

DAS RELATIONSHIP MAGAZIN



Denis Diderot + der scharlachrote Mantel der Verführung
Ein Philosoph des 18. Jahrhunderts erklärt Cross-Selling ganz einfach

Das 1. MarTech Strategie Camp
Die Highlights

Vorsicht vor CRM-Trends

Fokus-Thema: Customer Experience CX
2 ganz frische Reports

25 Lese- und Hörtipps für Sie

Fokus-Thema: Strategie -
unser CXO-Special

36
Seiten voll
Stoff

Heute Fokus





INHALT

03

INTRO, IMPRESSUM

04

DER REIFEGRAD – CHECK

05-07

Denis Diderot und der scharlachrote Mantel der Verführung

08-12

Rückblick Barcamp 14.11.2024: Die Highlights

13-15

Vorsicht vor CRM-Trends – das ist sonst wie Schrotflinten-schießen

16-19

Fokus-Thema:
Customer Experience CX

- KPMG CX-Monitor
- CX-Monitor von Hafner/Henn

20-25

20 Lese-Tipps und weitere
5 Hör-Tipps

- Top Ten Artikel CRM-Tech.World
- Meinert Jacobsens KI-Podcast-Tipps
- Top Ten Artikel LinkedIn

26-34

Fokus-Thema:
Strategie – unser CXO-Special

- “Kurs setzen” auf Effizienz, Sicherheit und Profitabilität
- Soll man sich von unrentablen Kunden trennen? Ja, nur wie.
- Wie sieht die perfekte IT-Landscape aus?

35

Kontakt und Was wir sonst noch so alles – für Sie – machen können.

Schwerpunkt-Thema: Customer Experience CX - 2 Studien

Studie 1:

Der KPMG US Customer Experience CX Excellence Report zeigt, was die Top Branchen aus CX-Sicht sind.

Studie 2:

Die Kollegen Hafner und Henn haben in Ihrem Report weitere wichtige Aspekte herausgearbeitet, worauf es bei Customer Experience ankommt.



KPMG CX-Monitor

Der KPMG US Customer Experience CX Excellence Report zeigt, was die Top 10 Branchen (hier nur die Top 5) aus CX-Sicht sind. Ist das eine Überraschung? Ganz vorne ist der Lebensmitteleinzelhandel, dann auf Platz 2 die Finanzdienstleister und auf Platz 3 der Non-Food-Einzelhandel, Platz 4 und 5 sind "Restaurants und Fast Food" und "Reisen und Hotels".

Ob das alles so auf D bzw. DACH übertragbar ist, ist gar nicht so wichtig.

Die Kernfrage ist:

1. Wie sieht es bei mir – in meinem Unternehmen – aus?
2. Wie sehen das meine Kunden? – Im Vergleich – zur Konkurrenz und – im Vergleich zu den so genannten Top-Unternehmen (unabhängig von der Branche).
3. Was machen die Top-CX-Unternehmen anders als andere.
4. Warum nehmen die Kunden dieser Top-Unternehmen "die CX positiv wahr" und bei anderen leider nicht?

Als Führungskraft (Leiter CRM) bei Breuninger habe ich im Bereich CX viel gelernt. Das Handelsunternehmen war immer sehr stark von der Hotellerie und Gastronomie geprägt. Das fand ich sehr gut. Bis heute.

Das Motto von Marriott "We are Ladies and Gentlemen, who are serving Ladies and Gentlemen" habe ich zwar erst ein paar Jahre später gelernt. Aber schon als Kind habe ich diese Grundphilosophie bei Breuninger gespürt.



Diese Philosophie prägt mein Denken und Handeln bis heute. Ergänzt und weiterentwickelt durch viele positive und negative Erfahrungen.

Wenn man mit offenen Augen durchs Leben geht, sieht man vieles von dem, was der KPMG-Monitor ans Licht bringt.

Das tun wir bei allen unseren Projekten: Schauen, wo es klemmt, wo es flutscht, wo es Optimierungspotenzial gibt.

Immer nach dem Motto: Kann man Gutes noch besser machen? Ja, das geht. Denn Stillstand wäre Rückschritt. :-) Und wir wollen gemeinsam mit unseren Kunden immer ganz vorne dabei sein.

Alle Bilder und der Link zum Download findet Ihr hier:



CX-Monitor von Hafner/Henn

Breaking Up the Silos – Die Erfolgsformel für CX und Collaboration

Der neue CX-Report von Nils Hafner und Harald Henn bestätigt eine der hartnäckigsten Thesen im Customer Experience Management:

Das Aufbrechen von Funktionssilos ist entscheidend für nachhaltigen Erfolg.

Unternehmen, die weiterhin in isolierten Abteilungen denken, werden den steigenden Anforderungen an Personalisierung, Automatisierung und Innovation nicht gerecht.

Neue Formen der Zusammenarbeit als Schlüssel zum Erfolg

Ein Wandel in der Zusammenarbeit ist unabdingbar. Mutige Unternehmen sollten über organisatorische Anpassungen nachdenken.

