

Checkliste

1. **Gewünschte Customer Experience definieren**

Vorteile für den Kunden darstellen und **Prozesse ohne Stolpersteine** gestalten.

-> Die Customer Experience bei HAFA-Treppen ist so gestaltet, dass der Informationszufluss an den Kunden im Vordergrund steht. Zudem gibt es hier Möglichkeiten der visuellen Darstellung der zukünftigen Treppe.

2. **Dem Kunden zuhören.**

Alle Gelegenheiten nutzen, um **Produkt und Service** in der digitalen Welt **mithilfe des Feedbacks zu verbessern**.

-> HAFA-Treppen arbeitet nah am Kunden. Der Kunde und die Lösung für ihn steht im Mittelpunkt. Hier werden Konfigurator, Kostencheck, Musterpakete, ein Lexikon uvm. angeboten.

3. **Micro Moments kennen.**

Touchpoints kennen und diese in der Kommunikation auf die gemeinsamen Ziele ausrichten.

-> HAFA-Treppen kennt die Gedanken und Absichten der Kunden, sodass diese mit in die Customer Journey mit eingebaut worden sind. Beispielsweise wurde ein Kostencheck eingebaut, um diesen Punkt schnell klarzustellen.

4. **Glaubwürdig handeln.**

Authentisch agieren und Erwartungen der Nutzer auf allen Kanälen erfüllen. Ein einheitliches Erlebnis schaffen. Vernetzen Sie alle Abteilungen und arbeiten Sie Hand in Hand, um somit Kundendaten aus verschiedenen Systemen zu synchronisieren. -> Die Customer Journey von HAFA-Treppen basiert darauf im Großen und Ganzen immer den nächsten Schritt in die Wege zu leiten. Das heißt, dass im Anschluss an die digitale Konfiguration des Produkts die Möglichkeit besteht ein Musterpaket anzufordern und einen Kostencheck in Auftrag zu geben.

5. **Kunden dauerhaft binden.**

Kunden nicht in Verträge ketten, sondern jeden Tag aufs Neue um sie bemühen.

-> Durch die Firmenphilosophie „Für jede Treppe die perfekte Lösung“ zeichnet sich HAFA-Treppen aus. Hier arbeitet man nah am Handwerk und den Kunden, um so das optimale Ergebnis für jeden Kunden aufs Neue zu ausarbeiten.

6. ROI ZU ROE.

Vom einfachen Marketing für den Verkauf eines Produktes distanzieren und zum Engagement Marketing übergehen.

-> HAFA-Treppen emotionalisiert anhand von Fotos & Videos den Kunden. Die Marke lässt anhand von Eindrücken und Knowledge das fertige Endprodukt abbilden, sodass statt Produktmarketing die Steigerung der Lebensqualität erreicht wird.

ROE von Social Media Vorgängen

Engagement	Aktiver Beitrag	Sich beteiligen	Etwas erstellen
<ul style="list-style-type: none">•Besuchen•Schauen•Herunterladen•Lesen•Spielen•Investieren	<ul style="list-style-type: none">•Erfahrungsberichte verfassen•Feedback•Bewertung•Ideen beitragen	<ul style="list-style-type: none">•Fan werden•Anfreunden•Folgen•Beitreten•Diskutieren	<ul style="list-style-type: none">•Video erstellen•Nachrichten verfassen•Beiträge teilen•Produkt für das Unternehmen entwerfen

Niedrig -> Hoch für die Auszahlung des Engagements

7. Storytelling

Erzählen Sie eine Geschichte über Ihre Marke/ ihr Unternehmen und nutzen Sie dafür die drei Hauptelemente:

- ✦ Ihre Marke
- ✦ Ihre Kunden
- ✦ Ihre Mitarbeiter

8. Verfolgen und Messen.

Nutzen Sie Analytics und Big Date. Verfolgen Sie Ihre Kunden an jedem Berührungspunkt (Touchpoint). Messen Sie Ihre Ergebnisse und passen Sie sich den Veränderungen an.

9. **Seien Sie Visionär.**

Kunden lieben neue Technologien. Fragen Sie sich, wie diese Technologie ihr Kundenerlebnis verbessern kann.