sagen Ihre Kunden?

Wo sehen Sie sich?



Was alle können



Versprechen halten



Spontan/Geplant



In guten wie in
schlechten Zeiten

...und was sagen Ihre Kunden?



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

CEM Bausteine



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

1. Wofür stehen Sie?
2. Sind Ihre Botschaften stimmig?
3. Was kaufen Ihre Kunden eigentlich?
4. Kontaktpunkte kennen und gestalten
5. Erlebnisse mit allen Sinnen



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran





UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

APFEL



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

**Erlebnis schafft
Mehrwert.**

**Dh. Ihr Produkt ist
Ihren Kunden
mehr wert.**

Das ist Umsatz!

Die 5 Module des Erlebnisstufenprogramms



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran



Mitarbeiter verstehen die Kundenwelt und deren Anforderung und haben wieder Spaß am Kundenkontakt

Alle Kundenkontaktpunkte sind mit abwechslungsreichen Erlebnissen für Kunden stimmig zum eUSP gefüllt

Die Außenbotschaften (in Farbe/Bild und Sprache) des Unternehmens sind stimmig, fokussiert und emotional ansprechend.

Sie wissen wofür Ihr Unternehmen stehen soll und wie Sie sich dadurch von Mitbewerbern abheben

Echtheit, Emotion, Erlebnis - Ergebnis!



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Jetzt sind Sie dran



Mehr dazu?

Noch mehr inspirierende Kunden-Erlebnis-Ideen schicken wir Ihnen in Form einer kleinen Best Practice Sammlung gerne zu.

Einfach Visitenkarte hier lassen!



UNTERNEHMENKUNDE

Mit Abstand näher dran

Ich freue mich auf ein Wiedersehen!



UnternehmenKunde

Karin Glattes

Lindenallee 43

50968 Köln

0173 2707059

0221 340 916 71

k.glattes@unternehmen-kunde.de