

**Digital Customer Experience:
Buzzword oder Chance für
KMU?**



Agenda

1. Einführung
2. Digital Customer Experience
3. Digital Customer Experience Map
4. Chance für B2B-KMU
5. Aktuell aus der Praxis
6. Handlungsempfehlungen für B2B-KMU

Einführung



Früher

Heute

Zukunft

Abb. 1: Entwicklung zur Digital Customer Experience

Digital Customer Experience

- USP nicht mehr durch Produkt
- Digitale Erfahrung des Kunden ausschlaggebend
- Jeder Kontaktpunkt (Touchpoint) ist wichtig
 - Erfahrungen müssen begeistern!
- Einnahme der Kundenperspektive
 - Digital Customer Experience Mapping

Digital Customer Experience Map

Zeitpunkt der Erfahrungsreise	Aufmerksamkeitsphase		Entscheidungsphase			Kaufphase		Nachkaufphase	
Touchpoints	Werbeanzeigen im Internet gesehen	Durch Suchmaschinenanfrage gefunden	Aufruf der Website	Aufruf relevanter Produkte	Scannen der Produktinformationen	Bearbeitung Warenkorb	Bestellvorgang	Bestätigungs- mails	Kundenservice

Abb. 2: Vereinfachte, beispielhafte Darstellung der identifizierten digitalen Touchpoints



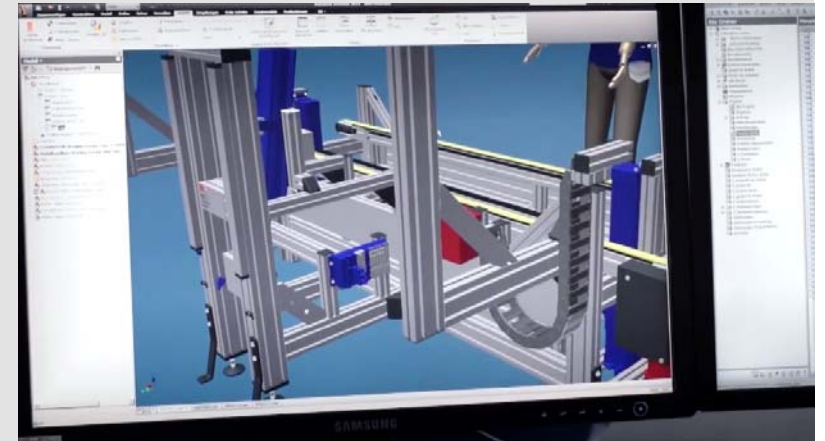
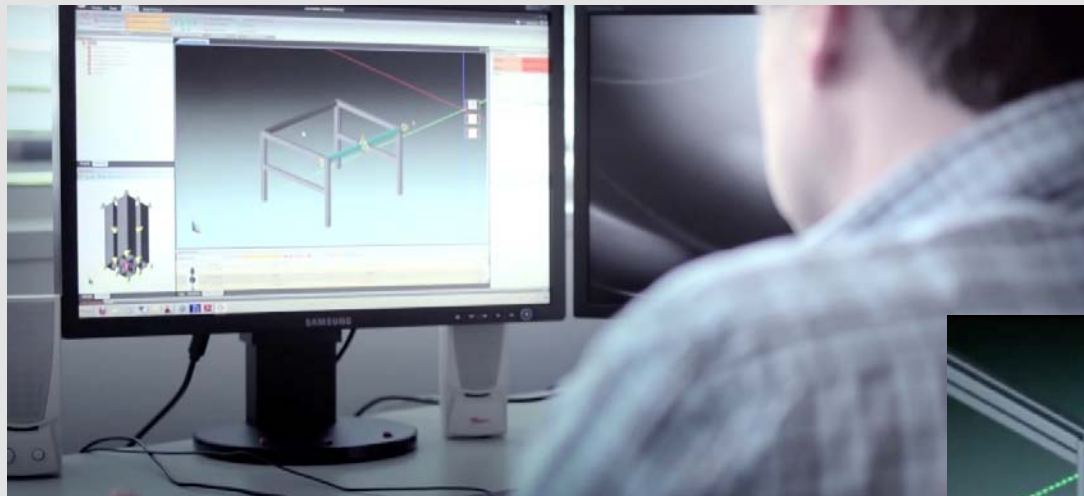
Touchpoints	Bewertung der Moments of Truth		
	😊	😐	😞
Werbeanzeigen im Internet gesehen			
Aufruf der Website			
Aufruf relevanter Produkte			
Scannen der Produktinformationen			
Bestellvorgang			
Kundenservice			

