DAS SPECTRA CUSTOMER EXPERIENCE SYSTEM

2 Seiten mit Gründen, warum das Messen von **CX wichtig** ist

Warum CX messen? ...weil es dafür gute Gründe gibt

„If you do build a great experience, customers will **tell** each other about that. You need to be **consistently awesome**."
/ J. Bezos, Amazon

„Leading executives have recognized that really moving the needle on customer satisfaction requires a **more ambitious effort** – a transformation of the entire customer experience."
/ McKinsey

„I like to **listen**. I have learned a great deal from listening carefully. Most people never listen."
/ E. Hemingway

Warum CX messen?

...weil die Kunden jedenfalls Ventile finden

Dieser Bestellvorgang war alles andere als einfach. Ich verstehe nicht, warum ich so oft zwischen der Hauptseite und der Seite, auf der ich mein Produkt ausgewählt habe, hin und her switchen musste

So einen professionellen Service und eine kompetente Beratung bekomme ich nirgendwo! Ich fühlte mich gut aufgehoben! Bin begeistert.

Kundenorientierung sieht anders aus. Zuerst bekomme ich den Montagetermin per e-mail geschickt. Allerdings keinen konkreten Zeitpunkt. Beim Nachfragen bleibe ich ewig in der Warteschleife hängen...

Danke, toll wie ihr meine Reklamation bearbeitet habt. Schnell, kompetent, entgegenkommend und freundlich. So wünscht man sich das!

Das Spectra Customer Experience-System hat

3 Module

Kundenerfahrungen in Echtzeit an allen relevanten Touchpoints messen
#Kunden-Feedbackmanagement

Kunden anhand interner & externer Daten segmentieren und für Data Driven-Marketing/Marketing Automation verfügbar machen
#Kunden-Typologie

