

The logo for CX PARTNER, featuring the letters 'CX' in a bold, sans-serif font, followed by a diagonal slash, and then the word 'PARTNER' in a smaller, all-caps, sans-serif font. The logo is white and set against a black rectangular background.

CX PARTNER

Der CEM Monitor 2021

Customer Experience Management Survey

in Zusammenarbeit mit MULTI CONNECT



Robert Klein
CEO
CX Labs GmbH
start@cxlabs.de



Manfred Artmeier
CCO
Multiconnect GmbH
manfred.artmeier@multiconnect.de

Vorwort der Autoren

Kaum ein Schlagwort hat in den letzten Jahren eine solche Bedeutung gewonnen wie „Customer Experience“ (CX). Dies hat durchaus seine Berechtigung. In einer Geschäftswelt stets steigender Vergleichbarkeit und Transparenz wird das Kundenerlebnis immer mehr zum Faktor, der den entscheidenden Ausschlag für den Geschäftserfolg macht.

Das Kundenerlebnis lässt sich hierbei aber nicht auf einen einzigen Touchpoint reduzieren, sondern muss ganzheitlich gedacht werden. Andernfalls bleibt es eine marketing-getriebene Floskel.

Dieser holistischen Sicht widmet sich das Customer Experience Management (CEM).

Im Rahmen des CEMs entwickeln sowohl CX Labs als auch Multiconnect technische Lösungen für beste CX. Ein guter Grund, sich dem CEM in Form einer Marktstudie anzunehmen.

Unser Survey „CEM Monitor 2021“ zeigt Herausforderungen, Chancen und Trends für das CEM auf. Dabei berücksichtigen wir in der Studie regionale Besonderheiten, die Unterschiede zwischen B2B und die Einflüsse durch die Corona-Pandemie.

Hierfür konnten wir auf Aussagen von mehr als 100 Survey TeilnehmerInnen zurückgreifen. Jeder und jedem von ihnen gilt unser Dank.

Wir hoffen, dass Ihnen die Lektüre des Surveys Denkanstöße liefert. Über einen Austausch dazu würden wir uns sehr freuen.

Über Multiconnect

Die Multiconnect GmbH ist einer der Marktführer für Cloud-Telekommunikationsdienste im deutschsprachigen Raum – gerade in Verbindung mit der Lösungsplattform iMos®.

Mit ihren Geschäftsfeldern liefert Multiconnect Lösungen und Produkte „aus einer Hand“ und deckt die ganze „Call Journey“ eines Kunden ab: Von der Identifikation des Anrufgrundes mit Multiconnect Call Tracking bis hin zur effektiven Anrufverteilung mit dem Cloud Contact Center iMos® Connect.

Dank mehr als 300 Geschäftskunden verarbeitet Multiconnect mehr als 2,5 Mrd. Minuten Gesprächsvolumen p.a. und erwirtschaftet dabei einen Umsatz von über 30 Mio. EUR pro Jahr (2020).

Mehr dazu auf:

www.multiconnect.de und

www.cloud-calltracking.de

Über CX Labs

Die CX LABS GmbH wurde Anfang 2020 im Herzen von München vom CX Experten Robert Klein gegründet.

