



## Geschäftsaktivitäten aus der Wahrnehmung Ihrer Kunden gestalten.

Der Kunde verfügt heute über eine höhere Transparenz und vielfältige Informationsquellen, die den Kaufprozess beeinflussen. Der Kunde trifft die Entscheidung für den passenden Anbieter immer selbstständig. Jedes Unternehmen steht vor der Herausforderung, das Angebot und die Kommunikation besser auf die Wahrnehmung der Kunden abzustimmen.

Mit bewusst aus der Wahrnehmung der Kunden gestalteten Interaktionen steigern Sie die Kundenloyalität (Empfehlungen), differenzieren sich einzigartig im Markt (Reputation) und erhöhen die Wertschöpfung. Die Grafik auf Seite 2 illustriert das Erfolgsrezept für Mehrwert in Ihrer Kundenbeziehung.

Voraussetzung bildet ein umfassendes Verständnis über den [Ablauf der Kundenerfahrung](#). Aus den Erkenntnissen werden die Geschäftsaktivitäten sukzessive auf die Wahrnehmung der Kunden ausgerichtet.

## Wie bringen Sie den Kunden ins Zentrum Ihrer Geschäftstätigkeit?

Die Mitarbeitenden Ihres Unternehmens beginnen mit einer «Outside-In»-Betrachtung die Wahrnehmung der Kunden zu verstehen. Organisation, Prozesse und Mitarbeitende richten sich auf den Kunden aus. Mit [Customer Experience Management \(CEM\)](#) steuern und orchestrieren Sie die Aktivitäten in den Kundeninteraktionen. Sie gestalten die Erlebnisse der Kunden durchgehend über die verschiedenen Interaktionen. Die Online-Kontaktpunkte erhalten dabei die nötige Beachtung.

Die neuen Erfahrungen der Kunden führen zu Begeisterung und Loyalität. Die Mitarbeitenden nehmen eine entscheidende Rolle ein. Sie benötigen einen Perspektivenwechsel, um die Wahrnehmung der Kunden zu verstehen und sich besser in deren Situation zu versetzen. Das Verhalten der Mitarbeitenden trifft so die Erwartungen der Kunden genauer. Sie begeistern die Kunden durch ihr Handeln (Kompetenz, Empathie).

## Stärken Sie die Kundenloyalität mit frischen Impulsen.

In den Augen von [Beat Aebischer](#) und [Roger Schnider](#) wird eine enge Kundenbeziehung zu einem zentralen Wettbewerbsvorteil. Aus Überzeugung unterstützen sie Ihr Unternehmen mit dem Ziel, den Kunden ins Zentrum der Geschäftstätigkeit zu bringen und die Kundenloyalität zu fördern.

Beat Aebischer und Roger Schnider kombinieren die Kompetenz im Gestalten von Kundenerlebnissen für Verkauf, Service, Ausbildung, Online-Marketing und E-Commerce. Bei einer Zusammenarbeit profitieren Sie von den langjährigen Erfahrungen in Online Business, Verkauf und Marketing sowie Projektleitung, Strategie und Führung.

Ihre Mitarbeitenden und Sie werden von Beat Aebischer und Roger Schnider unterstützt, um die Interaktionen für den Kunden attraktiver zu gestalten und die Kundenbeziehung zu stärken. Den Start bildet eine Bedarfsanalyse oder ein Vorprojekt.

Frische Brise für Ihre Kundenbeziehung? Mehr unter [www.kundenkultur.ch](http://www.kundenkultur.ch).