Kunden-Partizipation organisieren, gestalten & analysieren
#Kunden-Community

Daten & Datenströme aus diesen Modulen visualisieren wir in Echtzeit

1 #Kunden-Feedbackmanagement

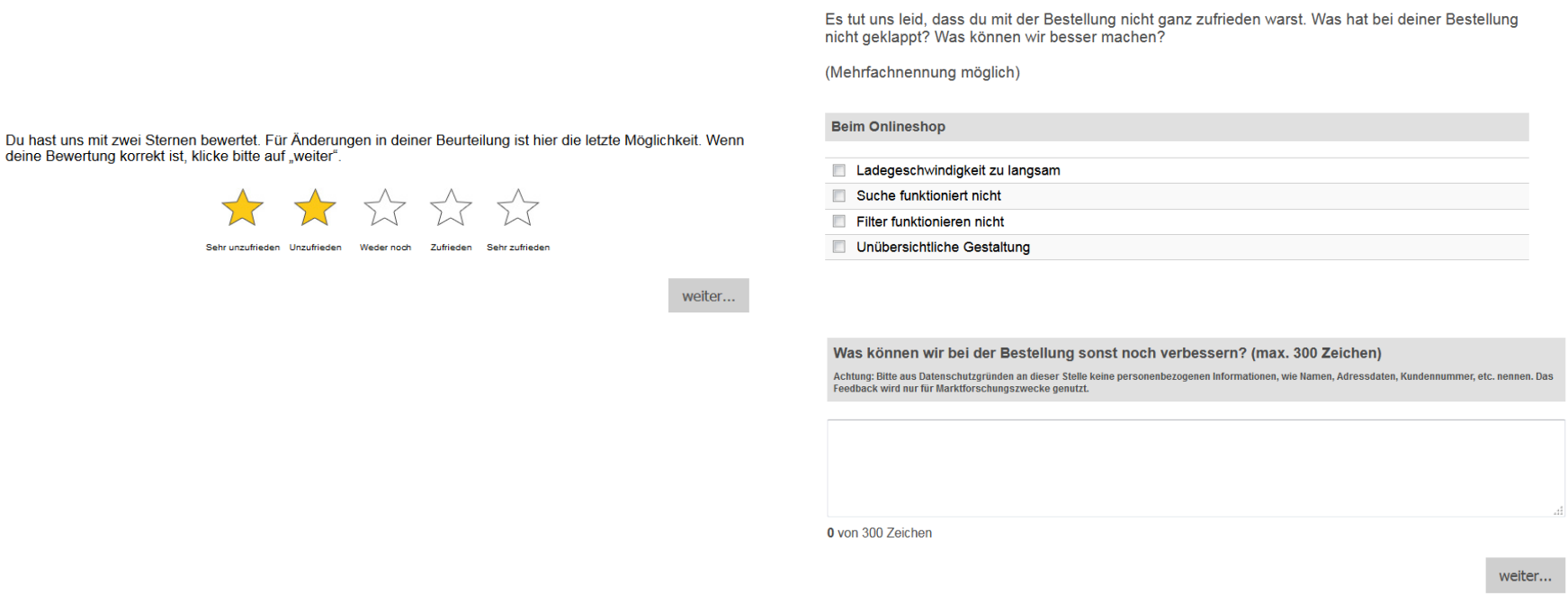
#Kunden-Feedbackmanagement

Wir unterstützen Sie bei der Analyse und Festlegung der (relevanten) Touchpoints

#Kunden-Feedbackmanagement

- Spectra erstellt in enger Abstimmung mit Ihnen das Feedback-Fragemodell,
- programmiert die Befragung, die responsiv in Ihre Systeme integriert werden kann,
- stellt Datenanbindungen her, mit denen Sie – wenn gewünscht – die Ergebnisse mit passiven Daten anreichern können …

>> Innerhalb der technischen Möglichkeiten erhalten Sie ein **maßgeschneidertes** Spectra Customer Experience-System



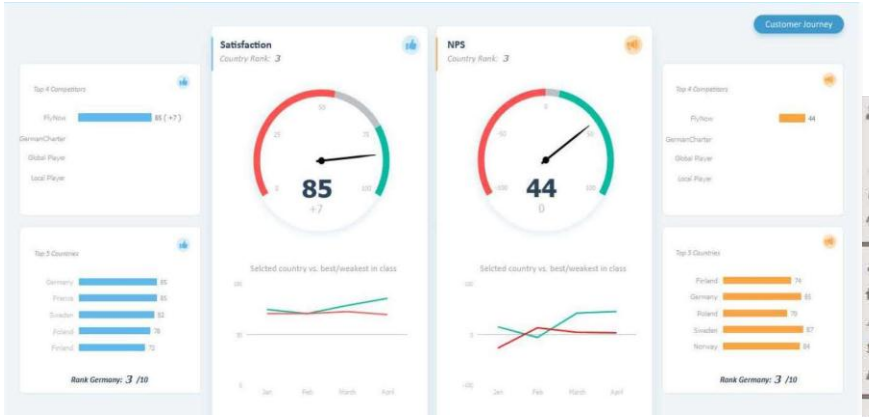
#Kunden-Feedbackmanagement

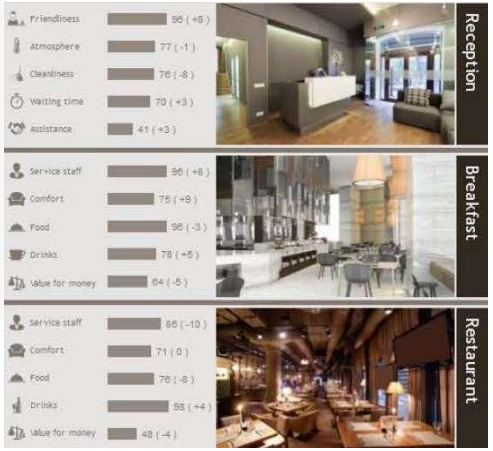
>> Spectra konzipiert und setzt **Ihr** Dashboard um

>> Gemeinsam werden die Möglichkeiten ausgelotet und Anforderungen definiert, etwa Analysen nach verschiedenen Kriterien und Zielgruppen

>> Wir verwalten, kategorisieren und analysieren offene Feedbacks und stellen diese digital im Rahmen des Dashboards zur Verfügung

>> Wir oder ein technischer Partner hosten das System, garantieren für die Sicherheit und verwalten Zugriffsrechte und Leseberechtigungen





2 #Kunden-Typologie

#Kunden-Typologie

Gemeinsam mit unserem Data Science- und Analytics-Partner **segmentieren** wir Ihre Kund/innen.

- Wir befragen eine Stichprobe Ihrer Kund/innen zu ihren Nutzungsmotiven, Lebenssituationen und Einstellungen zu Ihrer Marke/Ihrem Produkt.
- Wir analysieren in Ihrem Online-Shop/App/CRM-System vorhandene Kundendaten (Warenkorbdaten, Nutzungshistorie, Online-Realtime-Verhaltensdaten, Bestelldaten,…).
- Wir führen eine RFM (Recency/Frequency/Monetary)-Segmentierung durch.
- Wir kombinieren die externen Befragungsdaten und die internen Kundendaten und identifizieren mit multivariaten Analysemethoden Gruppen von Kund/innen, die ähnliche Motive und ähnliches Verhalten zeigen.

