

Herzlich Willkommen zum Webinar!

Thema:

Der Kunde im Fokus – Wie Sie mit der Customer Journey Ihre Prozesse verbessern

Informationen:

- Sprache: Deutsch
- Beginn: 10.00 Uhr
- Dauer: ca. 30-40 Min. inkl. Q&A

Präsentation



Ümit Altug

Senior Consultant

MID GmbH

Moderation

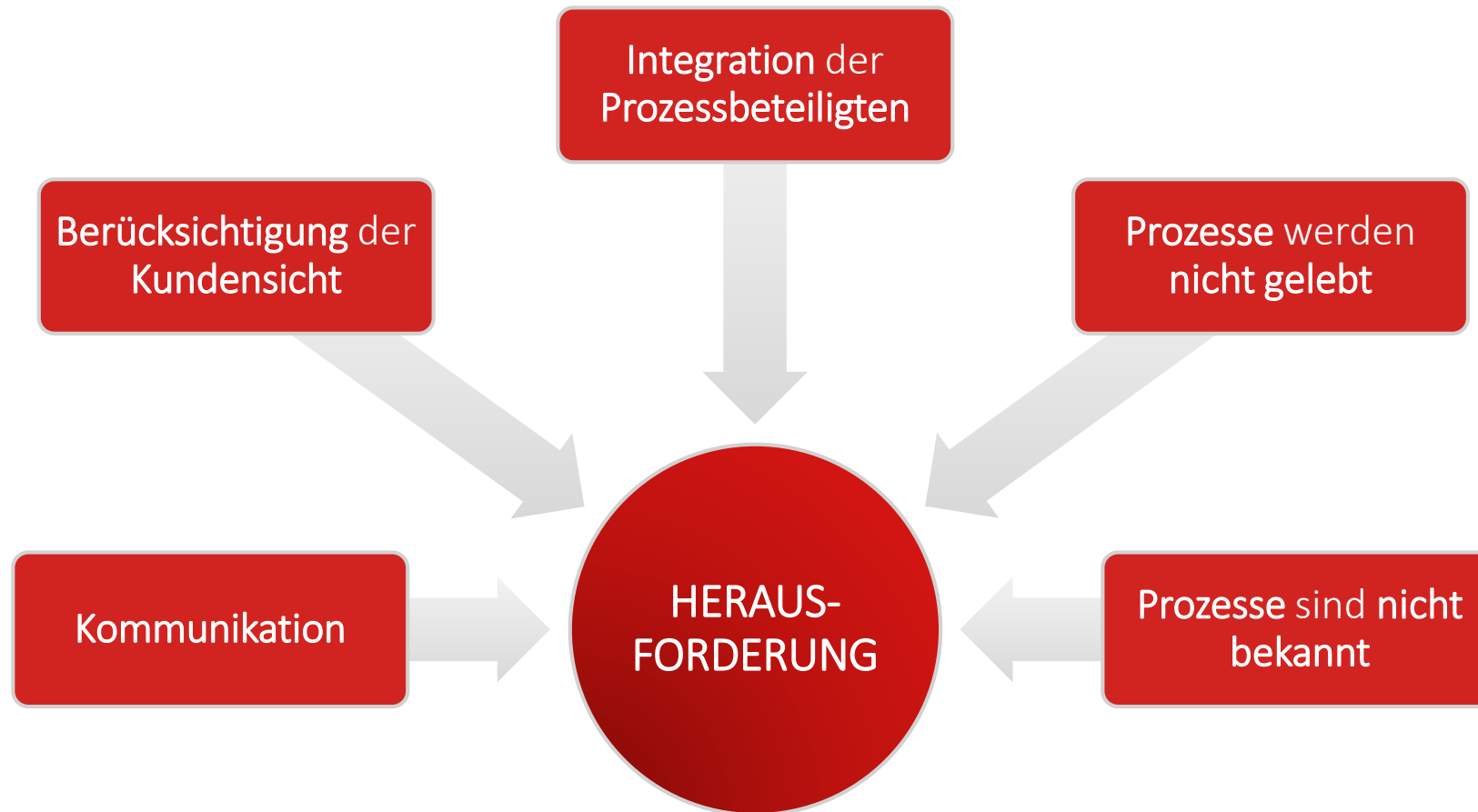


Julia Bickel

Online Marketing Managerin

MID GmbH

Aktuelle Herausforderungen im BPM



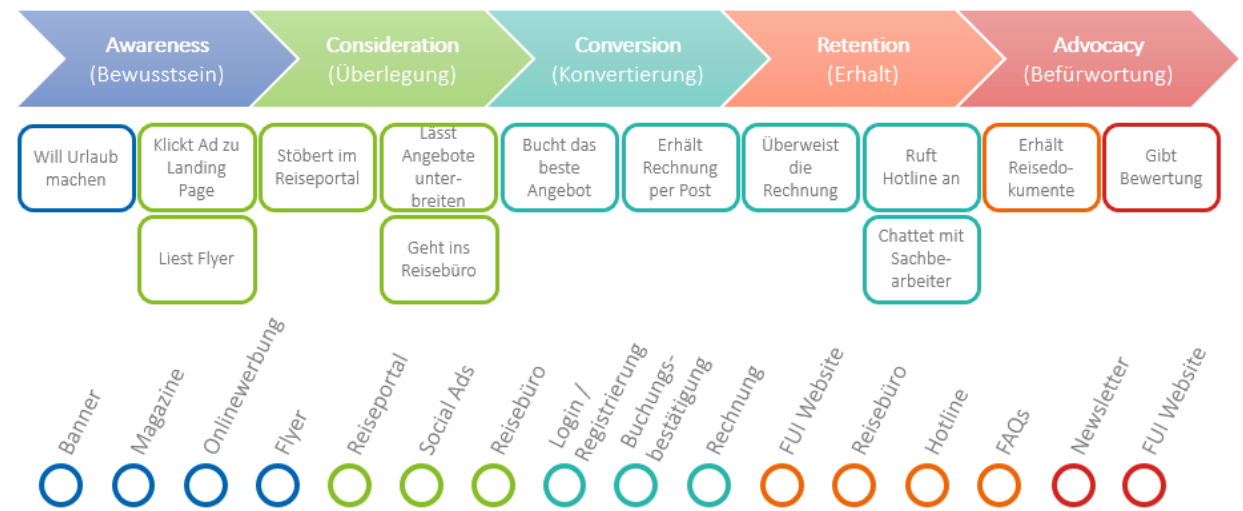


› Lösungsansatz

Customer Journey

Allgemeine Beschreibung

- › wichtigste Methode, um aus Kundensicht Prozesse zu analysieren bzw. zu verbessern
- › baut auf den Funnel-orientierten Kaufprozessmodellen auf
- › Kaufentscheidungsprozess mit Nachkaufphase
- › Beschreibung der Kundenreise
- › untergliedert in die folgenden **5 Teilabschnitte**: (1) *Awareness* (Bewusstsein), (2) *Consideration* (Überlegung), (3) *Conversion* (Konvertierung), (4) *Retention* (Erhalt), (5) *Advocacy* (Befürwortung)





Erstellung der Customer Journey

- > Vorgehen der Erstellung der Customer Journey läuft **Top-Down** analog zum traditionellen Prozessmanagement





› Praxis-Beispiel
Reisebuchung

Kundenerfahrungen



Wolfgang H.

Nach 9 Jahren war ich mal wieder im Urlaub, dieses mal mit der FUI Reisegesellschaft. Jedoch war das Bezahlen bei FUI ein reiner Stressfaktor. Es ist nicht einmal eine komfortable und schnelle Bezahlung möglich! Urlaub selbst war aber schön, daher 2 Sterne.

★★☆☆☆



Sabine W.

Wie das bei einer Hochzeit so ist, war alles ziemlich stressig. Hätte mir aber einen einfacheren Bezahlvorgang gewünscht! Sonst alles TOP! :-)

★★★★☆



Daniela K.

NIE WIEDER! Habe online gebucht, musste die Rechnung nachdem ich sie erst Tage später erhalten habe per Überweisung begleichen. Total umständlich! Dazu kam, dass mir erst auf Rückfrage gesagt worden ist, dass meine Reisedokumente jetzt bereit liegen würden... Am liebsten Null Sterne!!

