

Kontakt:

ECC Köln
Christina Bunnenberg
Leiterin Unternehmenskommunikation

T +49 (0) 221 94 36 07-92
E c.bunnenberg@ifhkoeln.de

www.ecckoeln.de

Customer Experience Management: Marketingverantwortliche sehen Nachholbedarf

Komplexe Customer Journeys erfordern ein professionalisiertes Kundenmanagement. Relevanz zentraler Steuerung nimmt aus Marketersicht zu, Performance wird aber unterdurchschnittlich bewertet. Neue Kurzstudie „Customer Experience Management: Hype oder tatsächlicher Mehrwert?“ von ECC Köln, Contentserv, Hippo und Osudio nimmt die Rolle des Customer Experience Managements in den Blick.

Köln, 16. August 2016 – Für Marketingverantwortliche wird die Steuerung von Kommunikationsmaßnahmen im Cross-Channel-Zeitalter zunehmend komplexer, denn Kampagnen müssen auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten werden und die für den jeweiligen Kunden relevanten Informationen enthalten. Hinzu kommt, dass die Kundenansprache kanalübergreifend konsistent sein muss, damit die Kunden beim Kanalwechsel nicht verloren gehen.

Welche Rolle dabei das Customer Experience Management heute schon in Unternehmen spielt, welche Technologien Marketingverantwortliche für relevant halten und wo Potenziale liegen, untersucht eine aktuelle Studie des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Contentserv, Hippo und Osudio, für die 117 Marketingverantwortliche befragt wurden. Das Ergebnis: Dem Customer Experience Management räumen rund 30 Prozent der Befragten schon heute hohe Priorität ein – die eigene Umsetzung im Unternehmen wird hingegen als unterdurchschnittlich bewertet.

„Die Customer Journey der Kunden wird immer komplexer und ein professionelles Management von Kundendaten und Touch Points immer relevanter. Die gezielte Kundenansprache entscheidet zunehmend über den Unternehmenserfolg. Unternehmen sollten dies bei ihren Investitionsentscheidungen beachten“, rät Stefanie Drechsel, Senior Projektmanagerin am ECC Köln.

Kundenzufriedenheit im Fokus

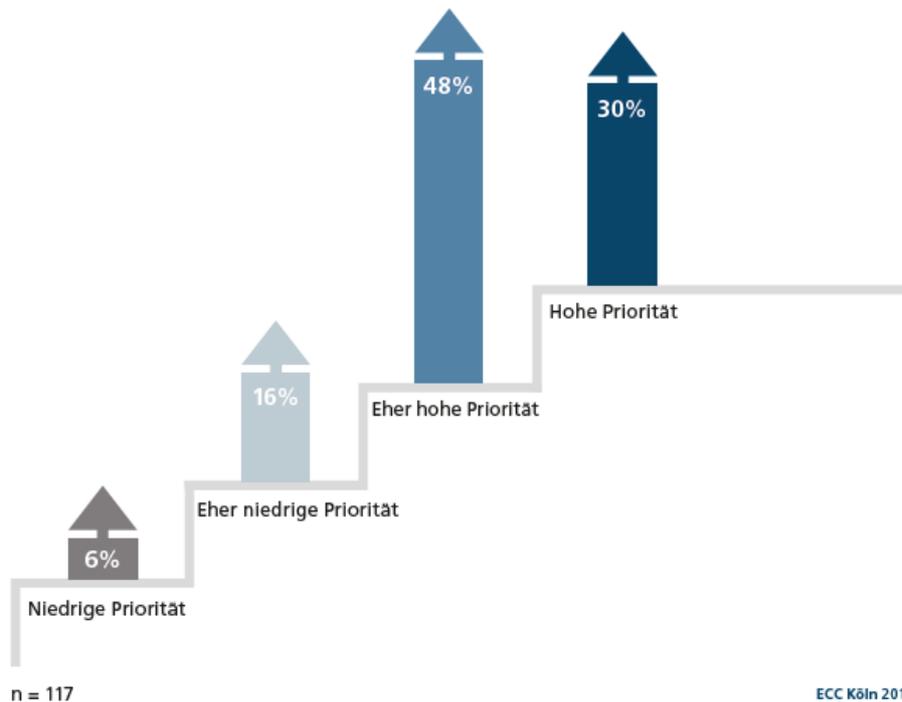
Antrieb für Investitionen im Bereich Customer-Experience-Technologien ist – wenig überraschend – vor allem die Erhöhung der Kundenzufriedenheit (61 %). Außerdem erhoffen sich die befragten Marketingverantwortlichen verbesserte Wettbewerbsfähigkeit und Zielgruppenansprache. Demgegenüber stehen naturgemäß die Kosten für Investitionen in neue Technologien, aber auch Bedenken hinsichtlich des Kundendatenschutzes auf der Contra-Seite.