#Kunden-Typologie

Wir entwickeln einen Algorithmus, der bestehende und **zukünftige Kund/innen** (möglichst ohne weitere Befragung) aufgrund des Bestellverhaltens-/der CRM-Daten den berechneten Kundentypen zuordnet.

Damit schaffen Sie die perfekte Basis für **segmentspezifische** Aktivitäten und Botschaften für Ihr Data Driven Marketing und Marketing Automation.

#Kunden-Typologie

Wir beschreiben die identifizierten Kundentypen in Form von **Personas**.
Ihre Kundentypen beginnen für Sie zu „leben" -

Das ist Katharina, sie ist 33 Jahre alt.
Nach dem Studium in Wien und ersten Joberfahrungen ist sie zurück nach Oberösterreich gezogen.

Sie lebt mit ihrem Partner und den beiden Kindern in einem Haus am Land, aber doch in der Nähe der Großstadt.

Beruflich kümmert sie sich um die IT-Infrastruktur eines Konzerns, geht in der Freizeit gerne ins Theater und liebt ihr Fahrrad. Sie interessiert sich für Tipps zur Kindererziehung, Umgehen mit Lernschwächen, Sport, Ernährung, Naturkosmetik und Styling.

3 #Kunden-Community

#Kunden-Community

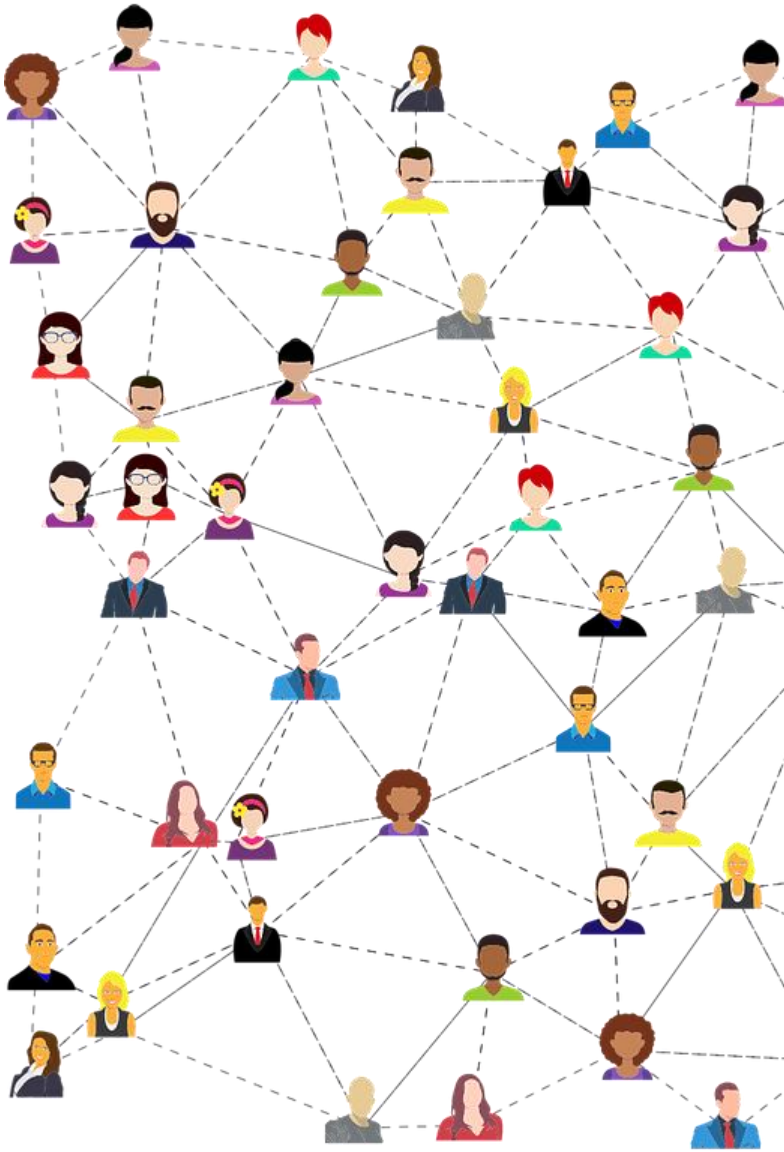
Wir erarbeiten mit Ihnen den idealen Rahmen für eine Kundenbeteiligung hinsichtlich -

