

10 Quick-Wins

zur Verbesserung Ihrer »Customer Journey«



#1 Greifen Sie zum Hörer.

Rufen Sie Ihren wichtigsten Kunden an. Erzählen Sie von Ihrem Vorhaben, die Customer Journey zu verbessern. Fragen Sie den Kunden, was Sie besser machen könnten.

Aus konstruktivem externem Feedback können Sie am meisten lernen.

Als Bonus stärkt Ihr Zugehen auf den Kunden das bestehende Vertrauen und die Kundenbeziehung. Sie können also nur gewinnen.

#2 Schlüpfen Sie in die Rolle eines Kollegen.

Wählen Sie einen Kollegen aus, der an vorderster Front mit direktem Kundenkontakt arbeitet. Fragen Sie nach einem kurzen Erfahrungsbericht (30 Minuten Q&A) oder »begleiten« Sie den Kollegen einen Tag lang bei der Arbeit. Ziel ist es, immer wiederkehrende Probleme des Tagesgeschäfts aus erster Hand zu erfahren.

Sie glauben nicht wie hilfreich das oft ist.

#3 Greifen Sie zum Hörer. Erneut.

Rufen Sie einen kürzlich verlorenen Lead an und fragen Sie ihn was erforderlich gewesen wäre, um mit ihm ins Geschäft zu kommen.

Ziel ist es nicht das Gegenüber umzustimmen oder gar zu belehren, die falsche Entscheidung getroffen zu haben. Fokussieren Sie sich vielmehr darauf zu lernen, warum Sie den Auftrag nicht bekommen haben.

Wenn Sie nervös sind, halten Sie sich Folgendes vor Augen: Der Kunde hat für sich bereits abgeschlossen. Er wird ehrlich und direkt sein. Im Idealfall fällt Ihre Wahl sogar auf einen verärgerten Kunden. Und wieder: Sie können nur gewinnen – ungemein ehrliches Feedback in diesem Fall.

#4 Go Undercover.

- Rufen Sie am Front Desk an und erfahren Sie, wie man Anrufern begegnet.
- Versuchen Sie sich direkt mit einem Verkäufer verbinden zu lassen.
- Senden Sie eine Anfrage per E-Mail / Kontaktformular (Achtung: Unbedingt eine anonyme E-Mail-Adresse verwenden!)

Es geht nicht darum jemanden »auf frischer Tat zu ertappen«. Sich unter die Kunden zu mischen ist die beste Möglichkeit, Kundenerfahrung zu erleben, wie sie echter nicht sein könnte. Fokussieren Sie sich im anschließenden Feedback für Ihre Mitarbeiter auf die positiven Erfahrungen.

#5 Telefonieren Sie. Noch einmal.

Aber: Rufen Sie keinen Kunden oder Kollegen an. Diesmal ist die Meinung eines Freundes oder eines Verwandten gefragt.

Versuchen Sie von Ihrem Gesprächspartner herauszufinden, was seine beste Erfahrung mit einem Kundenservice war. Und ob es etwas positiv Überraschendes dabei gab. Fassen Sie die Erkenntnisse zusammen. Was war der herausragende Unterschied verglichen zu anderen Kundenservices? Wie hat sich ihr Freund bzw. Verwandter als Kunde vor und nach dem Kundenservice gefühlt? Reflektieren Sie, ob womöglich auch Ihr Unternehmen für solche Empfindungen sorgt?

#6 Geben Sie Feedback.

Schreiben Sie Ihrem Team und bedanken Sie sich für deren Unterstützung. Beziehen Sie sich darauf, wie groß der Einfluss der Mitarbeiter auf die Kundenzufriedenheit und somit auf den Erfolg des Unternehmens ist. Wenn sich das Team wertgeschätzt fühlt, steigt die Motivation für gute Kundenerlebnisse zu sorgen. Zufriedenere Kunden wiederum geben positives Feedback und ziehen weitere Kunden an. Also: Setzen Sie die positive Feedback-Schleife in Gang!

#7 Küren Sie einen Kundensprecher.

Wählen Sie jemanden der an vielen Meetings beteiligt ist, ein hohes Maß an Empathie besitzt und obendrein einen guten Einblick in die »Customer Journey« hat. Der Auserkorene wird für die nächsten Meetings, in die Rolle des Kunden schlüpfen. Stimmen Sie sich regelmäßig mit Ihrem Kundensprecher ab, um Erfahrungen zu verwerthen. Ein interner Kundensprecher kann einen immensen Einfluss darauf haben, Ihr Ziel einer kundengerichteten Organisation zu erreichen.

#8 Googeln Sie, was das Zeug hält.

Nutzen Sie ihr Smartphone für Recherche zum eigenen Unternehmen.

- Googeln Sie den Unternehmensnamen: Scheint Ihre Website unter den heißbegehrten ersten Suchergebnissen auf?
- Googeln Sie den Unternehmensnamen + »Kontakt«: Ist Ihre Kontaktseite unter den Suchergebnissen?
- Surfen Sie durch Ihre Website. Ist alles rasch auffindbar und gut lesbar dargestellt? Wie viele Klicks benötigen Sie, um in Kontakt zu treten?

Läuft alles tadellos, danken Sie dem zuständigen Team für die ausgezeichnete Arbeit. Wenn nicht, geben Sie konstruktives Feedback mit Verbesserungsvorschlägen. Wichtig: Denken Sie daran in den Inkognito-Modus Ihres Browsers zu wechseln, um möglichst neutrale Ergebnisse zu erhalten!

#9 Lassen Sie Customer Care zum Mittelpunkt Ihres Unternehmens werden.

- a) Erstellen Sie eine Liste mit allen zur Verfügung stehenden Support-Kanälen (Telefon?, E-Mail?, Social Media?, Website?,...)
- b) Sind diese Kanäle einfach auffindbar für Ihre Kunden?
- c) Finden Sie die durchschnittlichen Antwortzeiten für jeden Kanal heraus.

Entsprechen alle Support-Kanäle den Kundenanforderungen? Wenn ja, danken Sie einmal mehr dem zuständigen Team. Ansonsten ist es wieder Zeit für konstruktives Feedback.

#10 Packen Sie Ihren Lieblingskugelschreiber aus.

Schreiben Sie einen kurzen Brief – handschriftlich. An Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Ihre Mutter – Sie entscheiden. Egal an wen, es wird ein Touchpoint sein, der in Erinnerung bleibt. Haben Sie kein Material zur Verfügung, besorgen Sie sich ein paar Dankeskarten und verstauen Sie diese in Ihrem Schreibtisch. Halten Sie Ihre Augen stets offen für Möglichkeiten die Karten zu versenden – Sie werden merken, dass es öfter passiert als sie dachten. Und wenn Sie schon dabei sind, schicken Sie auch uns eine Karte – als Wink, dass Sie unsere Newsletter bis zum bitteren Ende lesen. Wir schicken auch etwas zurück – versprochen.

SHS