Die Auswahl der richtigen Software ist dabei eine Herausforderung – immerhin gibt es über 14.000 MarTech-Tools. Wir unterstützen Unternehmen seit Jahren dabei, strategisch die besten Lösungen zu finden.

Strategische Umsetzung statt Einzelmaßnahmen

Der CX-Report zeigt deutlich: Nur eine ganzheitliche Strategie führt zum Erfolg. Isolierte Maßnahmen bringen wenig.

Dabei darf ein kritischer Punkt nicht vergessen werden: Die Adress- und Datenqualität. Auch wenn es ein ungeliebtes Thema ist, bildet es die Basis für jede erfolgreiche Automatisierung und Personalisierung.



Customer Journey Management & Lernschleife

Eine erfolgreiche CX-Strategie erfordert eine Kombination aus besserer Zusammenarbeit, dem Aufbrechen von Silos und laufende kontinuierlicher Verbesserung. Wer das Feedback von Mitarbeitenden und Kunden ernst nimmt und daraus einen internen Verbesserungsprozess ableitet, zündet eine Wachstumsrakete. Mitarbeiter sind begeistert von den neuen Möglichkeiten, Kunden profitieren von besseren Erlebnissen.

2025: Zeit für mutige Entscheidungen

Das kommende Jahr wird eine Herausforderung. Doch gerade raue See ist ideal, um Veränderungen anzustoßen und den Status quo in Frage zu stellen. Jetzt ist die Zeit, Silos aufzubrechen, Zusammenarbeit neu zu denken und eine kundenzentrierte Organisation aufzubauen.

Wer tiefer in das Thema einsteigen möchte, findet hier wichtige Infos..

**Hier der Link zum
Download!**





Harvard Business manager

153.051 Follower:innen

4 Monate •

+ Folgen ...

Unser [#Führungstipp](#) der Woche kommt dieses Mal von [Georg Blum](#), Geschäftsführer bei 1A Relations. 💡

Als Harvard Business manager-Chefredakteurin Antonia Götsch die 30.000 Follower auf LinkedIn geknackt hatte, teilte sie 20 Erkenntnisse über [#Führung](#), die sie selbst gerne früher gehabt hätte – und fragte auch ihre Community nach ihren besten [#Tipps](#). Dabei kamen so viele gute Sätze, Weisheiten und Anregungen zusammen, dass wir uns entschieden haben, die besten davon mit Ihnen zu teilen.

„Wenn du bestehendes Denken [verändern](#) willst, musst du bestehende Strukturen zerstören.“

[Community-Führungstipp](#) von Georg Blum (Geschäftsführer 1A Relations)



WAS WIR SONST NOCH SO MACHEN



KONTAKT:



+49 38425 429 099



info@1a-relations.com



www.CRM-TECH.WORLD

www.1A-Relations.com

Jetzt Termin kostenlos 30-Minuten Beratungstermin vereinbaren:



HIER NOCH EIN BLICK AUF UNSERE REFERENZEN

Ausgewählte Referenzen (nach Branchen)

Dienstleister	Industrie	Handel/ eCommerce	Verlage/Medien
• 1&1 Internet • 11880 • CURRENTA • eBay • Deutsche Post • FC Union Berlin • Glöckle Direkt • HDI Gerling • HUK Coburg • Kabel BW • Landesmesse Stuttgart • Loyalty Partner/Payback • Motel One • Pawlik Consultants • Schwenninger BKK • Studienkreis • SüdWestMetall • VFB Stuttgart	• 3M • Baader Planetarien • Baden Baden Cosmetics • Berentzen Gruppe • Bernhard Schulte Group • Ensinger Kunststoffe • Festo • Festool Elektrowerkzeuge • Gropper Molkerei • Kone Aufzüge • Knorr Bremse • MEA-Baustoffe • Motorenwerke Hatz • Rothenberger Werkzeuge • Securiton • WIKA	• Apollo Optik • Blässinger • Gehe Phamhandel • Gustav Baehr • Hugo Boss Retail • MDM Münzhandel • Mister Spex • Otto Multi-Channel Retail • RAJAPACK • Staples • Thalia Holding • Udo Bär • Viking + Office Depot • Walser Automotive • WMF • Wöhrl Modehaus • ZG Raiffeisen	• Augsburg Allgemeine • Bauer Media Group • Behr's • ePA-cc • Eugen Ulmer • Gruner&Jahr • Hans Soldan • Haufe Lexware • Klett Gruppe • Landwirt Agrar Medien • Oldenbourg Verlag • Öko-Test • Schlütersche Mediengr. • Verlag f. d. dt. Wirtschaft • Verlagsgruppe Oettinger • WEKA Media • Werkzeugforum.de

In Summe über 250 Projekte bei über 100 Kunden, davon ca. 50 % B2B/B2B2C bzw. ca. 50 % B2C

36

Seiten voll
Stoff