- **technischer Aspekte** der Community-Plattform

- Branding, **Look & Feel** und Bildsprache (gerne in Abstimmung mit Ihrer Werbe- bzw. Web-Agentur)

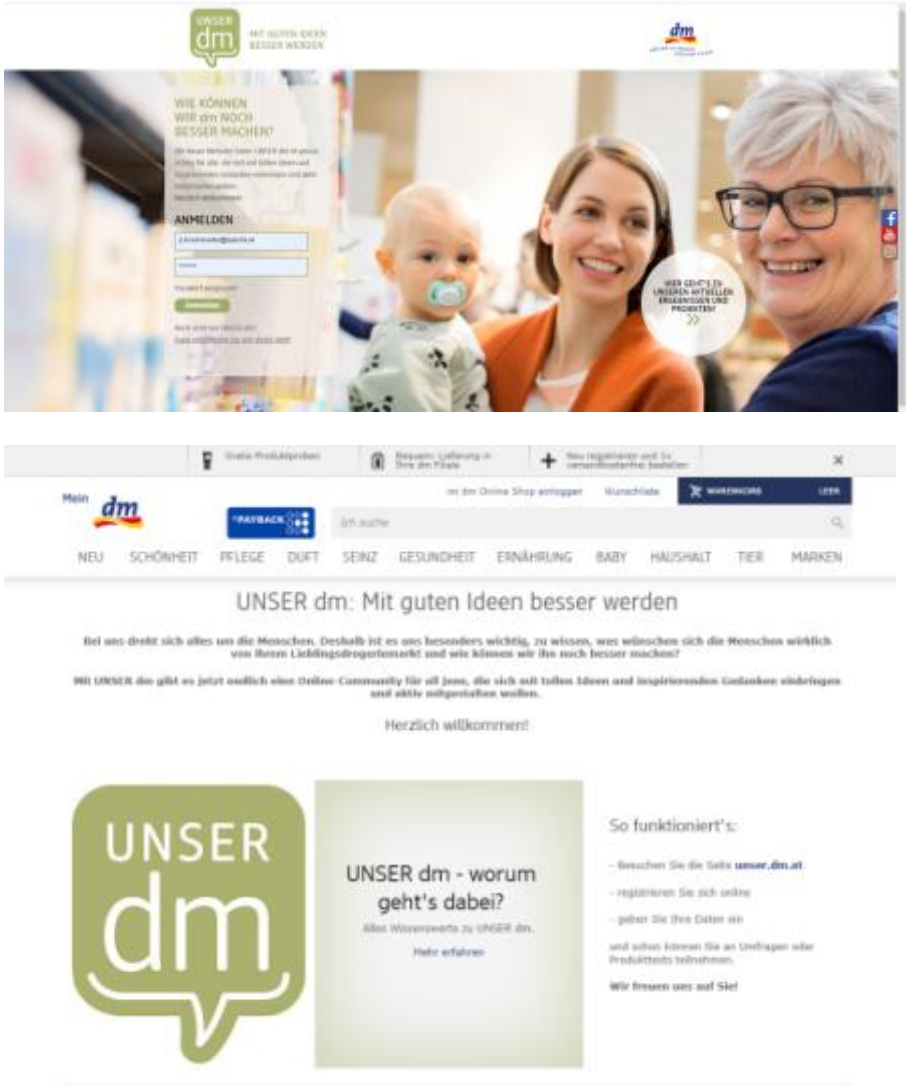
- **Administration**: Zugangsvoraussetzungen, Einladungs- und Rekrutierungsformate, Community-Management, Incentivierung

- **Partizipation** / Teilnahme: Entwicklung und Umsetzung der qualitativen und quantitativen Befragungs-, Co-Creation- bzw. Partizipationsformate



#Kunden-Community

Beispiel für eine Community-Plattform, die Spectra für dm Drogeriemarkt entwickelt hat



Spectra CX-System „All in“

#Feedbackmanagement

#Datenvisualisierung

#Kunden-Typologie

#Kunden-Community

Peter Bruckmüller
p.bruckmueller@spectra.at

Lassen Sie uns besprechen, wie wir gemeinsam Ihr CX System zum Leuchten bringen können

SPECTRA MARKTFORSCHUNG