

Guter Kundenservice ist nicht gut genug. Er muss erstklassig sein!



In den letzten zwei Jahren haben sich viele Endkunden den Online-Kanälen zugewandt. Dies zwingt die Unternehmen dazu, sich anzupassen und die Customer Journey und das Digital-First-Erlebnis völlig neu zu definieren.

Heutzutage erwarten die Kunden ein einfaches, schnelles und reibungsloses Erlebnis, das digitale Plattformen bieten – sie können einfach und bequem mit einem Klick einkaufen und von jedem Gerät aus interagieren. Und das jederzeit und überall.

Die Folgen eines unzureichenden Kundenservice

80%

der Verbraucher **verzeihen eine schlechte Erfahrung nicht**, nachdem sie den Kundenservice eines Unternehmens als „sehr schlecht“ bewertet haben.¹

74%

der Kunden **werden sich wahrscheinlich an einen anderen Anbieter wenden**, wenn sie den Kaufprozess als zu mühsam empfinden.²



Schlechte Erfahrungen sind für Kunden frustrierend, und sie ziehen daraus einschneidende Konsequenzen mit wirtschaftlichen Folgen für die Marke.³



67%

haben anderen von ihren schlechten Erfahrungen erzählt.

65%

haben sich für eine andere Marke entschieden.

65%

kaufen generell nicht mehr bei dieser Marke.

1 von 3

Kunden wenden sich von einer vertrauten Marke ab, wenn er auch nur eine schlechte Erfahrung gemacht hat.⁴



Kunden wenden sich von einer vertrauten Marke ab, wenn sie auch nur eine schlechte Erfahrung gemacht haben



4%-8%

Unternehmen, die das Kundenerlebnis (CX) **in den Vordergrund stellen**, erzielen zwischen **4 und 8 % mehr Umsatz als ihre Konkurrenz**.⁵

140%

Kunden, die Unternehmen mit einer hohen Kundenzufriedenheit bewerten (z. B. 10/10) **geben 140 % mehr aus und halten dem Unternehmen bis zu 6 Jahre lang die Treue**.⁶

1,4 x

Kundenorientierte Unternehmen **steigern ihren Umsatz 1,4-mal schneller** als nicht kundenorientierte Unternehmen.⁷

80%

der Unternehmen, die an der Verbesserung des Kundenerlebnisses arbeiten, berichten über einen Anstieg der Einnahmen.⁸



56%

der Kunden geben an, dass ein guter Kundenservice ihre Treue stärkt.⁹



Laut Statistiken zum Kundenerlebnis sind die folgenden drei Punkte die Hauptgründe dafür, dass ein Unternehmen sein Kundenerlebnis verbessern möchte.¹⁰



42%

verbessertes Cross-Selling und Up-Selling



33%

stärkere Kundenbindung



32%

höhere Kundenzufriedenheit

Wege zu einem erfolgreichen Kundenservice

Es gibt mehrere Kommunikationskanäle zur Lösung von Problemen im Kundenservice. Nachfolgend sind die bevorzugten Kanäle aufgeführt.¹¹

42%

per Telefon



20%

per E-Mail



38%

über digitale Kanäle



80%

der Unternehmen **sind der Meinung, dass das Kundenerlebnis der Schlüssel** zur Förderung der Kundentreue und -bindung ist.¹²

300%

Die Zahl der Unternehmen, die in Omnichannel-Kundenerlebnisse investieren, ist zwischen 2010 und 2020 um **mehr als 300 %** gestiegen.¹³



70%

der Kunden sagen, dass ein ausgezeichnetes Kundenerlebnis **schnell, praktisch und hilfreich** sein sollte und dass sie sich eine angenehme Atmosphäre wünschen.¹⁴



80%

der Unternehmen investieren jetzt in **Omnichannel-Erlebnisse**.¹⁵



10%

Unternehmen mit den **besten Omnichannel-Kundenerlebnissen** verzeichnen ein Wachstum von 10 % im Vergleich zum Vorjahr.¹⁶

Zusammenfassung

Das Verständnis der Customer Journey und der Werte kann Unternehmen dabei helfen, eine nahtlose Omnichannel-Strategie zu implementieren, die es ihnen ermöglicht, alle Kundenprofile zu erreichen und deren Anforderungen zu erfüllen (einschließlich Kunden mit digitaler Vorliebe und anderen). Gleichzeitig können die Unternehmen mit dieser Strategie dafür sorgen, dass auch der menschliche Kontakt nicht verloren geht.

Um Ihnen bei der Umstellung zu helfen und das Omnichannel-Erlebnis zu schaffen, das Ihre Kunden erwarten, **laden Sie unseren Leitfaden zum Aufbau einer Komplettlösung für das Omnichannel-Kundenbeziehungsmanagement herunter**. Entdecken Sie, wie ALE Connect Ihnen helfen kann, Ihre Kunden dort abzuholen, wo sie stehen.

Leitfaden herunterladen

Quellen

1 [Qualtrics XM Institute - ROI of Customer Experience 2020](#)

2 [HelpScout - 75 Fakten zum Kundenservice](#)

3 [Forrester im Auftrag von Khoros](#)

4 [Superoffice - A customer experience strategy](#)

5 [Techjury - Statistiken zum Kundenerlebnis](#)

6 [Superoffice - A customer experience strategy](#)

7 [Techjury - Statistiken zum Kundenerlebnis](#)

8 [Forbes - 50 Stats that prove the value of customer experience](#)

9 [KPMG - Studie zur Kundenbindung](#)

10 [Techjury - Statistiken zum Kundenerlebnis](#)

11 [Statista - Bevorzugte Kanäle](#)

12 [Invesp 2019 - Kundengewinnung und -bindung](#)

13 [PWC - Retailing 2020](#)

14 [Techjury - Statistiken zum Kundenerlebnis](#)

15 [ebd.](#)

16 [ebd.](#)