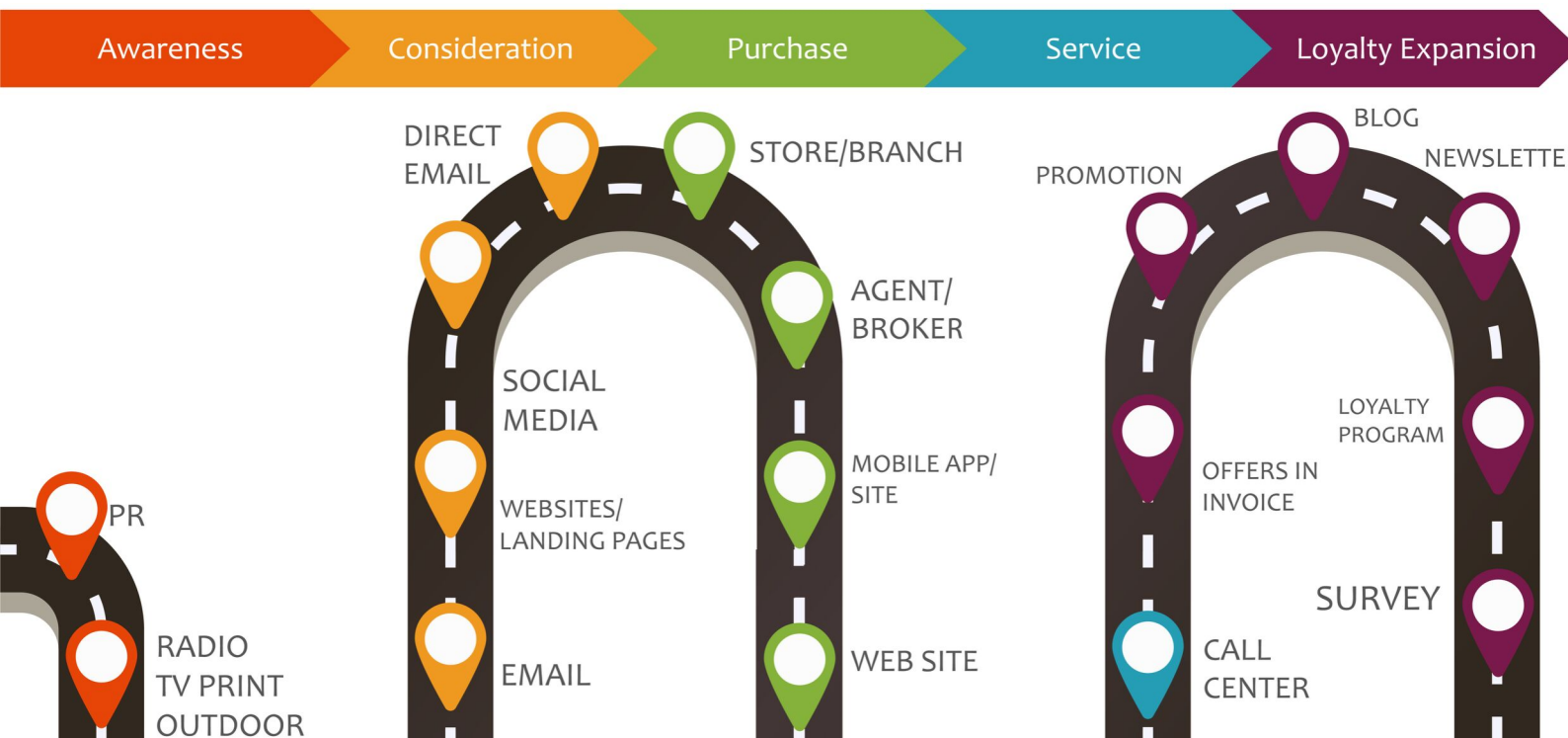


WIE MAN MIT CUSTOMER JOURNEYS IN NUR 2 TAGEN DIE ONLINE UND OFFLINE KOMMUNIKATION OPTIMIERT



MIT CUSTOMER EXPERIENCE DIE KOMMUNIKATION MIT DEM KUNDEN GESTALTEN.

Der CX-Workshop zeigt, wie es geht.

Sie planen die Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe in den Online- und Offline-Kanälen und über alle relevanten Touchpoints hinweg so zu gestalten, dass nicht nur eine höhere Kundenbindung entsteht, sondern auch die Kaufabschlüsse verbessert werden können?

