
Inhaltsverzeichnis

1	Warum Sie sich mit diesem Ansatz <i>nicht</i> auseinandersetzen sollten – ein liebevoller „provokativer“ Exkurs	1
2	CX in Deutschland – Stimmen aus Presse, von Verbänden und Experten	5
	Literatur	8
3	Ergebnis durch Erlebnis	9
	Literatur	10
4	Fluch und Segen von Tipps – Empfehlungen zum richtigen Umgang mit den 111 praxisorientierte Tipps für eine erfolgreiche CX-Implementierung in Ihrem Unternehmen	11
5	CX-Basisarbeit: Verständnis bis Strategie	15
	Tipp 1: Sprechen Sie früh darüber, was CX ist oder nicht (!) ist!	15
	Tipp 2: Vergessen Sie Ihre – vielleicht sogar berechtigten – Vorurteile gegenüber englischen Begriffswelten!	17
	Tipp 3: Ausschlusskriterium und Schlüsselfunktion: Die Geschäftsführung!	18
	Tipp 4: Jeder kann CX – CX ist für jede Unternehmensgröße „richtig“!	19
	Tipp 5: Verbinden Sie von Anfang an CX mit Finanzen!	22
	Tipp 6: Kein Start ohne Budget!	23
	Tipp 7: Stellen Sie sich und Ihr Unternehmen auf die Probe!	24
	Tipp 8: B2C ist nicht gleich B2B!	27
	Tipp 9: Nehmen Sie typische Hindernisse ernst und lernen Sie daraus!	29
	Tipp 10: Sorgen Sie für Klarheit, warum Kunden bei Ihnen kaufen sollen!	31
	Tipp 11: Geben Sie dem Kind einen Namen!	32
	Tipp 12: Machen Sie das Erlebnis selbst zum finanziellen Mehrwert Ihres Produktes!	33

Tipp 13: Den CX-Projektleiter gibt es nicht, die richtigen Teammitglieder auch nicht!	34
Tipp 14: Starten Sie zum richtigen Zeitpunkt!	36
Tipp 15: Leuchtturmprojekte und Pilote sind tolle Startpunkte – und deutlich besser als gar nicht zu starten!	36
Tipp 16: Prüfen Sie beide Seiten der Medaille auf Stimmigkeit – Kultur und Marke!	38
Tipp 17: Beginnen Sie mit dem „Warum“ und hören Sie nie mehr damit auf!	39
Tipp 18: Werden Sie zum „Geschichtenerzähler“!	40
Tipp 19: Räumen Sie proaktiv mit den populärsten Irrtümern auf!	42
Tipp 20: Definieren Sie Ihr Herzstück – sorgen Sie für eine solide Basis!	45
Tipp 21: Nutzen Sie die „Dilts-Pyramide“ als Orientierungshilfe!	46
Tipp 22: Kümmern Sie sich dringend um Ihre Vision!	48
Tipp 23: Erarbeiten Sie Ihre differenzierenden Kernwerte in einem Werteworkshop!	50
Tipp 24: Führen Sie die nötigen Diskussionen um Prioritäten!	54
Tipp 25: Greifen Sie zu Schere und Papier!	55
Tipp 26: Lassen Sie Bilder sprechen und bleiben Sie in visueller Erinnerung!	57
Tipp 27: Machen Sie aus Führungsprinzipien CX-Prinzipien!	59
Literatur	60
6 Analyse: Methoden, Messbarkeiten und die Stimmen vorher und nachher	61
Tipp 28: Entscheiden Sie sich für „Ihr“ Modell – das (!) richtige gibt es nicht!	61
Tipp 29: Bringen Sie mehr als nur Struktur in Ihre ersten Schritte – mit der Customer Journey!	66
Tipp 30: Feinarbeit ist gefragt!	70
Tipp 31: Machen Sie etwas aus Ihren „Noch-nicht-Touchpoints“!	72
Tipp 32: Erarbeiten Sie aussagekräftige Personas!	73
Tipp 33: Sorgen Sie für Messbarkeit und die richtigen Messgrößen!	75
Tipp 34: Stellen Sie die richtigen Fragen!	77
Tipp 35: Nutzen Sie Vorhandenes!	81
Tipp 36: Hören Sie auf die Stimmen der Mitarbeiter vor dem CX-Start!	85
Tipp 37: Fangen Sie bei den Kundenbedürfnissen an!	86
Tipp 38: Etablieren Sie kontinuierliche Blitzbefragungen!	89
Tipp 39: Kennen Sie die Erwartung Ihrer Kunden?	89
Tipp 40: Sprechen Sie mit Menschen, statt Datenberge zu wälzen!	91
Tipp 41: Sprechen Sie auch mit Nichtkunden!	93

