

ALLES FÜR DEN KUNDEN

DER KUNDE IM MITTELPUNKT BIETET CHANCEN

Für **88 %** der Unternehmen gehört die **Kundenzentrierung** derzeit zu den wichtigsten Themen.

Für **77 %** der befragten Unternehmen ist das **zunehmende Kundenbedürfnis nach individuelleren Produkten und Services** eine Chance für Wachstum und mehr Umsatz.

Knapp die Hälfte der Unternehmen (49 %) beurteilen ihre derzeitige Kundenzentriertheit als **nicht gut**.

In mehr als **einem Drittel** der Unternehmen ist das **Kundenerlebnis** **Chefsache** (35%).

DER KUNDE IST ANSPRUCHSVOLLER KÖNIG

Auswirkung der Digitalisierung auf die Kundenbeziehungen der Unternehmen:



Hindernisse auf dem Weg zu mehr Kundenzentrierung:



5 SCHRITTE ZUM DATENGETRIEBENEN GESCHÄFTSMODELL

Stufe 5

Das Geschäftsmodell eines **datengetriebenen Unternehmens** etabliert sich.

Stufe 4

Zusätzlich werden **externe Daten genutzt**.

Stufe 3

Die Kundeninformationen sind **kanalübergreifend konsolidiert**.

Stufe 2

In den Kommunikationskanälen werden **Kundendaten aggregiert**, aber die **Kanäle sind isoliert voneinander**.

Stufe 1

Die **Datenhaltung** ist lediglich für die regulatorischen Notwendigkeiten ausgelegt.

44 % systematische Markt- und Meinungsforschung

Was die Unternehmen heute schon tun, um Daten zu bekommen

28 % Bündelung eigener Leistungen mit den Angeboten anderer Unternehmen zu **einem Gesamtpaket**

37 % größerer Handlungsspielraum für Mitarbeiter im Kundenservice, um **individuelle Wünsche** zu erfüllen

KONKRETE ERFOLGE DER KUNDENZENTRIERUNG:

Umsatzsteigerung:	32 %
mehr Cross- und Up-Selling:	29 %
mehr Weiterempfehlungen:	29 %
mehr Neukunden:	22 %
mehr Kosteneffizienz:	19 %
Gewinnsteigerung:	15 %