

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Warum Sie sich mit diesem Ansatz <i>nicht</i> auseinandersetzen sollten – ein liebevoller „provokativer“ Exkurs</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>CX in Deutschland – Stimmen aus Presse, von Verbänden und Experten</b>	<b>5</b>
	Literatur	8
<b>3</b>	<b>Ergebnis durch Erlebnis</b>	<b>9</b>
	Literatur	10
<b>4</b>	<b>Fluch und Segen von Tipps – Empfehlungen zum richtigen Umgang mit den 111 praxisorientierte Tipps für eine erfolgreiche CX-Implementierung in Ihrem Unternehmen</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>CX-Basisarbeit: Verständnis bis Strategie</b>	<b>15</b>
	Tipp 1: Sprechen Sie früh darüber, was CX ist oder nicht (!) ist!	15
	Tipp 2: Vergessen Sie Ihre – vielleicht sogar berechtigten – Vorurteile gegenüber englischen Begriffswelten!	17
	Tipp 3: Ausschlusskriterium und Schlüsselfunktion: Die Geschäftsführung!	18
	Tipp 4: Jeder kann CX – CX ist für jede Unternehmensgröße „richtig“!	19
	Tipp 5: Verbinden Sie von Anfang an CX mit Finanzen!	22
	Tipp 6: Kein Start ohne Budget!	23
	Tipp 7: Stellen Sie sich und Ihr Unternehmen auf die Probe!	24
	Tipp 8: B2C ist nicht gleich B2B!	27
	Tipp 9: Nehmen Sie typische Hindernisse ernst und lernen Sie daraus!	29
	Tipp 10: Sorgen Sie für Klarheit, warum Kunden bei Ihnen kaufen sollen!	31
	Tipp 11: Geben Sie dem Kind einen Namen!	32
	Tipp 12: Machen Sie das Erlebnis selbst zum finanziellen Mehrwert Ihres Produktes!	33

Tipp 13: Den CX-Projektleiter gibt es nicht, die richtigen Teammitglieder auch nicht! .....	34
Tipp 14: Starten Sie zum richtigen Zeitpunkt! .....	36
Tipp 15: Leuchtturmprojekte und Pilote sind tolle Startpunkte – und deutlich besser als gar nicht zu starten! .....	36
Tipp 16: Prüfen Sie beide Seiten der Medaille auf Stimmigkeit – Kultur und Marke! .....	38
Tipp 17: Beginnen Sie mit dem „Warum“ und hören Sie nie mehr damit auf! .....	39
Tipp 18: Werden Sie zum „Geschichtenerzähler“! .....	40
Tipp 19: Räumen Sie proaktiv mit den populärsten Irrtümern auf! .....	42
Tipp 20: Definieren Sie Ihr Herzstück – sorgen Sie für eine solide Basis! ....	45
Tipp 21: Nutzen Sie die „Dilts-Pyramide“ als Orientierungshilfe! .....	46
Tipp 22: Kümmern Sie sich dringend um Ihre Vision! .....	48
Tipp 23: Erarbeiten Sie Ihre differenzierenden Kernwerte in einem Werteworkshop! .....	50
Tipp 24: Führen Sie die nötigen Diskussionen um Prioritäten! .....	54
Tipp 25: Greifen Sie zu Schere und Papier! .....	55
Tipp 26: Lassen Sie Bilder sprechen und bleiben Sie in visueller Erinnerung! .....	57
Tipp 27: Machen Sie aus Führungsprinzipien CX-Prinzipien! .....	59
Literatur .....	60

## **6 Analyse: Methoden, Messbarkeiten und die Stimmen**

<b>vorher und nachher</b> .....	61
Tipp 28: Entscheiden Sie sich für „Ihr“ Modell – das (!) richtige gibt es nicht! .....	61
Tipp 29: Bringen Sie mehr als nur Struktur in Ihre ersten Schritte – mit der Customer Journey! .....	66
Tipp 30: Feinarbeit ist gefragt! .....	70
Tipp 31: Machen Sie etwas aus Ihren „Noch-nicht-Touchpoints“! .....	72
Tipp 32: Erarbeiten Sie aussagekräftige Personas! .....	73
Tipp 33: Sorgen Sie für Messbarkeit und die richtigen Messgrößen! .....	75
Tipp 34: Stellen Sie die richtigen Fragen! .....	77
Tipp 35: Nutzen Sie Vorhandenes! .....	81
Tipp 36: Hören Sie auf die Stimmen der Mitarbeiter vor dem CX-Start! ....	85
Tipp 37: Fangen Sie bei den Kundenbedürfnissen an! .....	86
Tipp 38: Etablieren Sie kontinuierliche Blitzbefragungen! .....	89
Tipp 39: Kennen Sie die Erwartung Ihrer Kunden? .....	89
Tipp 40: Sprechen Sie mit Menschen, statt Datenberge zu wälzen! .....	91
Tipp 41: Sprechen Sie auch mit Nichtkunden! .....	93