★☆☆☆☆

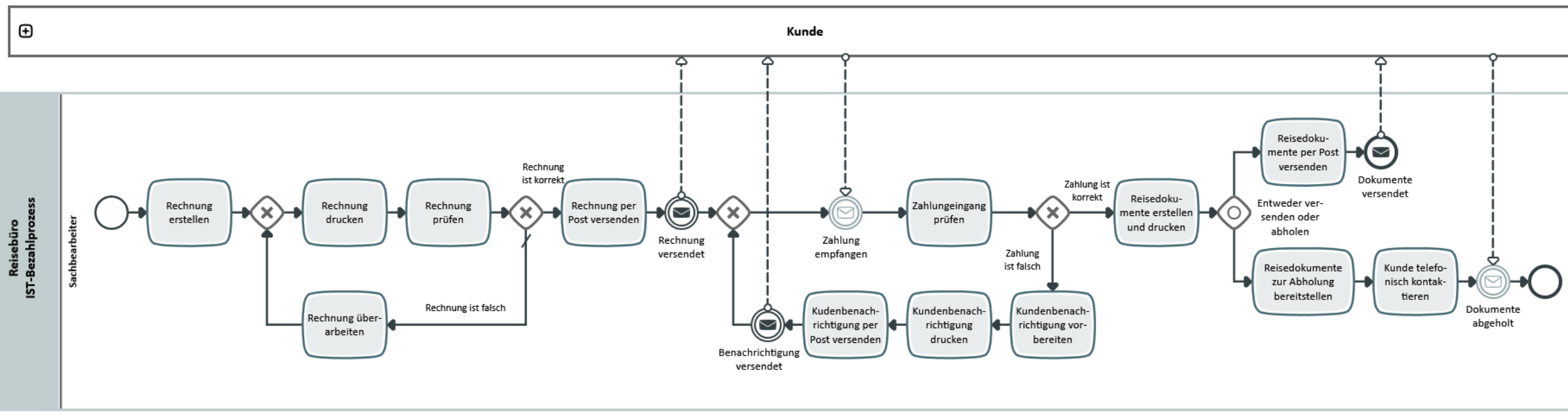


Chris L.

Klasse Beratung!! Atmosphäre war der Hammer!! Nächstes Jahr wieder MALLE!!!! Einfach nur gut! Gruß, Chris

