

SCHAFFE EINE GUTE CUSTOMER EXPERIENCE – WARUM DAS KUNDENERLEBNIS SO WICHTIG IST

Veröffentlicht am 13. Juni 2019 von Lukas



Eine positive Customer Experience ist in Zeiten von stetigem Wettbewerb ein ausschlaggebender Punkt, um Interessenten in Kunden zu verwandeln. Die Customer Experience beschreibt das Erlebnis des Kunden mit Deinem Unternehmen. Wie Du die Customer Experience möglichst optimal gestaltest und welche Beispiele es für erfolgreiche Customer Experience gibt, das erfährst Du in unserem Blogartikel.



Wieso ist eine gute Customer Experience wichtig?

Eine gute **Customer Experience** ist in Zeiten von stetigem Wettbewerb ein ausschlaggebender Punkt, um Interessenten in Kunden zu verwandeln. Die Customer Experience beschreibt das Erlebnis des Kunden mit Deinem Unternehmen. Warum eine gute Customer Experience für Dich und Dein Unternehmen so wichtig ist, erfährst Du hier in unserem Blogartikel.

Ob analog oder digital: Egal an **welcher Stelle der Kunde mit** Deinem Unternehmen in Kontakt tritt, an diesem Punkt fängt die unverzichtbare Customer Experience bereits an.

Eine gute Customer Experience zu schaffen, ist für Dein Business heutzutage unerlässlich. Ist ein Kunde mit dem Erlebnis zufrieden, ist die Wahrscheinlichkeit sehr groß, dass der Kunde erneut mit Deinem Unternehmen in Kontakt tritt. Aber warum ist das für Dein Unternehmen so wichtig? Wir sagen es Dir!

INHALT

- [Was ist eine Customer Experience?](#)
- [Warum ist die Customer Experience so wichtig?](#)
- [Die richtige Customer Experience Strategie](#)
- [Die Customer Experience als Wettbewerbsvorteil nutzen](#)
- [Fazit](#)

WAS IST EINE CUSTOMER EXPERIENCE ?

Die Customer Experience ist die Erfahrung Deiner Kunden, die sie an allen Touchpoints mit Deinem Unternehmen machen. Vom Interesse am Produkt über den Kaufprozess, die Nutzung und den anschließenden Kundenservice. Auf Deiner Website, in Deinem Webshop oder auch offline kommen potenzielle Kunden schnell mit Deinem Unternehmen in Berührung. Ab diesem Punkt gilt es, eine gute Strategie parat zu haben, um dem Kunden eine ideale Customer Experience bieten zu können und von Deinem Unternehmen zu überzeugen. Im **Customer Experience Management** kommt es darauf an, auf die Emotionen und Wünsche des Users einzugehen. Vermittle Deinem Kunden zu jederzeit ein gutes Gefühl. Online kannst Du hier bereits sehr viel mit dem passenden **Content Marketing** erreichen. Personalisierte Textbausteine beispielsweise können der erste Schritt sein, den potenziellen Käufer von Dir und Deinem Produkt zu überzeugen. Mache Deine Marke oder Dein Unternehmen möglichst transparent für den Nutzer. Lass die potenziellen Kunden hinter die Kulissen blicken, kommuniziere mit ihnen und erfahre so, was den Menschen wichtig ist. So lernst Du Deine Zielgruppe besser kennen und kannst auf deren Bedürfnisse reagieren. Wenn Du weißt, was Deine Kunden wollen, kannst Du die Customer Experience Schritt für Schritt optimieren. **Die Customer Experience ist die Summe aller Erfahrungen, die der Kunde auf der Customer Journey macht.**

Die Customer Journey beschreibt den Weg, dem ein Kunde über die Touchpoints Deines Unternehmens folgt, bevor er eine Kaufentscheidung trifft oder die gesuchten Informationen erhalten hat.

WARUM IST DIE CUSTOMER EXPERIENCE SO WICHTIG?

Heutzutage findet man immer vielfältigere Angebote im Netz. Wichtig ist es daher, auf die **Emotionen und Wünsche** des Menschen einzugehen. Hebe Dich von der Masse ab und biete Deinen Kunden etwas Besonderes. Darüber hinaus solltest Du als Unternehmen neue Touchpoints erschließen, um den Kunden genau dort zu erreichen, wo er unterwegs ist – sowohl offline als auch online. Doch warum ist das so wichtig? Der Kunde möchte keine Produkte von der Stange. Stelle daher Deinen **USP** in den Vordergrund, sodass der User das Gefühl hat, dass Du in dieser Hinsicht einzigartig bist. Ein attraktives Alleinstellungsmerkmal hebt Dich von Deinen Wettbewerbern ab und hilft Dir dabei eine gute Customer Experience zu schaffen.

USP (Unique Selling Point) beschreibt ein Alleinstellungsmerkmal, welches Dein Unternehmen von allen anderen Wettbewerbern abhebt.