Wir haben die passende Lösung für Sie:

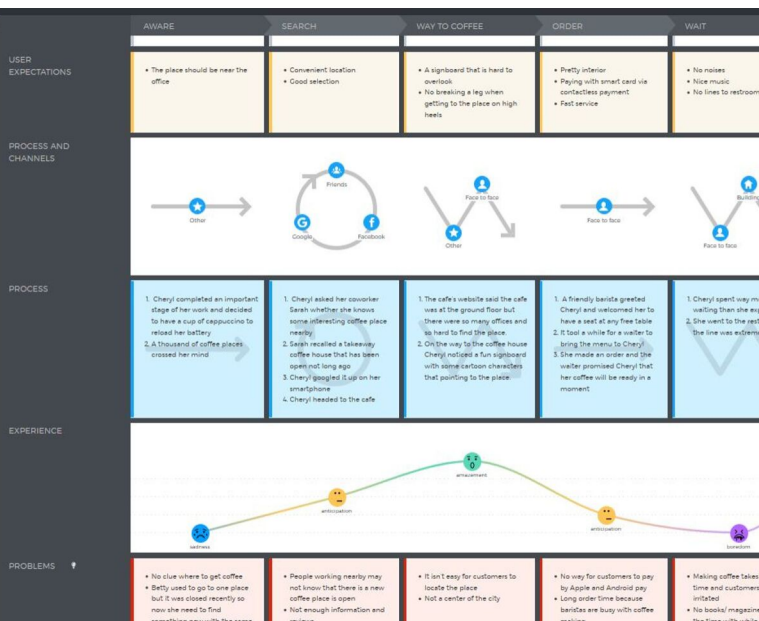
Customer Journeys sind der Schlüssel für die Konzeption der Kommunikation mit Ihren Kunden und Wunschkunden, um erfolgreiche Kampagnen und zielgerichtetes Content Marketing zu entwickeln und dabei die Performance der für die Zielgruppen entscheidenden Kommunikations-Kanäle und -Touchpoints zu optimieren.

CX WORKSHOP

Jetzt informieren und buchen!

info@staerkundstaerk.de

www.staerkundstaerk.de



"Optimieren Sie Ihre Online Kanäle wie Website, Landingpages und E-Shops mit der Customer Journey."

CUSTOMER JOURNEYS - DIE REISE DES KUNDEN VERSTEHEN UND ERFOLGREICH NUTZEN:

Wer die Customer Journey versteht, kann passende Angebote machen.

Customer Experience ist eine Business Strategie, die das Business aus der Sicht des Kunden fokussiert und neu definiert. Laut einer Studie von Forrester* zählt sich das langfristige Investment in CX für Unternehmen aus: „Experience Driven Businesses“ (EDBs) erzielen nach den Ergebnissen der Studie messbar überdurchschnittliche Leistungswerte in Bezug auf das Unternehmenswachstum, die Kundenbindung und Kundengewinnung, wie aber auch im Bereich der Mitarbeiterzufriedenheit.

Die Customer Journey bildet dabei die komplette Reihe von Erfahrungen ab, die Kunden während ihres Lebenszyklus machen und umfaßt alle ihre Interaktionen mit Ihrer Marke und Ihrem Unternehmen. Es ist wichtig, jede Phase der Kundenreise zu verstehen, damit Sie beurteilen können, ob Sie den richtigen Kanal, die richtige Botschaft und den richtigen Inhalt für jede Phase bereitstellen. Es geht bei der Durchführung einer Customer Journey mehr um die Leistung einer ganzen Kundenreise, als um die Verbesserung der Leistung einzelner Touchpoints.

* Marktforschungsstudie von Forrester,

Februar 2018 - Adobe beauftragte Forrester Consulting mit der Bewertung der Auswirkungen von Investitionen in Kundenzufriedenheit über den gesamten Kundenlebenszyklus. Basis: Online-Umfrage mit 1.269 Führungskräften aus den Bereichen Marketing, Werbung, CX, Digital und Analytik in globalen Unternehmen B2C, B2B in acht Branchen und neun Ländern.



WARUM EIN CX-WORKSHOP?

Kommunikations-Kanäle und Super-Touchpoints gestalten

Mit Customer Journeys kann Ihr Unternehmen seine gesamte Online- und Offline-Kommunikation so gestalten, dass der Kunde an jedem seiner präferierten Touchpoints die Botschaften und Inhalte erhält, die ihn dazu animieren, in die nächste Phase einer Interaktion bis hin zum Kaufabschluß zu treten.

Teilnehmer an diesem CX Workshop lernen, wie man mit einer definierten Customer Journey die Kommunikations-Kanäle und digitalen Super-Touchpoints so gestaltet, dass die Erwartungen der Kunden übertroffen werden können. Die Teilnehmer erhalten in dem Workshop ein CX-Toolset, um danach auch selbst CX-Journeys für die Gestaltung der Online- und Offline-Prozesse einsetzen zu können.

Customer Journeys sind hervorragend für die Konzeption und das Design von Online Channels, wie Websites und E-Shops, geeignet und darüber hinaus ein wichtiges Instrument, Kampagnen und das Content Marketing so zu konzipieren, dass die Performance an einzelnen Touchpoints verbessert und höhere Conversion Rates erzielt werden können.

WAS NEHMEN SIE ALS ERGEBNIS AUS DEM CX-WORKSHOP MIT?

