

ECONOMICS OF CEM

buljan & partners

EXCEEDING EXPECTATIONS



Kaufentscheidungen werden heutzutage mehr denn je durch Emotionen getroffen. Ein gutes Produkt zu liefern, reicht aus Unternehmenssicht schon lange nicht mehr aus, um sich von der Konkurrenz abzuheben und Kunden langfristig zu binden. Es sind die persönlichen Erfahrungen des Kunden, die entscheiden!

Schaffen Sie positive individuelle Kundenerfahrungen und machen Sie diese zu Ihrem wirtschaftlichen Vorteil!

Durch ein effizientes **Customer Experience Management (CEM)** wird eine emotionale und nachhaltige Bindung zwischen Kunden und Ihrem Unternehmen aufgebaut, die sich auszahlt!

Welche Schlüsselfaktoren begründen die Kaufentscheidung und Treue Ihrer Kunden?

Preissensibilität

Emotional an ein Unternehmen gebundene Kunden sind weniger preissensibel und weniger anfällig für Konkurrenzangebote!

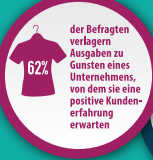
28% der Kunden geben an, dass der Preis ausschlaggebend für eine Kaufentscheidung ist!



72% der Befragten sagen aus, dass eine positive Kundenerfahrung das entscheidende Kriterium für eine Kaufentscheidung ist!

Share of Wallet

Kunden halten einen Teil ihres möglichen Budgets zurück bzw. geben ihn bei der Konkurrenz aus. Erhöhen Sie die Kaufbereitschaft Ihrer Kunden, indem Sie diese positiv überraschen und emotional berühren!

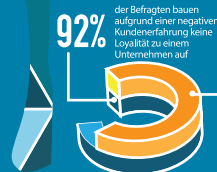


Kundenloyalität

Customer Experience unterstützt die nachhaltige Loyalisierung der Kunden. Eine ausgeprägte Kundenloyalität ist besonders wichtig, da Neukundenakquise fünf Mal teurer ist, als Bestandskunden zu pflegen!



62% der Befragten bleiben aufgrund einer positiven Kundenerfahrung einem Unternehmen mindestens 5 Jahre treu



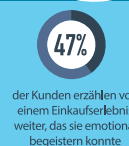
85% davon wandern nach dem dritten schlechten Erlebnis zur Konkurrenz ab

Weiterempfehlung

Zufriedene Kunden sind die besten und kostengünstigsten Werbeträger eines Unternehmens!



Problematik
Im Vergleich zu einem positiven Kundenerlebnis erzählen Verbraucher ein schlechtes Kundenerlebnis deutlich öfter weiter



Quellen:

Buljan & Partners Customer Study 2012: <http://cem-vebraucherstudie2012.buljanandpartners.de/>
Oracle 2012 CX Index Report Europe: "Why customer satisfaction is no longer good enough", 2012
American Express Global Customer Service Barometer: "Good service is good business: American consumers willing to spend more with companies that get service right", 2011
TNS: "Finding faster growth: Loyalty and new spend"
IMPACT branding & design: "The Importance of Keeping Your Customers Happy", 2013
<https://twitter.com/brownisdotcom/status/459115421866526768/photo/1>