Abb. 3: Beispielhafte Bewertung der bedeutendsten Touchpoints

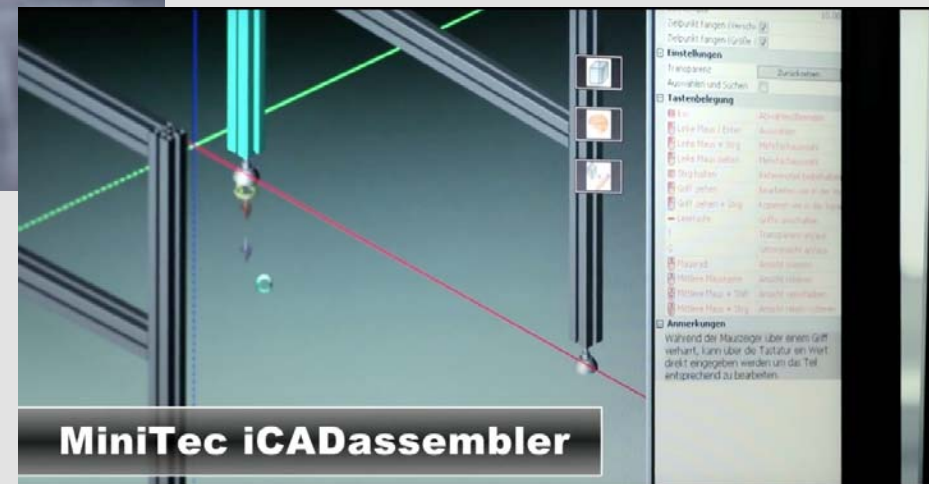
Chancen für B2B-KMU

- Individuelle Gestaltung der Touchpoints durch KMU
→ Abhängig von Ressourcenverfügbarkeit
- Vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten durch längerfristigen Kaufprozess
- Durch Erlebnis- und Erfahrungswerte Vertrauen aufbauen
→ Langfristige Geschäftsbeziehung, hohes Kaufrisiko

Aktuell aus der Praxis



MiniTec bietet iCAD Assembler für Kunden zur digitalen Konstruktion



Handlungsempfehlungen für B2B-KMU

- Fokus nicht allein auf Produkt oder Dienstleistung
- Kundenperspektive durch individuelle Digital Customer Experience Map
- Digitale Erfahrungen der Kunden positiv gestalten
→ Den Kunden online mit Erlebnis begeistern!



Quellen

Folie 3:

Abbildung 1: Eigene Darstellung

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=-txLuP1DCc4> (Abgerufen am 04.01.2018, 16:32)

Folie 4:

Robier, J. 2016. *Das einfache und emotionale Käuferlebnis – Mit Usability, User Experience und anspruchsvolle Kunden gewinnen*. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag., Seite 17ff *Customer Experience*

Folie 5:

Abbildung 2: Eigene Darstellung in Anlehnung an:

Kilian, D.; Mirski, P. 2016. *Digital Selling - Erfolgreiche Strategien und Werkzeuge für B2B-Marketing und Vertrieb*. Wien: Linde Verlag, Seite 123ff

Folie 6:

Kreutzer, R. T.; Rumler, A; Wille-Baumkauff, Benjamin, 2015. *B2B-Online-Marketing und Social Media - Ein Praxisleitfaden*, Wiesbaden: Springer Gabler, Seite 15ff

Folie 7:

<https://www.minitec.de/service/service/software> (Abgerufen am 23.11.17, 14:56)

Bilder: <https://www.minitec.de/unternehmensfilm> (Abgerufen am 29.12.17, 16:12)

Folie 10:

<https://www.youtube.com/watch?v=ruA6h03Gkv0> (Abgerufen am 02.01.2018, 17:55)

**Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**