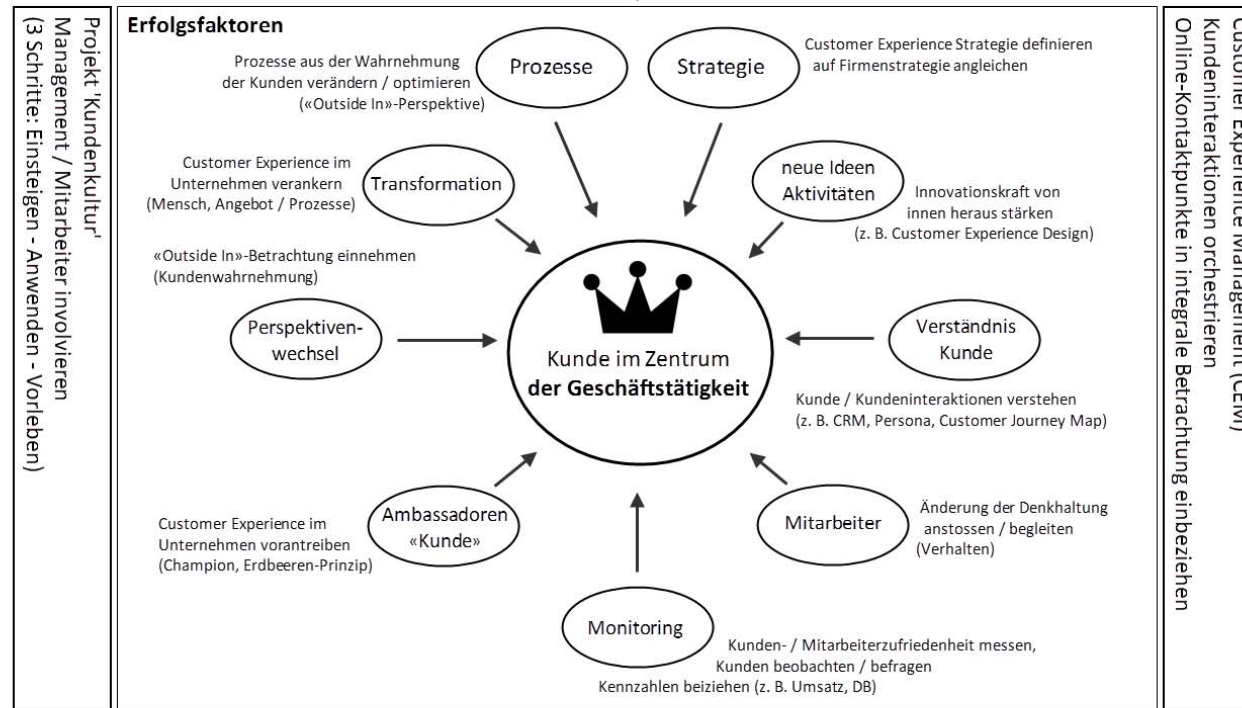


# Wertschöpfung in der Kundenbeziehung steigern - Erfolgsrezept

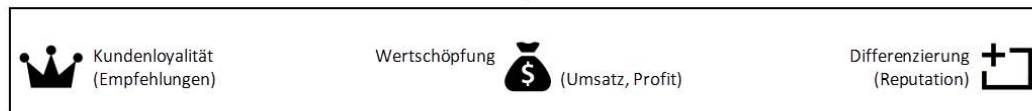
## Herausforderung

Zeitalter des Kunden  
Kunde hat mehr Macht (Anspruchshaltung, Information / Transparenz, Kundendialog überall)

## Lösung



## Nutzen



© Aebischer + Schnider | www.kundenkultur.ch

© alle Symbole von 'The Noun Project' (div. Designer)

Aebischer + Schnider setzen sich zum Ziel, den Kunden ins Zentrum Ihrer Geschäftsaktivitäten zu bringen. Neun Faktoren bilden die Grundlage, um das Customer Experience Management (CEM) erfolgversprechend anzuwenden und die Kundenbeziehung zu stärken (Kundenloyalität, Wertschöpfung, Differenzierung). Das Projekt «Kundenkultur» involviert Management / Mitarbeitende und macht den Prozess in Ihrem Unternehmen greifbar.