DIE RICHTIGE CUSTOMER EXPERIENCE STRATEGIE

Wie genau beschreitet der Kunde den Weg vom ersten Kauf- oder Suchgedanken bis hin zur Kaufentscheidung bzw. dem Suchergebnis und wie kannst Du ihm dabei behilflich sein? Dazu bedarf es einer gut durchdachten **Customer Experience Strategie**. Biete den potenziellen Kunden möglichst viele verschiedene und interessante Touchpoints, um mit Dir in Kontakt treten können. Seien es Kontaktmöglichkeiten wie Telefon, Mail und Live-Chat oder **Präsenz** im Web via Website, in den sozialen Netzwerken oder offline in Zeitschriften und Prospekten. Jeder Kontaktpunkt sollte attraktiv und intuitiv aufgebaut sein. Hürden im Bestellvorgang oder bei der Kontaktaufnahme sollten vereinfacht werden, denn der Ausgangspunkt der Customer Experience Strategie ist immer der Kunde selbst. Was will der Kunde eigentlich? Will der Kunde begeistert werden? Will der Kunde eine emotionale Beziehung zu Dir und Deinem Produkt aufbauen? Möchte der Kunde ein Produkt online kaufen und am liebsten sofort in der Hand halten?

In erster Linie geht es dem Kunden in der Regel darum, möglichst wenig Zeit aufzuwenden, um an sein Ziel zu gelangen - sei es ein bestimmtes Produkt zu finden oder eine Dienstleistung in Anspruch zu nehmen. Dazu solltest Du **deine Zielgruppe und deren Bedürfnisse kennen**. Außerdem musst Du verstehen, wo der Kunde mit Deinem Unternehmen in Kontakt kommt. Vom ersten Eindruck über den Kaufprozess bis hin zur Nutzung Deines Produkts oder Deiner Dienstleistung und des

anschließenden Kunden-Supports. Diese Schritte gilt es für Dich nachzuvollziehen und fortlaufend zu optimieren. Bei der Customer Experience zählt nicht nur der erste Eindruck. Auch jedes weitere Erlebnis ist für eine insgesamt gute Customer Experience wichtig.

DIE CUSTOMER EXPERIENCE ALS WETTBEWERBSVORTEIL NUTZEN

Eine gute Customer Experience kannst Du als Vorteil gegenüber Deiner Mitbewerber nutzen. Wenn Du es geschafft hast, ein ideales Kundenerlebnis zu schaffen, dann kennst Du auch die Bedürfnisse Deiner Kunden. Diese helfen Dir dabei, Trends auf dem Markt zu erkennen und diese für Dich zu nutzen. Dass das eine große Herausforderung darstellt, ist keine Frage. Aber wenn Du zur richtigen Zeit die Trends in Deinem Umfeld erkennst, kannst Du deine Online Marketing Strategien daran anpassen und Interessenten in Bestandskunden verwandeln. Biete Deinen Kunden hierfür den **bestmöglichen Support**.

BEISPIEL: CHATBOTS

Ein **Chatbot** hilft Dir bei der Kommunikation mit Deinen Kunden. Und das ganz automatisch. Anstatt den Kunden feste Zeiten bei der Telefon-Hotline oder bei E-Mail Verkehr vorzuschreiben, stelle ihnen einen digitalen Kommunikationshelfer zur Seite, der möglichst authentisch und natürlich wirkt. Er ist 24 Stunden am Tag für die User erreichbar und versorgt Deine Kundschaft schnell mit wichtigen Informationen. Und das auf einem kurzen Dienstweg. Der Kunde muss nicht lange auf eine Antwort per Mail warten oder hoffen, den richtigen Mitarbeiter ans Telefon zu bekommen. Du kannst den Chatbot auf Deiner Website integrieren oder in den sozialen Medien einsetzen.

Du willst mehr über Chatbots erfahren? Dann schau doch mal in unseren Blogbeitrag „[Sind Chatbots die Zukunft des Social Media Marketings?](#)“.

CUSTOMER EXPERIENCE – FAZIT

Das Käuferlebnis des Kunden wird in Zukunft immer mehr den Wettbewerb beeinflussen. Der Konsument möchte eine einfache sowie schnelle Lösung seines "Problems". Bei der Customer Experience ist es deshalb sehr wichtig, sich in die **Kundenperspektive** hineinzuversetzen. Was möchte der Kunde? Wie kannst Du dem Nutzer dabei behilflich sein, dass er bestmöglich an sein Ziel gelangt und mit dem Erlebnis mit Deinem Unternehmen zufrieden ist. Sei es mittels Online Marketing Strategien oder der Weiterentwicklung Deiner Touchpoints - an allen diesen Punkten

wirken wichtiger Faktoren für das **Kundenerlebnis**. Hat sich der Kunde schließlich zum Kauf entschieden, ist die Customer Experience noch nicht abgeschlossen. Den anschließenden Kundensupport solltest Du ebenfalls nicht außer Acht lassen. Er ist ein relevanter Punkt der Customer Experience.

Hast Du noch Fragen zum Kundenerlebnis? Dann melde Dich bei uns und wir besprechen, wie man die Customer Experience für Deine Kunden verbessern kann.

[Kontakt aufnehmen](#)