



Prozesse aus der Kundenwahrnehmung verändern (PKWv)

Im Zeitalter des Kunden steht jedes Unternehmen vor der Herausforderung, die mit Serviceleistungen verbundenen Kontaktpunkte bewusst aus der Wahrnehmung der Kunden zu gestalten. Voraussetzung bildet ein umfassendes Verständnis über den Customer Journey ([Ablauf der Kundenerfahrung](#)).

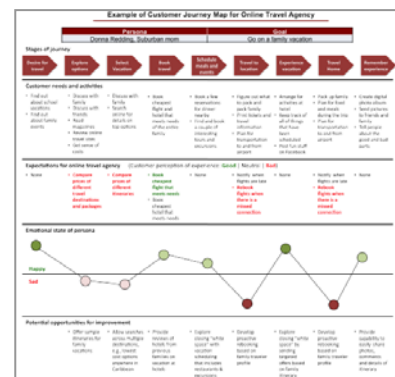
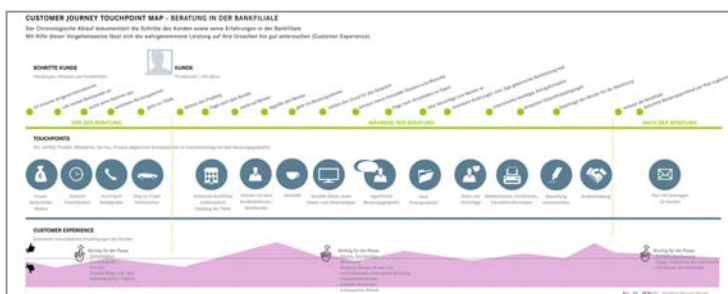
Unser Angebot (PKWv) fokussiert die Betrachtung auf einzelne Geschäftsaktivitäten – wie z. B. der Einkauf am POS, die Rückgabe / Reparatur gekaufter Artikel oder die Erneuerung eines Abovertrages. Das Eingrenzen auf spezifische Prozesse reduziert bewusst den Grad an Komplexität. Im Gegensatz dazu besteht ein vollständiger Customer Journey aus zahlreichen Kontaktpunkten und Interaktionen.

Auf der zweiten Seite illustrieren wir mit einer Grafik das Vorgehen in vier Schritten, um einzelne Geschäftsaktivitäten aus der Kundenwahrnehmung wirksam zu verbessern.

Neue Perspektive für Ihre Serviceaktivitäten – Nutzen

Neben der Analyse des Prozessablaufes (interne Sicht) betrachten wir ausgewählte Geschäftsvorfälle systematisch aus der Kundenwahrnehmung. Die konkreten Erkenntnisse zeigen auf, was der Kunde auf seiner Reise erlebt und welche Emotionen er damit verbindet.

Erst die «Outside In»-Betrachtung ermöglicht es Ihnen, den analysierten Prozess passender auf die Erwartungen Ihrer Kunden auszurichten. Mit einem Customer Journey Mapping bereiten wir den Ablauf einzelner Serviceleistungen zum besseren Verständnis übersichtlich auf. Das Potenzial für Verbesserungen wird erfasst.



Beispiele von Customer Journey Maps (Quellen: Institut für Brand Experience und Temkin Group)