Tipp 42: Messen Sie Verhalten statt Daten und sprechen Sie auch über Verhalten statt Daten! .....	93
Tipp 43: Denken Sie an Quick Wins! .....	94
Tipp 44: Überzeugen Sie durch Handeln, nicht durch Schlagworte! .....	95
Tipp 45: Setzen Sie CX als Fixpunkt auf die Agenden aller regelmäßigen Besprechungen! .....	96
Tipp 46: Tun Sie's einfach! .....	96
Tipp 47: Schaffen Sie sich ein CX-Cockpit – Fallbeispiel Vattenfall .....	98
Gastbeitrag: Exkurs: Marktforschung goes CX .....	102
Literatur .....	105

## 7 Von Kick-off bis Kultur: Überzeugen, begeistern, die richtigen

<b>Menschen einbinden</b> .....	107
Tipp 48: Schaffen Sie die Basis und arbeiten Sie an einer CX-Kultur! .....	107
Tipp 49: Binden Sie alle Mitarbeiter ein – von Anfang an! .....	113
Tipp 50: Vergessen Sie klassische Kommunikation und klassisches Lernen: Lassen Sie Erlebnisse wirken! .....	116
Tipp 51: Manchmal hilft ein Kopfstand! .....	119
Tipp 52: Geistige Brandstiftung: So machen Sie Lust auf „mehr“! .....	120
Tipp 53: Nutzen Sie Videos als Quelle für Emotion und Inspiration! .....	121
Tipp 54: Nutzen Sie Humor als Transportmittel! .....	122
Tipp 55: Machen Sie Werte erlebbar, statt Leitbilder aufzuhängen! .....	122
Tipp 56: Bündeln Sie Ihr komplettes „Change-Management-Wissen“ – Sie werden es brauchen! .....	124
Tipp 57: Kümmern Sie sich ruhig auch um die „Hardware“! .....	125
Tipp 58: Wie wäre es mit einem CX-Raum? .....	127
Tipp 59: Denken Sie über Gewohnheiten und Rituale nach – und wie Sie diese verändern können! .....	131
Tipp 60: Nutzen Sie einfache Instrumente für den Umgang mit Dauernörglern! .....	133
Tipp 61: Überraschen Sie Ihre Mitarbeiter! .....	135
Tipp 62: „Family & Friends“: Machen Sie Markenbotschafter aus Ihren Mitarbeitern! .....	136
Tipp 63: Suchen Sie Ihre „vernetztesten“ und kreativsten Mitarbeiter und geben Sie ihnen Freiheiten, Zeit und Raum! .....	137
Tipp 64: Lassen Sie die Mitarbeiter selber Lösungen suchen und finden! .....	139
Tipp 65: Trainieren Sie Mitarbeiter – auch mal in Eigenregie! .....	140
Tipp 66: Implementieren Sie das „Bright-Spot-Denken“! .....	141
Tipp 67: Inspiration, Mut und Querdenken sind erwünscht! .....	142
Tipp 68: Holen Sie interne Konflikte an die Oberfläche und kümmern Sie sich darum! .....	143
Tipp 69: Machen Sie's auch Ihren Mitarbeitern einfach! .....	145

Tipp 70: Sorgen Sie früh für Feedback – intern wie extern! .....	146
Tipp 71: Mein wunderbarer Arbeitsplatz – Schaffen Sie ihn! .....	148
Tipp 72: Unterstützen Sie Ihre Führungskräfte! .....	149
Tipp 73: Machen Sie CX zum Teil Ihres Führungsinstrumentariums! .....	150
Tipp 74: Sorgen Sie für Konsequenzen! .....	152
Tipp 75: Haben Sie die richtigen Mitarbeiter? Lassen Sie die richtigen gehen! .....	153
Tipp 76: Feiern Sie! .....	155
Gastbeitrag: Andere Workshopformate – Wie Sie Ideen und Kreativität zum Sprudeln bringen und Mitarbeiter zu Mitarbeitern machen .....	155
Literatur .....	167

