



## Wie Sie mit Customer Experience Management Kündigungsraten senken und Wachstum fördern!

Zunehmend wird in den Unternehmen das strategische Ziel ausgerufen, Customer Experience Management (CEM) in den Vordergrund zu stellen. Und das kommt nicht von ungefähr, denn viele Unternehmen kämpfen mit den Herausforderungen, hohes Beschwerdeaufkommen managen zu müssen oder hohe Kündiger- und Abbruchraten zu verargumentieren. Gerade bei hohen Bestandskundenzahlen ist die Kündigungsraten oder Inaktivitätsquote ein wichtiges Thema im CRM, denn mit dem Wissen, dass kündigunggefährdete, inaktive oder bereits gekündigte Kunden im Prinzip bereits verlorene Kunden sind, muss mit Kundenbindung viel früher angesetzt werden. Trotzdem stecken zu viele Unternehmen noch zu viele Ressourcen in Kündigungrückgewinnung, Aktivierung inaktiver Kunden oder Neukundengewinnung, mit der letztlich kaum Wachstum erzielt wird, angesichts der hohen Mengen inaktiver oder einmal-aktiver Kunden ohne emotionale Bindung. Letztlich äußert sich solche Entwicklung in den Zielen, Umsatz zu steigern bzw. Up- & Cross-Selling zu erhöhen. Und zunehmend werden auch Kundenzufriedenheit bzw. Kundenloyalität wichtige Kennzahlen im Unternehmen, die mit gezielten Maßnahmen erreicht werden müssen.

### Die typischen Fragestellungen der Entscheider sind:

- Ideen zur Kundenbindung und -begeisterung sind schnell generiert. Aber welche sind diejenigen Ideen, die wirklichen Kunden- und Business Mehrwert bringen?
- Wie verhindere ich das häufige Problem, dass mit meinen Maßnahmen zwar die Kundenzufriedenheit steigt, aber die Umsätze nicht?
- Was sind die richtigen Maßnahmen, die am meisten auf die Unternehmens- und CRM-Ziele einzahlen und die ich effektiv angehen kann?
- Wie setze ich diese am besten in der Praxis um und in welcher Priorität?

## Was genau bietet CINETELLIC an?

Zur Beantwortung der vorgenannten Fragestellungen bietet CINETELLIC eine **CEM-Roadmap** mit folgenden Inhalten an:

- Standardisiertes CEM-Vorgehen inkl. einer Customer Journey Analyse
- Mit Hilfe unserer Erfahrung unterstützen wir bei Auswahl der richtigen Maßnahmen, inkl. Priorisierung und anschließender Umsetzung
- Individuell strukturierte CEM-Roadmap, in der Handlungsempfehlungen und Projekte nach fachlicher Priorität eingeplant sind - unterteilt in Use Cases (Business Mehrwert) und Enabler (Investitionsbereiche)
- Abschlusspräsentation inklusive Management Summary und Entscheidungsvorlage.

## Was erhalten Sie im Detail?

CINETELLIC bietet im Rahmen des Marketing Automation Auswahlprozesses ein standardisiertes Best Practice Vorgehen zur Auswahl der am besten passenden Kampagnenmanagement-Lösung. Der Prozess besteht aus 3 Hauptphasen mit verschiedenen Arbeitspaketen.

PHASE 1: ANALYSE	
Projekt-Setup & Kick-Off	Customer Journey Analyse
PHASE 2: KONZEPTION ZIELBILD	
Erarbeitung Optimierungspotenziale	Ausarbeitung Use-Cases und Enabler
PHASE 3: ROADMAP	
Bewertung und Priorisierung	Erstellung Roadmap

### 1. Analyse Customer Journeys

Mittels einer Ist-Aufnahme der bestehenden Kunden- und Kommunikationsprozesse zwischen Ihnen und Ihren Kunden erstellen wir eine Customer Journey Analyse. Da es vielfältige Geschäftsprozesse im Unternehmen gibt, müssen auch vielfältige Customer Journeys analysiert werden. Nur so gewinnt man einen transparenten Blick auf die möglichen Interaktionspunkte und kann die Ursachen für hohe Kündigerraten, Inaktivität oder Kundenzufriedenheit erkennen. Dabei gilt es, nicht nur die kampagnenbezogenen Customer Journeys im Blick zu haben, sondern genauso die vom Kunden im Rahmen der Geschäftsbeziehung individuell genutzten Kontaktpunkte zu kennen. Unternehmen müssen also ganzheitlich auf den Kunden schauen, um das Kundenerlebnis an den relevanten Kontaktpunkten begeisternd zu gestalten. Dazu gehört auch die Analyse der Kundenerwartungen. Im Unternehmen vorhandenes Kundenfeedback wird ausgewertet, um bestimmte Erwartungen oder Erfahrungen der Kunden zu identifizieren. Dabei kristallisieren sich die sogenannten Moments of Truth heraus, also die für emotionale Bindung entscheidenden Interaktionen zwischen Kunde und Unternehmen.