★★★★★

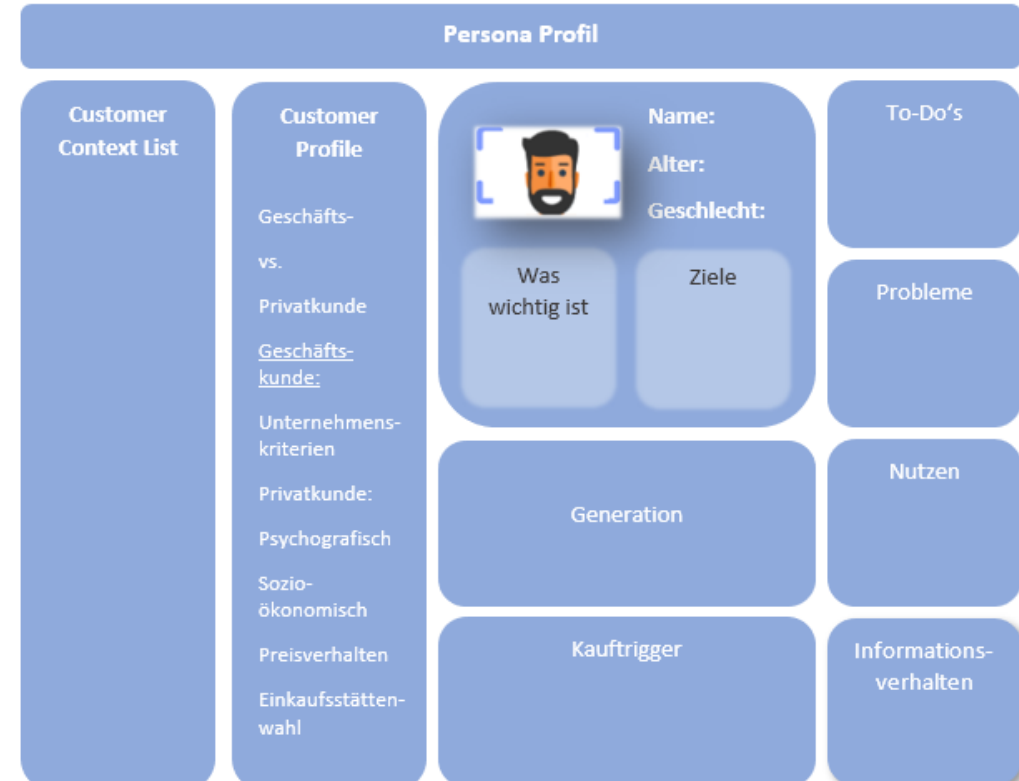
Ist-Bezahlprozess



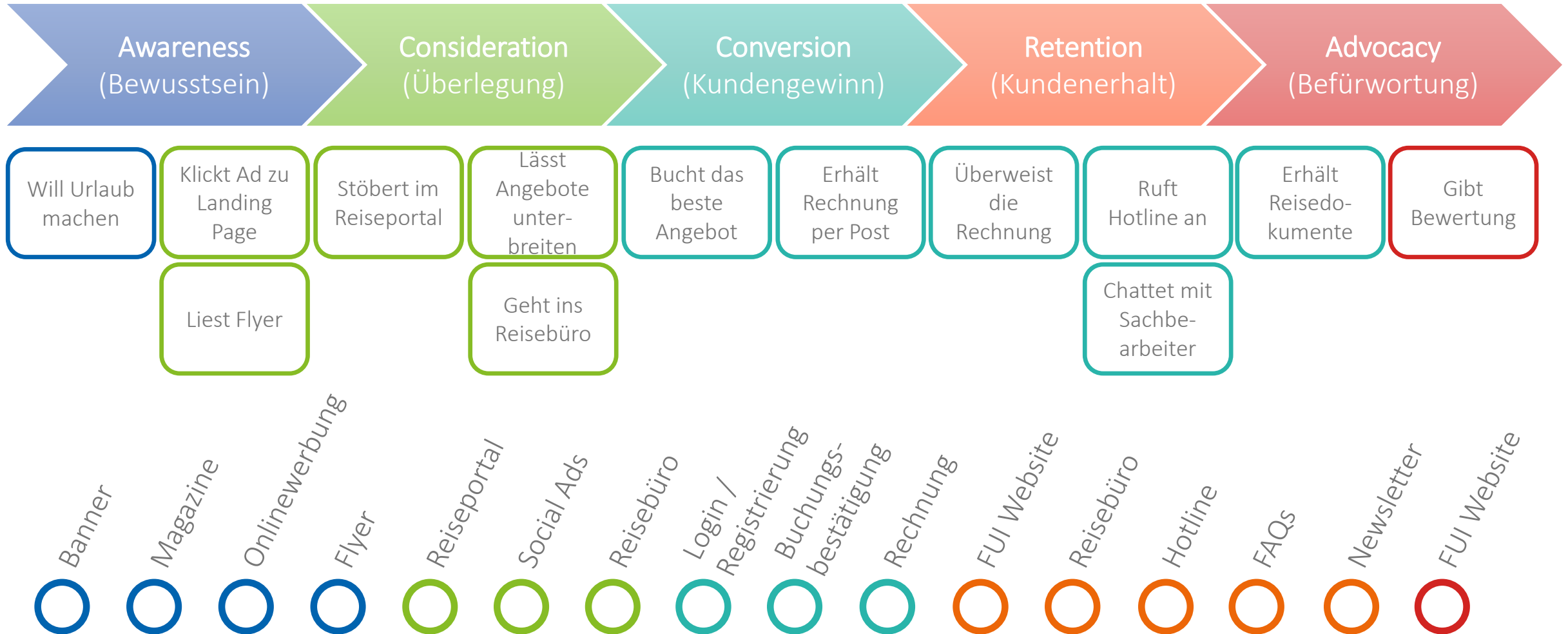
Persona



- › Die Informationen über die Persona können in einem Steckbrief festgehalten werden
- › Der Nutzen von Personas ist:
 - › Sie helfen Entscheidungen zu treffen
 - › Sie sind vielseitig einsetzbar
 - › Sie richten das Augenmerk der Projektbeteiligten auf die Zielgruppen und unterstützen so die Kundenorientierung
 - › Sie sind intuitiv anzuwenden



Customer Journey





- › Dient zur **Visualisierung** aller **Kontaktpunkte** des Kunden mit dem Unternehmen
- › **Optimierung** der Touchpoints
- › **Erfahrung** über Kaufentscheidung



Visuelle Darstellung einer Customer Journey und Identifikation von **Optimierungsmöglichkeiten!**

- › **Nutzen**
 - › Überblick über alle Phasen und Entscheidungsschritte
 - › Kenntnislücken werden aufgedeckt
 - › Ressourcen und Prozesse werden auf die wichtigsten Interaktionspunkte mit dem Kunden refokussiert



