

Reimagine Customer Experience

Das Kundenerlebnis
neu denken

FUJITSU

Kundenbindung
in Zeiten des Wandels

shaping tomorrow with you



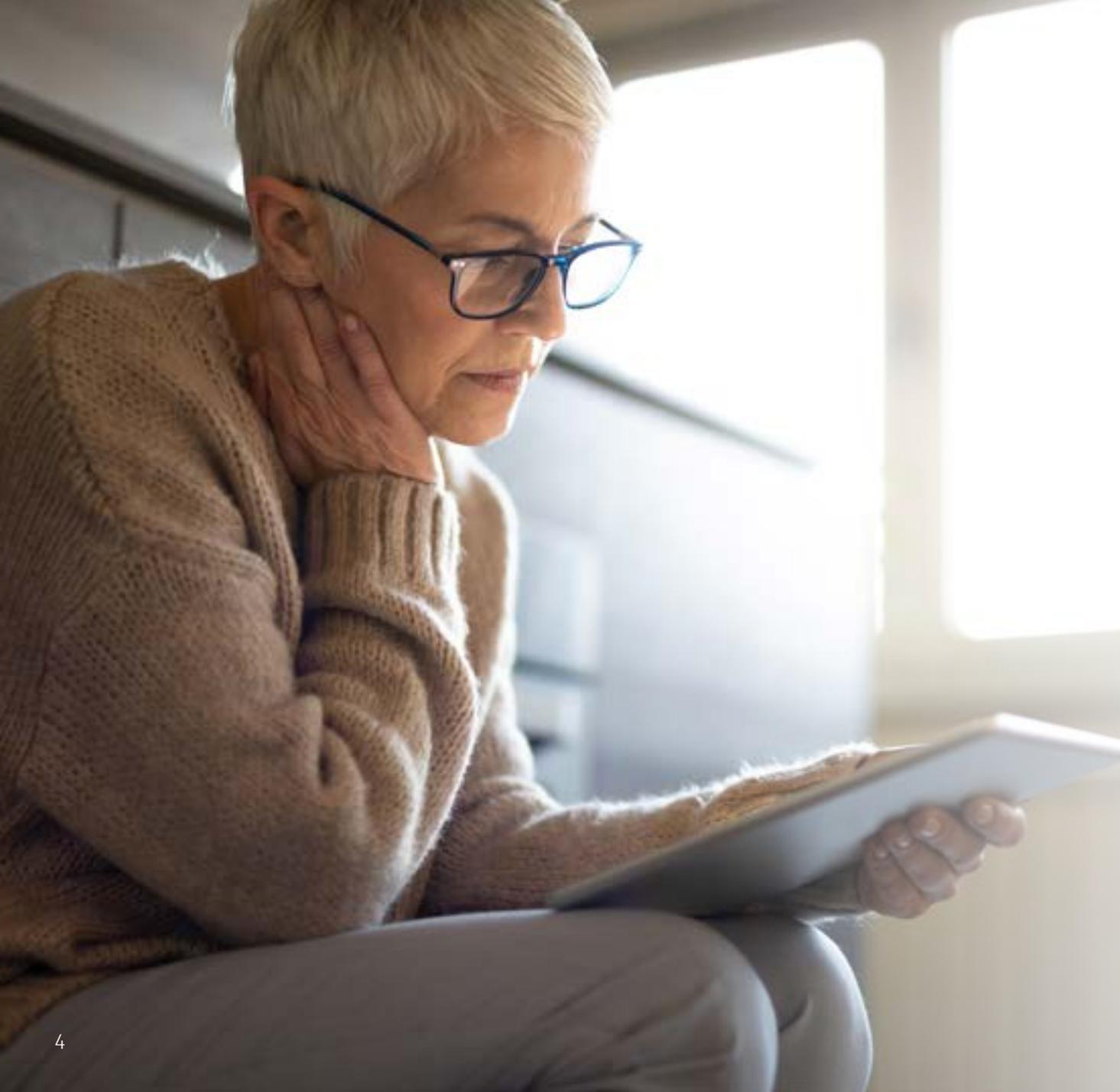
Das Kundenerlebnis neu denken

Einführung	3
Veränderung geht vom Kunden aus	5
Werden Sie aktiv	6
Bereit für neue Herausforderungen.....	7
Eine erfolgreiche Zukunft braucht Wandel.....	8
Mit Fujitsu neu denken	9
Kontaktieren Sie uns.....	9

Unternehmen haben in letzter Zeit viel durchgemacht.

Einige haben schnell auf die neuen Herausforderungen reagiert. Sie verlagerten ihr Geschäft auf digitale Kanäle und boten ihren Kunden so weiterhin Geschwindigkeit, Komfort und Sicherheit. Weniger fortschrittlich denkenden Unternehmen ist dies nicht gelungen.





Auch die Kunden haben in den letzten Monaten eine Menge durchgemacht.