## **8 Von Kundenversprechen zu Wow-Erlebnissen: Maßnahmen**

<b>und Tools für die Umsetzungsphase</b> .....	169
Tipp 77: Sammeln Sie Best-Practice-Ideen und machen Sie was draus! .....	171
Tipp 78: Sammeln Sie Beispiele aus dem eigenen Erleben als Kunde! .....	172
Tipp 79: Installieren Sie die Idee und den Flop des Monats! .....	172
Tipp 80: Klären Sie, wer Ihre Kunden sind! .....	173
Tipp 81: Analysieren Sie die „wahren“ Alternativen Ihrer Kunden! .....	174
Tipp 82: Lieben Sie Ihre Kunden? Dann lassen Sie die richtigen Mitarbeiter an den relevanten Touchpoints arbeiten! .....	175
Tipp 83: Nehmen Sie's persönlich! .....	176
Tipp 84: Sourcen Sie nie Ihr Herzstück aus! .....	178
Tipp 85: Es geht nichts über Feedback! .....	179
Tipp 86: Ermutigen Sie Kunden dazu, sich zu beschweren! .....	180
Tipp 87: Nutzen Sie Beschwerden als CX-Schatzkiste! .....	181
Tipp 88: Behalten Sie die Service-Evergreens im Blick! .....	183
Tipp 89: Heben Sie das Anspruchsdenken – von „selbstverständlich“ zum WOW! .....	185
Tipp 90: Nutzen Sie die CX-Prinzipien wie eine Checkliste! .....	186
Tipp 91: Machen Sie es Ihren Kunden leicht! Machen Sie es Ihren Kunden leicht? .....	187
Tipp 92: Brechen Sie Muster! .....	189
Tipp 93: Es darf auch „Win-Win“ sein! .....	190
Tipp 94: Nutzen Sie Kooperationen! .....	191
Tipp 95: Machen Sie CX, seine Botschaften und Erfolge sichtbar! .....	192
Tipp 96: CX geht auch online! .....	196
Tipp 97: Nutzen Sie die Chancen von Social Media als Erlebnistreiber! .....	197
Tipp 98: Digital funktioniert nur, wenn die Mischung stimmt! .....	203
Gastbeitrag: Sorgen Sie für Texte, die's bringen! .....	207
Literatur .....	212

<b>9 Kulturwandel statt Aktionismus: So entstehen langfristig</b>	
<b>Begeisterung und Wow!</b> .....	215
Tipp 99: Loben, loben, loben! .....	215
Tipp 100: Besser geht immer! .....	217
Tipp 101: Ermöglichen Sie Spontaneität! .....	217
Tipp 102: Lernen Sie von den Besten, die auch immer besser werden! .....	219
Tipp 103: Nutzen Sie Trends! .....	220
Tipp 104: Tauschen Sie sich mit ganz anderen Branchen aus! .....	222
Tipp 105: Sorgen Sie nicht nur für ein stimmiges Kundenerlebnis – zeigen Sie es auch anderen Kunden! .....	222
Tipp 106: Nutzen Sie Ihre Fans! .....	224
Tipp 107: Erweitern Sie Ihren CX-Radius: Auch Bewerber sind Kunden! ....	225
Tipp 108: Beschäftigen Sie sich mit Neurowissenschaften! .....	228
Tipp 109: Nutzen Sie aufmerksamkeitsstarke Auszeichnungen und Awards! ...	229
Tipp 110: Alle Jahre wieder – und dazwischen regelmäßig! .....	230
Tipp 111: Nehmen Sie sich ein bis zwei Tage Zeit für den Serviceteil dieses Buches! .....	230
Literatur .....	237
<b>10 Ausblick – Die Zukunft von CX?</b> .....	239
<b>11 Service</b> .....	241
Meine Interviewpartner und CX-Experten .....	241
CX-Glossar .....	247
Literatur .....	254
<b>Danke!</b> .....	271

<http://www.springer.com/978-3-658-10527-3>

Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus  
Customer Experience Management – 111 Tipps zu  
Touchpoints, die Kunden begeistern  
Glattes, K.  
2016, XXVIII, 274 S. 66 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-658-10527-3