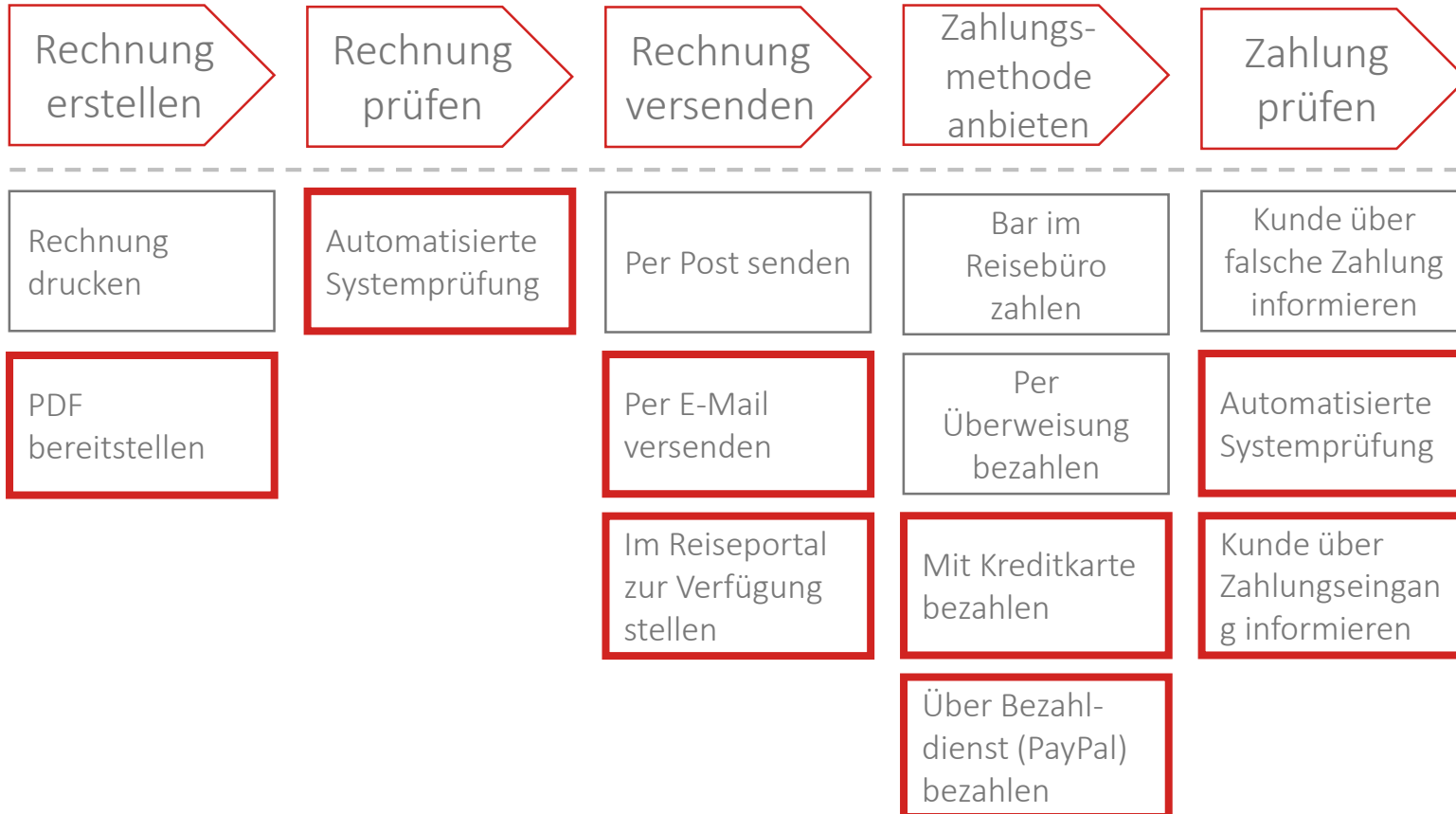
Verbindung zum BPM

- › Touchpoints mit dem **größten Nutzen** prüfen, ob ein Mapping zum jeweiligen Prozess erfolgen kann
 - Erkennung von **Defiziten** zu vorhandenen Prozessen
 - Erkennung **nicht identifizierter** Prozesse