Tipp 42: Messen Sie Verhalten statt Daten und sprechen Sie auch über Verhalten statt Daten!	93
Tipp 43: Denken Sie an Quick Wins!	94
Tipp 44: Überzeugen Sie durch Handeln, nicht durch Schlagworte!	95
Tipp 45: Setzen Sie CX als Fixpunkt auf die Agenden aller regelmäßigen Besprechungen!	96
Tipp 46: Tun Sie's einfach!	96
Tipp 47: Schaffen Sie sich ein CX-Cockpit – Fallbeispiel Vattenfall	98
Gastbeitrag: Exkurs: Marktforschung goes CX	102
Literatur	105
7 Von Kick-off bis Kultur: Überzeugen, begeistern, die richtigen Menschen einbinden	107
Tipp 48: Schaffen Sie die Basis und arbeiten Sie an einer CX-Kultur!	107
Tipp 49: Binden Sie alle Mitarbeiter ein – von Anfang an!	113
Tipp 50: Vergessen Sie klassische Kommunikation und klassisches Lernen: Lassen Sie Erlebnisse wirken!	116
Tipp 51: Manchmal hilft ein Kopfstand!	119
Tipp 52: Geistige Brandstiftung: So machen Sie Lust auf „mehr“!	120
Tipp 53: Nutzen Sie Videos als Quelle für Emotion und Inspiration!	121
Tipp 54: Nutzen Sie Humor als Transportmittel!	122
Tipp 55: Machen Sie Werte erlebbar, statt Leitbilder aufzuhängen!	122
Tipp 56: Bündeln Sie Ihr komplettes „Change-Management-Wissen“ – Sie werden es brauchen!	124
Tipp 57: Kümmern Sie sich ruhig auch um die „Hardware“!	125
Tipp 58: Wie wäre es mit einem CX-Raum?	127
Tipp 59: Denken Sie über Gewohnheiten und Rituale nach – und wie Sie diese verändern können!	131
Tipp 60: Nutzen Sie einfache Instrumente für den Umgang mit Dauernörglern!	133
Tipp 61: Überraschen Sie Ihre Mitarbeiter!	135
Tipp 62: „Family & Friends“: Machen Sie Markenbotschafter aus Ihren Mitarbeitern!	136
Tipp 63: Suchen Sie Ihre „vernetztesten“ und kreativsten Mitarbeiter und geben Sie ihnen Freiheiten, Zeit und Raum!	137
Tipp 64: Lassen Sie die Mitarbeiter selber Lösungen suchen und finden!	139
Tipp 65: Trainieren Sie Mitarbeiter – auch mal in Eigenregie!	140
Tipp 66: Implementieren Sie das „Bright-Spot-Denken“!	141
Tipp 67: Inspiration, Mut und Querdenken sind erwünscht!	142
Tipp 68: Holen Sie interne Konflikte an die Oberfläche und kümmern Sie sich darum!	143
Tipp 69: Machen Sie's auch Ihren Mitarbeitern einfach!	145

Tipp 70: Sorgen Sie früh für Feedback – intern wie extern!	146
Tipp 71: Mein wunderbarer Arbeitsplatz – Schaffen Sie ihn!	148
Tipp 72: Unterstützen Sie Ihre Führungskräfte!	149
Tipp 73: Machen Sie CX zum Teil Ihres Führungsinstrumentariums!	150
Tipp 74: Sorgen Sie für Konsequenzen!	152
Tipp 75: Haben Sie die richtigen Mitarbeiter? Lassen Sie die richtigen gehen!	153
Tipp 76: Feiern Sie!	155
Gastbeitrag: Andere Workshopformate – Wie Sie Ideen und Kreativität zum Sprudeln bringen und Mitarbeiter zu Mitarbeitern machen	155
Literatur	167

