

CUSTOMER EXPERIENCE

KW46

TRENDING TOPIC

ANDRÉ PAETZEL
DIRECTOR DIGITAL CONSULTING
T: +492113807574 | M: 01621338384
WWW.GREY.DE |
[HTTP://TWITTER.COM/GREY_GER](http://TWITTER.COM/GREY_GER)



STATE OF MARKETING REPORT [3]

- Kundenzufriedenheit ist wichtiger als Umsatzwachstum oder Neukundengewinnung
- 65% der befragten Marketer haben eine „Customer Journey Strategie“
- Kontextualität zwischen ON- und Offline ist dabei von größter Bedeutung
- Anwender erwarten personalisierte, konsistente Markenerlebnisse, unabhängig von Kanal und Gerät
- Marketer werden zu Customer Experience Designern
- Erstellung entsprechender nahtloser Angebote erfordert kein Kampagnen-basiertes Vorgehen, sondern eine ganzheitliche Strategie

GOOGLE ONLINE PURCHASE

- Mobilisierung des Kunden verlangt die Fokussierung auf „Micro Moments“
- Google setzt Fokus auf people needs: I-Want-To-Know, I-Want-To-Go, I-Want-To-Buy and I-Want-To-Do Moments
- Guide for micro moments
<https://goo.gl/yoVu7N>

CUSTOMER JOURNEY MAPPING

- Strategie, nicht nur für den Bereich CX (Customer Experience), sondern auch für Marketing-, Service-, User Experience (UX)-, Produktmanagement- und IT-Abteilungen
- „Inventur“ der Kundendaten unabdingbar
- Kontexte verstehen und Fachbereich übergreifend anwenden ist das Ziel

LINKS TO KNOW

1. [HTTP://WWW.ABSATZWIRTSCHAFT.DE/DIE-CUSTOMER-JOURNEY-MUSS-ENTZAUBERT-WERDEN-88949/](http://WWW.ABSATZWIRTSCHAFT.DE/DIE-CUSTOMER-JOURNEY-MUSS-ENTZAUBERT-WERDEN-88949/)
2. [HTTPS://WWW.THINKWITHGOOGLE.COM/TOOLS/CUSTOMER-JOURNEY-TO-ONLINE-PURCHASE.HTML#!/THE-US/ARTS-AND-ENTERTAINMENT/LARGE/GENERIC-PAID-SEARCH](https://WWW.THINKWITHGOOGLE.COM/TOOLS/CUSTOMER-JOURNEY-TO-ONLINE-PURCHASE.HTML#!/THE-US/ARTS-AND-ENTERTAINMENT/LARGE/GENERIC-PAID-SEARCH)
3. [HTTP://WWW.SALESFORCE.COM/DE/COMPANY/NEWS-PRESS/PRESS-RELEASES/2016/03/160331.JSP](http://WWW.SALESFORCE.COM/DE/COMPANY/NEWS-PRESS/PRESS-RELEASES/2016/03/160331.JSP)



ACTION SUMMARY

„Gemeinschaft zur Verbreitung wirtschaftlichen Sachverstands“

Die Mission der Verlagsgruppe Handelsblatt. Eine Mission, die sowohl Mitarbeiter als auch Kunden, Partner und Freunde des Hauses mitnehmen soll auf eine Reise, bei der die Kollaboration und das gemeinsame entwickeln im Fokus stehen. Egal ob beim Terrassengespräch, Pathfinder oder Hackathon.

Die Möglichkeit, Marke zu erleben, ist vielfältig. Dafür braucht es eine zielgerichtete Ausrichtung und gemeinsame Mission.

CUSTOMER EXPERIENCE

KW46

ANDRÉ PAETZEL

DIRECTOR DIGITAL CONSULTING

T: +492113807574 | M: 01621338384

WWW.GREY.DE |

[HTTP://TWITTER.COM/GREY_GER](http://TWITTER.COM/GREY_GER)



CUSTOMER EXPERIENCE MAP



CUSTOMER SETUP

„It's all about context“

Die Kontextualität zwischen On- und Offline ist für alle von uns eine der größten Herausforderungen. Denn wie nur, soll man gelernte Prozesse aufbrechen? Oder soll man dies überhaupt?

In der digitalen Welt verändern sich die Touchpoint-Möglichkeiten fast täglich. Marketer werden zu Customer Experience Designern und die gestern getätigte Maßnahme muss heute schon wieder überdacht werden. Trotzdem gibt es nur einen Weg.

Den nach vorne. Und den erreicht man am besten, wenn man „einfach mal macht“.

Twitter: <https://twitter.com/paetzel>

Linkedin: <https://de.linkedin.com/in/paetzel>



André Paetzel
andre.paetzel@grey.de