- › **Zielgruppen** können als Rolle für eine Swimlane herangezogen werden

Process Mapping

Bezahlvorgang

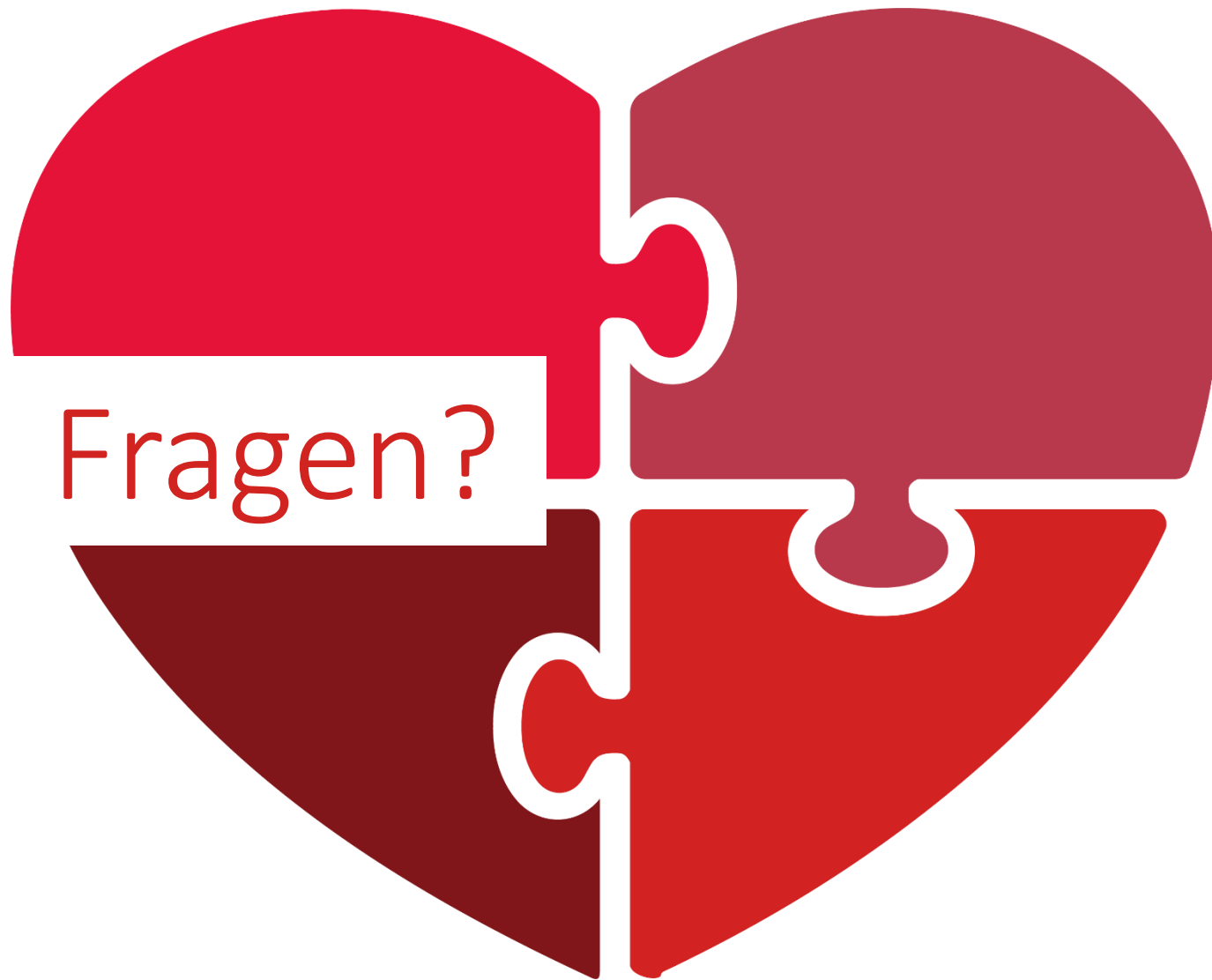




Kernaussagen

- › Customer Journey ist die bedeutendste Methode, um aus Kundensicht seine Prozesse zu definieren bzw. zu optimieren
- › Die Customer Journey Map dient zur Visualisierung einer Customer Journey und Identifikation von Optimierungsmöglichkeiten
- › Externe Kundenbedürfnisse werden nicht nur erkannt, sondern auch in internen Prozessen berücksichtigt und umgesetzt, wodurch die **Kundenzufriedenheit gesteigert** wird.





› Ihr Ansprechpartner Ümit Altug

MID GmbH
Kressengartenstraße 10
90402 Nürnberg, Germany

+49 911 968 36-0
+49 911 968 36-267
u.altug@mid.de
www.mid.de