8 Von Kundenversprechen zu Wow-Erlebnissen: Maßnahmen

und Tools für die Umsetzungsphase	169
Tipp 77: Sammeln Sie Best-Practice-Ideen und machen Sie was draus!	171
Tipp 78: Sammeln Sie Beispiele aus dem eigenen Erleben als Kunde!	172
Tipp 79: Installieren Sie die Idee und den Flop des Monats!	172
Tipp 80: Klären Sie, wer Ihre Kunden sind!	173
Tipp 81: Analysieren Sie die „wahren“ Alternativen Ihrer Kunden!	174
Tipp 82: Lieben Sie Ihre Kunden? Dann lassen Sie die richtigen Mitarbeiter an den relevanten Touchpoints arbeiten!	175
Tipp 83: Nehmen Sie's persönlich!	176
Tipp 84: Sourcen Sie nie Ihr Herzstück aus!	178
Tipp 85: Es geht nichts über Feedback!	179
Tipp 86: Ermutigen Sie Kunden dazu, sich zu beschweren!	180
Tipp 87: Nutzen Sie Beschwerden als CX-Schatzkiste!	181
Tipp 88: Behalten Sie die Service-Evergreens im Blick!	183
Tipp 89: Heben Sie das Anspruchsdenken – von „selbstverständlich“ zum WOW!	185
Tipp 90: Nutzen Sie die CX-Prinzipien wie eine Checkliste!	186
Tipp 91: Machen Sie es Ihren Kunden leicht! Machen Sie es Ihren Kunden leicht?	187
Tipp 92: Brechen Sie Muster!	189
Tipp 93: Es darf auch „Win-Win“ sein!	190
Tipp 94: Nutzen Sie Kooperationen!	191
Tipp 95: Machen Sie CX, seine Botschaften und Erfolge sichtbar!	192
Tipp 96: CX geht auch online!	196
Tipp 97: Nutzen Sie die Chancen von Social Media als Erlebnistreiber!	197
Tipp 98: Digital funktioniert nur, wenn die Mischung stimmt!	203
Gastbeitrag: Sorgen Sie für Texte, die's bringen!	207
Literatur	212

9 Kulturwandel statt Aktionismus: So entstehen langfristig	
Begeisterung und Wow!	215
Tipp 99: Loben, loben, loben!	215
Tipp 100: Besser geht immer!	217
Tipp 101: Ermöglichen Sie Spontaneität!	217
Tipp 102: Lernen Sie von den Besten, die auch immer besser werden!	219
Tipp 103: Nutzen Sie Trends!	220
Tipp 104: Tauschen Sie sich mit ganz anderen Branchen aus!	222
Tipp 105: Sorgen Sie nicht nur für ein stimmiges Kundenerlebnis – zeigen Sie es auch anderen Kunden!	222
Tipp 106: Nutzen Sie Ihre Fans!	224
Tipp 107: Erweitern Sie Ihren CX-Radius: Auch Bewerber sind Kunden!	225
Tipp 108: Beschäftigen Sie sich mit Neurowissenschaften!	228
Tipp 109: Nutzen Sie aufmerksamkeitsstarke Auszeichnungen und Awards! ...	229
Tipp 110: Alle Jahre wieder – und dazwischen regelmäßig!	230
Tipp 111: Nehmen Sie sich ein bis zwei Tage Zeit für den Serviceteil dieses Buches!	230
Literatur	237
10 Ausblick – Die Zukunft von CX?	239
11 Service	241
Meine Interviewpartner und CX-Experten	241
CX-Glossar	247
Literatur	254
Danke!	271



<http://www.springer.com/978-3-658-10527-3>

Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus
Customer Experience Management - 111 Tipps zu
Touchpoints, die Kunden begeistern
Glattes, K.
2016, XXVIII, 274 S. 66 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-10527-3