# In drei Schritten zum optimierten Kundenkontaktpunkt

**Veröffentlicht** am 25. Juni 2020

**Tags:** Fachbeiträge, Banken und Versicherungen, Prozessoptimierung und -management, Strategieberatung

Mit dem Fachbeitrag Customer Experience Management im (Retail-)Banking haben wir die Beitragsreihe zum Thema «Customer Experience Management» (CEM) lanciert. Darin führten wir in aller Kürze in die Thematik CEM ein und beleuchteten das Potenzial des gelebten Kundenerlebnismanagements insbesondere im (Retail-)Banking.

In diesem zweiten Teil der Beitragsreihe zeigen wir eine Möglichkeit auf, wie APP Sie beim Thema CEM und damit bei der Optimierung von Kundenkontaktpunkten unterstützen kann. Dabei nähern wir uns in drei Schritten dem gemeinsamen Ziel, Ihren Kunden über den kompletten Kundenlebenszyklus ein positives Kundenerlebnis zu bieten und damit die Kundenzufriedenheit sowie Kundenloyalität zu steigern.




*Abbildung 1: Optimierung von Kundenkontaktpunkten in drei Schritten*

## Schritt 1: Erfassen

Nach dem Besprechen der Ausgangslage und dem Definieren der konkreten Vorgehensweise, wählen wir gemeinsam einen spezifischen Prozess aus, der mehrere Kundenkontaktpunkte enthält und bei welchem bereits Optimierungspotenzial vermutet wird. Mittels Customer Journeys werden die zu durchlaufenden Zyklen aus Kundensicht erfasst und gleichzeitig die einzelnen Kundenkontaktpunkte mit dem Unternehmen festgehalten.

## Schritt 2: Analysieren

Die identifizierten Kontaktpunkte gilt es anschliessend hinsichtlich Kriterien, wie beispielsweise Kundenfreundlichkeit, Relevanz und Effizienz zu analysieren. Basierend auf der Analyse schätzen wir das Optimierungspotenzial der einzelnen Kontaktpunkte ab und priorisieren gemeinsam deren Überarbeitungen.

## Schritt 3: Redesignen

Im Rahmen von (Innovations-)Workshops werden die ausgewählten Kundenkontaktpunkte neugestaltet und dabei im Zusammenspiel mit dem kompletten Prozess hinsichtlich Kundenbedürfnisse, technologischer Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit aufeinander abgestimmt.

Sie dürfen gespannt sein auf einen weiteren Beitrag in Form einer Erfolgsgeschichte zur praktischen Anwendung der vorgestellten Herangehensweise.

Möchten Sie mehr über dieses spannende Thema erfahren oder wissen, wie die APP auch Sie bei einem herausfordernden Vorhaben unterstützen kann? Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Lesen Sie mehr zum Thema «Customer Experience Management»:

Fachartikel «Customer Experience Management im (Retail-)Banking» vom 20. Februar 2020