- Ihre Mitarbeiter erhalten ein Toolset an die Hand für die Entwicklung von Customer Journeys.
- Bereits nach 2 Tagen gelingt es Ihrem Team, kritische Online- und Offline-Touchpoints einer strategisch bedeutenden Customer Journey ihrer Zielkunden zu identifizieren und Maßnahmen für die Optimierung zu entwickeln.
- Ihre Mitarbeiter lernen, wie Sie Customer Journeys einsetzen können, um organisationsinterne Übergabepunkte an kritischen Touchpoints zu ermöglichen, sowie Kampagnen zu entwickeln, die mit Ihren Kommunikations-Kanälen effektiv verzahnt sind.



WIE FUNKTIONIERT EIN CX-JOURNEY WORKSHOP?

1-2 Wochen vor dem Customer Journey Workshop:

**Bestimmung des Reiseziels eines definierten Kunden, der
Online-/Offline-Touchpoints und zur Verfügung stehender
Performance-Daten**

Tag 1

Einführung in Customer Experience Management

Was ist CX und welche Bedeutung hat CX für die Wettbewerbsfähigkeit von B2B und B2C Unternehmen?

Die "CX-ToolBox": Grundlagen & CX Werkzeuge

- Definition von Kundensegmenten und Zielgruppen
- Steckbriefe von Personas
- CX-Lifecycles, Kanäle und Touchpoints
- Pain-Points und Moments of Truth
- Wie man CX Journeys und Touchpoint Maps entwickelt
- Messung und Einbindung von Actionable Insights (Performance Daten, ERP, CRM, PMI, Analytics, etc.)
- Meßbarkeiten von Touchpoints und Entwicklung von KPIs
- Wie man verwertbare Erkenntnisse aus der CX Journey sammelt und die Performance kritischer Touchpoints verbessert

Praxisteil:

- Entwicklung des Steckbriefs einer Persona
- Definition einer Sub-Journey in Ihrem Unternehmen
- Analyse der Kommunikations-Kanäle und Touchpoints der Beispiel-Journey
- Workshop CX Sub-Journey in der Praxis

Tag 2

CX-Journey Workshop

Praxis:

- Wir schicken eine Persona auf eine definierte CX-Journey im Unternehmen (WS Arbeitsgruppen)
- Fiktive Customer Journey unter Berücksichtigung von Actionable Insights
- Präsentation der CX-Journeys und Ergebnisse

Verwertung der Ergebnisse:

- Bewertung kritischer Touchpoints, Performances und Pain-Points
- Ableitung von Handlungsmaßnahmen zur Verbesserung der Performance an Super-Touchpoints (MoT)
- Erstellung von Meßkriterien und KPIs
- Design des CX-Dashboards

WAS PASSIERT NACH DEM CUSTOMER JOURNEY WORKSHOP?



Wir begleiten Sie bei der weiteren Entwicklung Ihrer Online- und Offline-Kanäle und Touchpoints

- Die Ergebnisse des CX-Workshops lassen sich effizient für die Konzeption, Gestaltung und Weiterentwicklung der Channel (wie z.B. Website, Landingpages, E-Shop) verwenden.
- Ihre Online-Projekte und Marketing Kampagnen erhalten eine klare Zielrichtung und können effektiver konzipiert werden.
- Erste Erfahrung im Umgang von Customer Journeys und Touchpoint-Analysen bilden zumeist die Grundlage für eine konsequent an Customer Experience Management orientierte Gestaltung der Kundenprozesse. Wer die Customer Journey versteht, kann passende Angebote machen. Wir begleiten Sie auf Wunsch auch auf dem weiteren Weg, den aktuellen Stand der „Customer Experience Maturity“ Ihres Unternehmens zu ermitteln und mit Ihnen Maßnahmen für eine kundenzentrische und kundengewinnende Organisation zu entwickeln.

CX WORKSHOP

Sie möchten gern mehr Informationen zum CX-Workshop?

Bei Fragen zu unserem Angebot stehen wir Ihnen unter der Telefonnummer +49 4107-907457 und per E-Mail unter info@staerkundstaerk.de jederzeit gern zur Verfügung.

LASSEN SIE SICH BEIM MANAGEMENT IHRER KUNDENBEZIEHUNG VON STAERK&STAERK BEGLEITEN:

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT - CONTENT MARKETING -
MARKETING & SALES ALIGNMENT

staerk&staerk ist Experte für das Kundenbeziehungsmanagement und ist auf Customer
Experience Management und das Content Marketing spezialisiert.

© staerk&staerk customer experience management

Alle Rechte vorbehalten

Henning Staerk

Schwarzer Weg 52, 22955 Hoisdorf - Germany

Phone: +49 4107 907457

Email: [info\(at\)staerkundstaerk.de](mailto:info(at)staerkundstaerk.de)

www.staerkundstaerk.de