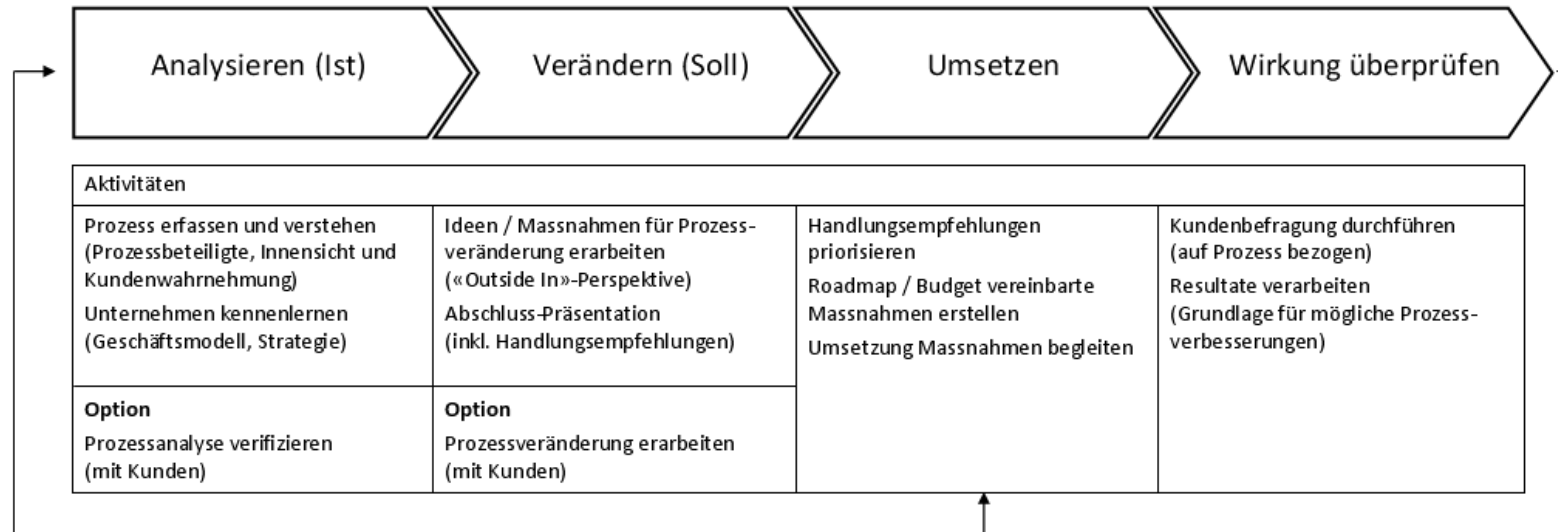
Die Visualisierung und die erarbeiteten Erkenntnisse eröffnen Ihnen folgenden Nutzen:

- Sie verbessern die Servicequalität aus der Wahrnehmung Ihrer Kunden.
- Wir fördern das Verständnis der Kundenerfahrung («Outside In»-Perspektive).
- Sie gestalten Kontaktpunkte kundengerechter.
- Ihr Kunde fühlt sich an Interaktionspunkten besser verstanden und erhält eine für ihn passende Lösung (höheres Vertrauen in Ihre Serviceleistungen).

Gefällt Ihnen unser Angebot? [Kontaktieren Sie](#) uns. | Informationen auf www.kundenkultur.ch.



Prozesse aus der Kundenwahrnehmung verändern (PKWv) – Vorgehen



Erfolgsfaktoren
Kundenwahrnehmung zur Verbesserung einzelner Prozesse einbeziehen («Outside In»-Perspektive)
Management und Mitarbeiter involvieren
Prozessveränderung kommunikativ begleiten (intern)

© Aebischer + Schnider | www.kundenkultur.ch

Unser Vorgehen besteht aus vier Schritten und bildet die Basis, um einzelne Geschäftsaktivitäten aus der Wahrnehmung der Kunden zu verändern. Optional beteiligen wir den Kunden an der Analyse sowie am Erarbeiten der Verbesserungen.

Der Zeitrahmen für Analyse und Erarbeiten von wirksamen Prozessveränderungen bewegt sich zwischen 6-8 Wochen. Die anschliessende Phase der Umsetzung ist von der Zahl und Komplexität an vereinbarten Optimierungs-Massnahmen abhängig. Frühestens einen Monat nach Abschluss der Massnahmen empfehlen wir, eine Kundenbefragung durchzuführen (auf verbesserte Geschäftsaktivität bezogen).

Gerne unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Angebot. Grundlage bildet ein etwa zweistündiger Workshop (unsere Vorleistung). In der Diskussion mit Ihnen grenzen wir mögliche Geschäftsaktivitäten ein. Ausgewählte und zu verändernde Prozesse bilden die Basis für den offerierten Kostenrahmen (unser Angebot).

© Aebischer + Schnider | www.kundenkultur.ch