Als Ergebnis erhalten Sie:

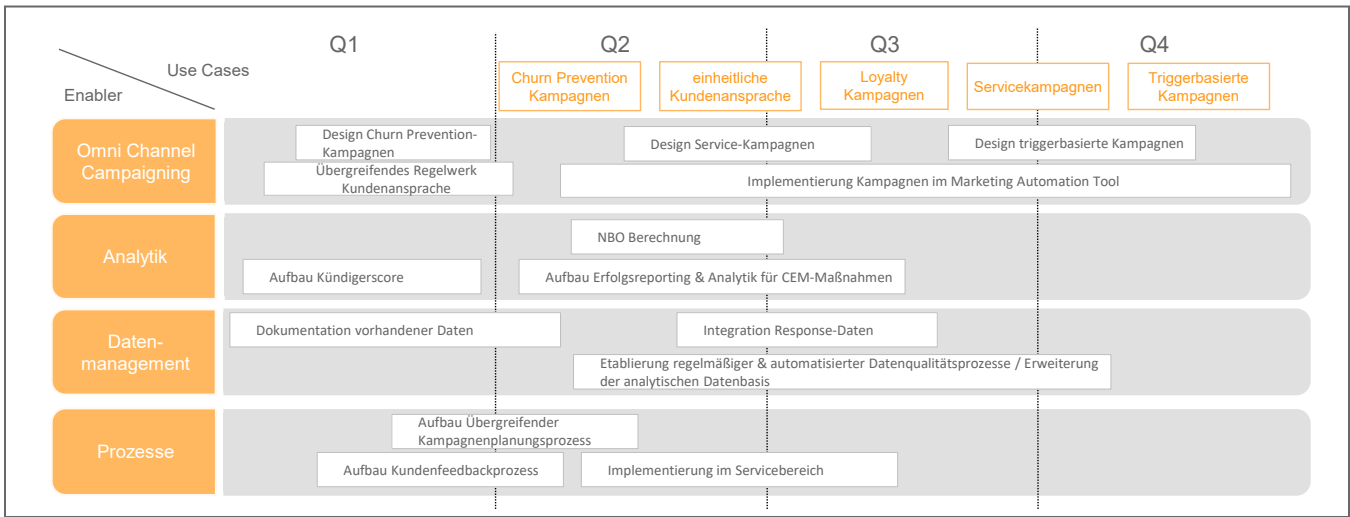
- Erfasste und beschriebene Customer Journeys, inklusive Bewertung nach Kundenzufriedenheit
- Abgeleitete Kundenerwartungen aus den Feedback-Quellen, inklusive der für das Kundenerlebnis entscheidenden Interaktionen (Moments of Truth)

### 2. Konzeption Zielbild für CEM

Anhand der in der Analysephase herausgearbeiteten Erkenntnisse lassen sich Optimierungspotenziale ableiten. Das heißt, kritische Prozesse, Kommunikationen oder Services werden identifiziert und Anpassungen erarbeitet. Dazu gehört beispielsweise auch die Optimierung der Strategie zur Kundenansprache – von produktbezogener Kommunikation hin zu bedürfnis- und anlassorientierter Kommunikation. Wir unterstützen dabei von der Ausarbeitung des Kontaktregelwerks bis hin zur Gestaltung konkreter, mehrwertstiftender Loyalty-Maßnahmen oder triggerbasierter Kampagnen. Und das ausschließlich aus Kundensicht, um die Erfahrung für den Kunden in dem jeweiligen Prozess zu verbessern. Ebenso kann im Zielbild ein Prozess für die Erhebung, Auswertung und Nutzung von Kundenfeedback gestaltet werden, damit Sie in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess kommen und nicht nur einmalige Erkenntnisse gewinnen.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- Umfassend beschriebene und bewertete Handlungsempfehlungen inkl. Quick Wins sowie deren Enabler zur Umsetzung
- Ausarbeitung konkreter CEM-Maßnahmen mit echter Mehrwert-Kommunikation für den Kunden