Investitionen erwartet

Trotz finanzieller Barrieren sind sich die Befragten einig: Dem professionellen Management jeglichen Kundenkontakts wird hohe Priorität eingeräumt. Rund 62 Prozent der Marketingexperten sehen Customer Experience Management für die nächsten vier Jahre als besonders wichtig für das unternehmenseigene Marketing an.

„Durch den digitalen Wandel in der Kommunikation haben sich die Anforderungen im Marketing spürbar verändert. Kunden erwarten heute proaktiv relevante Informationen zur richtigen Zeit. Das schaffen aktuell die wenigsten Unternehmen. Um hier einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu haben, müssen Unternehmen handeln und die Weichen für die nachhaltige Customer Experience stellen. Unsere aktuelle Studie bestätigt dies“, so Alexander Garkisch, Leiter strategisches Marketing bei Contentserv.

Abb. 2: Stellenwert des Customer Experience Managements



Wörter der Meldung: 366

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.081

Über die Kurzstudie

Für die Kurzstudie „Customer Experience Management: Hype oder tatsächlicher Mehrwert“ wurden im Mai 2016 mehr als 100 Marketingverantwortliche aus Unternehmen zum Thema professionelles Kundendatenmanagement befragt. Im Zentrum der Kurzstudie stehen u. a. folgende Aspekte:

- Customer Experience Management: Status quo
- Technologieeinsatz: Benefits und Hürden
- Eingesetzte Tools: Womit arbeiten Marketingverantwortliche heute und morgen?

Die Kurzstudie kann kostenfrei unter folgendem Link auf den Websites der Studienpartner heruntergeladen werden:

Contentserv <https://www.contentserv.com/customer-experience-studie/>

Hippo http://go.onehippo.com/customer_experience_dach_survey

Osudio <https://www.osudio.com/de/blog/postings/%EF%BF%BCwhitepaper-customer-experience-management-hype-oder-tatsa%CC%88chlicher-mehrwert>

ECC Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie – rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt.

Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen. www.ecckoeln.de

Über CONTENTSERV

Als Technologieführer im Bereich Product Information Management und Digital Asset Management erleichtert die ganzheitliche Marketing Software Lösung von CONTENTSERV täglich tausenden Anwendern das Arbeiten im Marketing: Sämtliche Marketingprozesse werden gestrafft und so enorme Kosten- und Zeiteinsparungen erzielt. Für eine schnelle und konsistente Kommunikation in alle Kanäle – Online wie Offline. Focus und Statista haben das Unternehmen zum Wachstumschampion 2016 gewählt und das LNC Market Performance Wheel bewertet Contentserv als hervorragende Lösung. Der Software-Anbieter ist seit über 15 Jahren am Markt aktiv und schöpft aus dem Erfahrungsschatz vieler hunderter Projekte.

Über Hippo

Hippo hat es sich zum Ziel gesetzt, die digitalen Erfahrungen eines jeden Besuchers persönlicher zu machen. Wir definieren den Begriff CMS neu, indem wir die weltweit fortschrittlichste Content Performance Plattform entwickeln. Diese soll Unternehmen helfen, Ihre Kunden – egal ob bekannt oder anonym – besser zu verstehen und diesen je nach Kontext oder Endgerät den perfekten Inhalt zu liefern. Mit Hippo haben Sie einen kontinuierlichen Einblick in das Engagement des Publikums mit dem Inhalt, verdeutlicht durch konkrete Metriken, die Ihre Unternehmensziele unterstützen. Hippo schafft ein tieferes Verständnis für bestehende Personas und hilft dabei, neue zu kreieren, so dass Sie jede Customer Journey optimieren können.

Über Osudio

Osudio ist einer der größten europäischen E-Business Spezialisten. Seit 20 Jahren im E-Business zu Hause, wissen wir was funktioniert, was nicht und was Wachstum in diesem Geschäftsbereich wirklich fördert. Viele unserer Kunden gehören zu den Marktführern ihrer Branche und wir tragen unseren Teil dazu bei, dass das auch so bleibt. Osudio unterstützt Sie, Ihre B2B- und B2C-Kunden im Rahmen eines nahtlosen Käuferlebnisses über alle Vertriebskanäle hinweg zu erreichen. Durch unser Know-how im Produktinformationsmanagement (PIM) gestalten wir die richtigen Grundlagen für eine Omni-Channel Präsenz, die auch Print mit einschließt. So entsteht eine E-Commerce Lösung, die das optimale Markenerlebnis schafft und dadurch Umsatzsteigerungen ermöglicht.