Aus diesem Grund wenden sie sich Unternehmen zu, die neben Kompetenz auch über Gemeinschaftssinn verfügen. Unternehmen, die Einfühlungsvermögen zeigen. Bei denen die Kunden und deren Sicherheit an erster Stelle stehen.

Ihr Unternehmen und Ihre Kunden befinden sich auf neuem und unbekanntem Terrain. Aber Sie betreten es gemeinsam.

Ihre Aufgabe besteht darin, mit der richtigen Kombination aus Innovation, Widerstandsfähigkeit und Flexibilität großartige Kundenerlebnisse zu schaffen. Die Art von Erlebnissen, die die Kundenerwartungen übertreffen. Und einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Im Gegenzug helfen Ihnen Ihre Kunden, Ihr Geschäft nicht nur aufrechtzuerhalten, sondern sogar wachsen zu lassen.

Lassen Sie uns gemeinsam einen Blick auf diese neue Dynamik werfen.

Veränderung geht vom Kunden aus



Die Erwartungen Ihrer Kunden sind heute höher als je zuvor. Warum ist das so? Wie haben sich ihre Bedürfnisse und Werte verändert?

Für Retailer könnte es bedeuten, dass sie ihre Ladengeschäfte und den Onlineshop eng verknüpfen, um ein nahtloses Kundenerlebnis zu schaffen.

Für das Hotel- und Gastgewerbe könnte es bedeuten, einen kontaktlosen Service einzuführen, um die Gesundheit und Sicherheit der Kunden zu schützen.

Für Universitäten könnte es bedeuten, dass sie Vorlesungen und Übungen online anbieten.

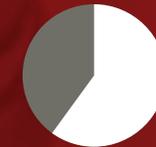
Für Unternehmen im B2B-Umfeld könnte es bedeuten, dass es einen Ersatz für persönliche Treffen gibt, um den Kontakt zum Kunden zu halten.

Wofür auch immer Sie sich entscheiden. Gewährleisten Sie dabei stets, dass Ihre Strategien agil sind. Und reagieren Sie schnell auf Feedback.

Wenn Sie sich nicht gut um Ihre Kunden kümmern, wird es ein Anderer tun.

Digitale Lösungen helfen Ihnen, diese neuen Herausforderungen zu meistern und auch weiterhin personalisierte Erfahrungen für Ihre Kunden zu schaffen.

FAKTEN-CHECK:



60 Prozent der Unternehmen sind der Meinung, dass sie ein gutes mobiles Erlebnis bieten.



Allerdings teilen nur **22** Prozent der Verbraucher diese Meinung.¹

¹ <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/05/13/40-stats-on-digital-transformation-and-customer-experience/#23a5c0c76475>

Werden Sie aktiv



Fragen Sie sich als Geschäftsführer oder Customer Experience Officer, welche neuen Werte, welche neuen Erfahrungen Sie Ihren Kunden bieten müssen.

Die Unternehmensberater von McKinsey haben vier Vorgehensweisen definiert, die Ihnen dabei helfen, unmittelbar auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden einzugehen. Damit Sie zuversichtlich in die Zukunft blicken können.

1

Sorgen Sie sich um Ihre Kunden –
Fokussieren Sie sich auf Support und echte Unterstützung, nicht auf Marketing. Behalten Sie Ihre Vision im Blick.

2

Kommen Sie Ihren Kunden entgegen –
Machen Sie es Ihren Kunden leichter und gestalten Sie ihre Prozesse kontaktlos und digital.

3

Stimmen Sie das Kundenerlebnis auf die neuen Umstände ab – Helfen Sie Ihren Kunden, Ihre digitalen Angebote zu nutzen. Für mehr Komfort und Kosteneinsparungen.

4

Die Zeiten ändern sich schnell, werden Sie agil – Setzen Sie auf Social-Media-Plattformen statt Umfragen. Vergessen Sie auch nicht, Ihre Mitarbeiter nach Ihrer Meinung zu fragen.

Vergessen Sie nicht:

Je besser Sie Ihre Mitarbeiter behandeln, desto besser werden diese mit Ihren Kunden umgehen. Eine positive Arbeitswelt ist der erste Schritt hin zu einem positiven Kundenerlebnis.

Das sind nur die ersten Schritte. Um den sich stetig wandelnden Bedürfnissen Ihrer Kunden gerecht zu werden, müssen Sie sich kontinuierlich anpassen und neu erfinden. So gelingt es Ihnen, kurzfristige Maßnahmen in langfristig erfolgreiche Strategien umzuwandeln.

Das ist Ihre Chance: Werden Sie zum Vorreiter und definieren Sie das Kundenerlebnis neu.

FAKTEN-CHECK:



33 Prozent der Verbraucher, die im vergangenen Jahr die Interaktion mit einem Unternehmen beendeten, taten dies, weil das Kundenerlebnis nicht personalisiert genug war. ²

Bereit für neue Herausforderungen



Wenn Sie sich dazu entschließen, Ihr Kundenerlebnis neu zu denken, stehen Sie vor drei Herausforderungen.