### 3. Erstellung Roadmap

Die identifizierten Maßnahmen werden schließlich nach Ressourcenaufwand und Business Mehrwert bewertet und priorisiert, um ein abschließendes CEM-Zielbild zu erstellen. Auf dieser Basis wird eine Umsetzungs-Roadmap erstellt, die sich abhängig der priorisierten Maßnahmen nach notwendigen Enablern und zeitlichem Horizont gliedert. So wissen Sie, mit welchem Use Case zuerst gestartet werden sollte, wie groß Aufwand und Nutzen sind und welche Fähigkeiten Sie aufbauen müssen, um mit dem Geschäftsprozess Ihre Kunden zu begeistern. Anhand der Projektdokumente sind Sie in der Lage, die erzielten Projektergebnisse intern zu vermarkten und Struktur in die anstehenden Umsetzungs-Use Cases zu bringen.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- Individuell strukturierte CEM-Roadmap, in der Handlungsempfehlungen und Projekte nach fachlicher Priorität eingeplant sind
- Abschlusspräsentation inklusive Management Summary und Entscheidungsvorlage

Durch unser standardisiertes Vorgehen können wir Ihnen helfen, in wenigen Wochen einen transparenten Blick auf die Hebel für Kundenbindung und -begeisterung zu erhalten. Der Zeitaufwand gestaltet sich abhängig von Umfang und Komplexität der Organisation bzw. der zu analysierenden Customer Journeys und der daraus resultierenden Menge an benötigten Workshops und Anzahl einzubeziehender Stakeholder. Trotzdem achtet CINETELLIC darauf, ressourcenschonend vorzugehen, damit Ihr Tagesgeschäft nicht behindert wird.

### Warum CINETELLIC?

CINETELLIC ist eine der führenden Unternehmensberatungen für die digitale Transformation von Kundenmanagement, CRM und CEM. Durch die Verbindung von Business, Daten und Technologien schafft CINETELLIC für Sie einen hohen Mehrwert, da wir unsere Projekte immer mit dem Fokus auf den Mehrwert in Ihrem Business durchführen.

#### Ihre Vorteile durch CINETELLIC im CEM-Projekt

- Über jahrelange Projekterfahrung bringt CINETELLIC Best Practices und Empfehlungen mit, durch die sich die richtigen, mehrwertbringenden CEM-Maßnahmen herausarbeiten lassen.
- Der externe Blick schützt vor einem „Weiter so – Vorgehen“
- Unser standardisiertes CEM-Projektvorgehen spart Projektlaufzeit und Ressourcen.
- Durch den Aufbau frühzeitiger CEM-Maßnahmen senken Sie die Kündigungsraten, steigern Cross-/ Up-Selling und letztlich Zufriedenheit und Weiterempfehlung.
- Sparen Sie damit Kosten im Rahmen von Churn Prevention/ Kündigungsprävention/ Kundenaktivierung ein.
- Mit Ihrer individuellen CEM-Roadmap wissen Sie genau, wo Ihre Gaps liegen und in welcher Reihenfolge Sie Ihre CEM-Aktivitäten angehen müssen und welche Abhängigkeiten bestehen.
- Sie erhalten maximale Transparenz über Ihre Customer Experience durch die datenbasierte Analyse von Kundeninformationen und Customer Journeys.
- Wir beraten Sie beim Aufbau einer (Gesamt-) Kundenansprache, mit der Sie Ihre Zielgruppen anlassbezogen und bedürfnisorientiert erreichen.
- Nach Erstellung der Roadmap unterstützen wir Sie bei Planung und Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen und Projekte.

## Ansprechpartner



**Ania Nowak**  
*Senior Sales Managerin*  
CINTELLIC Consulting Group  
ania.nowak@cintelllic.com



**Alexander Faber**  
*Portfoliomanager*  
CINTELLIC Consulting Group  
alexander.faber@cintelllic.com

Cintelllic im Social Web



**Cintelllic GmbH**  
Remigiusstraße 16  
53111 Bonn  
t +49 228 92 18 20  
info@cintelllic.com  
www.cintelllic.com

## Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

[www.cintelllic.com](http://www.cintelllic.com)

## #jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