1

Geschwindigkeit

Die Welt hat sich verändert. Neue Lebens- und Arbeitsweisen sind Alltag geworden – und Sie müssen dabei mithalten.

Auch Unternehmen mussten schnell auf die sich ändernden Anforderungen reagieren. Vergessen Sie dabei nie, dass „die Interaktion eines Kunden mit einem Unternehmen besonders in Krisen einen sofortigen und anhaltenden Effekt auf sein Vertrauen und seine Loyalität“³ haben kann.

2

Flexibilität

Unser Umfeld wandelt sich noch immer schnell. Versuchen Sie dennoch herauszufinden, wie Ihre Kunden mit Ihnen in Kontakt treten wollen, und gehen Sie den Weg mit ihnen.

3

Sicherheit

Noch nie zuvor waren das Wohlergehen und die Sicherheit der Kunden für Unternehmen derart zentrale Anliegen. Künftig werden sich Kunden vor allem den Unternehmen zuwenden, die ihre Interessen am besten vertreten und ihre Bedürfnisse kennen. Schlagen Sie dazu einen optimistischen Ton an – ohne dabei die aktuelle Situation aus den Augen zu verlieren.

Um zuversichtlich in die Zukunft zu blicken und in ihr zu bestehen, reicht es nicht aus, sich zu verändern. Es geht darum, sich neu zu erfinden, um zu wachsen.

FAKTEN-CHECK:



Über die Hälfte der Verbraucher erwartet vom Kundendienst innerhalb einer Stunde eine Antwort – selbst am Wochenende.⁴

³ <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/adapting-customer-experience-in-the-time-of-coronavirus>

⁴ <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/05/13/40-stats-on-digital-transformation-and-customer-experience/#23a5c0c76475>

Eine erfolgreiche Zukunft braucht Wandel

„So haben wir das schon immer gemacht“, ist Gift für zukunftsorientierte Unternehmen. Das gilt heute mehr als jemals zuvor.

Überlegen Sie sich, wie Sie für Ihre Kunden Werte schaffen können. Dazu müssen Sie nicht nur verstehen, wie sich unsere Welt verändert hat, sondern auch erkennen, wie Sie Ihr Verhalten entsprechend anpassen können – von völlig neuen Geschäftsmodellen bis hin zu nie da gewesenen Formen der Kundenbindung.

Weil Kunden wie auch Unternehmen nach Wegen suchen, physische Plattformen zu ersetzen, rücken digitale Technologien mehr und mehr in den Mittelpunkt. Besonders nachgefragt sind Lösungen, die es den Menschen erlauben, gemeinsam digitale Erfahrungen zu machen.

Um den Erwartungen ihrer Kunden gerecht zu werden, müssen Sie einzigartige Kundenerlebnisse schaffen, die Flexibilität, Widerstandsfähigkeit und Innovation verbinden. Kundenerlebnisse, die zeigen, wie gut Sie Ihre Kunden und die Welt, in der wir leben, verstehen.

Was zukunftsorientierte Unternehmen dafür brauchen, ist ein gleichgesinnter Partner. Wir bei Fujitsu können Ihnen dabei helfen. Mit unserem Fokus auf den Menschen – und der passenden Technologie. Gemeinsam können wir das Kundenerlebnis neu denken und Realität werden lassen.

Hier geht es um weitaus mehr als digitale Transformation.

FAKTEN-CHECK:



1,15 Milliarden US-Dollar investieren wir bei Fujitsu jedes Jahr, um uns auf neue Arbeitsmodelle vorzubereiten.⁵



Mit Fujitsu neu denken

Das Kundenerlebnis ist nicht das Einzige,
was Unternehmen neu erfinden müssen.

Sie müssen sich auch fragen: Was machen Mitarbeiterbeziehungen von morgen aus? Und wie muss sich das Tagesgeschäft verändern – von der Lieferkette bis hin zum Geschäftsmodell?

Niemand weiß, was morgen kommt. Eines jedoch ist sicher: Jedes Unternehmen braucht eine starke Vision.

Wir bei Fujitsu helfen Ihnen dabei, Ihre Vision Wirklichkeit werden zu lassen.

Web www.fujitsu.com/de/reimagine

E-Mail cic@ts.fujitsu.com

Tel. 00800 372 100 00*

* Kostenfrei aus allen Netzen in Deutschland, Österreich und der Schweiz



Reimagine Customer Experience

FUJITSU

©Copyright 2020. Fujitsu, the Fujitsu logo, are trademarks or registered trademarks of Fujitsu Limited in Japan and other countries. Other company, product and service names may be trademarks or registered trademarks of their respective owners. Technical data subject to modification and delivery subject to availability. Any liability that the data and illustrations are complete, actual or correct is excluded. Designations may be trademarks and/or copyrights of the respective manufacturer, the use of which by third parties for their own purposes may infringe the rights of such owner. All rights reserved. ID-7206-028/08-2020.