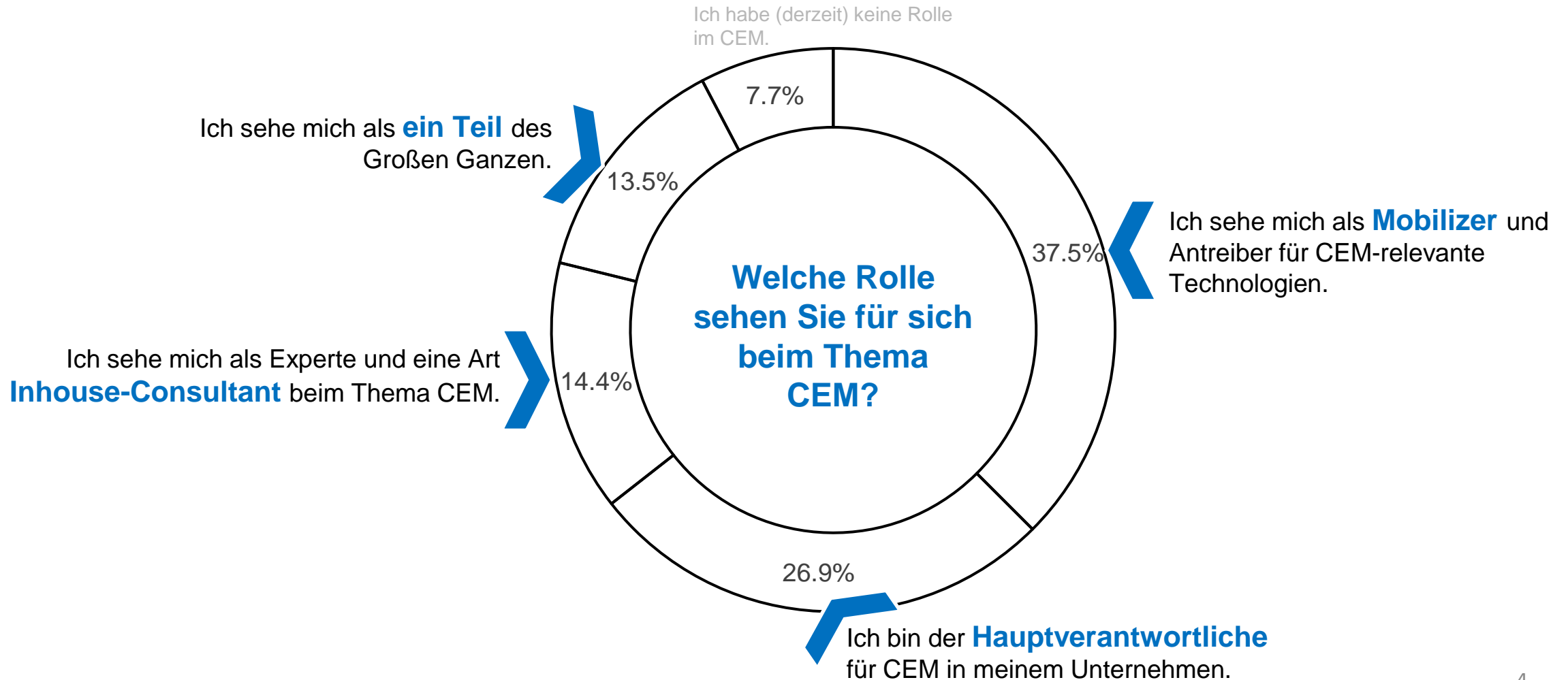
Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmen schnell, unkompliziert und vollkommen digital bei ihren Herausforderungen in der Business-Kommunikation zu helfen. Exklusive Partnerschaften mit Premiumherstellern – im Softwarebereich genauso wie in der Telekommunikation – ermöglichen völlig neuartige, innovative und sichere Lösungen.

CX LABS gibt all seinen Kunden ein zentrales Leistungsversprechen: Wir sind der schnelle und sichere One-Stop-Shop. Unsere Lösungen sind online schnell verfügbar und dabei ganzheitlich sowie sofort produktiv einsetzbar. Der Erfolg gibt CX LABS damit recht – bereits 6 Monate nach Gründung hatte das Unternehmen mehr als 120 Kunden aus der ganzen DACH Region.

Mehr dazu auf:

www.cxlabs.de

Die TeilnehmerInnen des CEM-Monitors sind echte Taktgeber.



CEM Monitor 2021: Top 3 Take-Aways

- 1 Gutes CEM wird verstärkt als der **entscheidende Wettbewerbsvorteil** angesehen, dies gilt sowohl für den B2B- als auch den B2C-Bereich.
- 2 Trotz der hohen Relevanz des Themas gibt es in den Unternehmen **zu wenig klare Verantwortlichkeiten**, Technologien und Prozesse. Die Entscheider wünschen sich hier eine erheblich **höhere Top Management Attention**.
- 3 Die **Corona-Krise** hat für den **Customer Service massive Herausforderungen** gebracht: hohes (v.a. telefonisches) Fallaufkommen und hohe Kundenerwartungen stehen steigendem Kostendruck, personellen Engpässen und technologischem Nachholbedarf gegenüber.



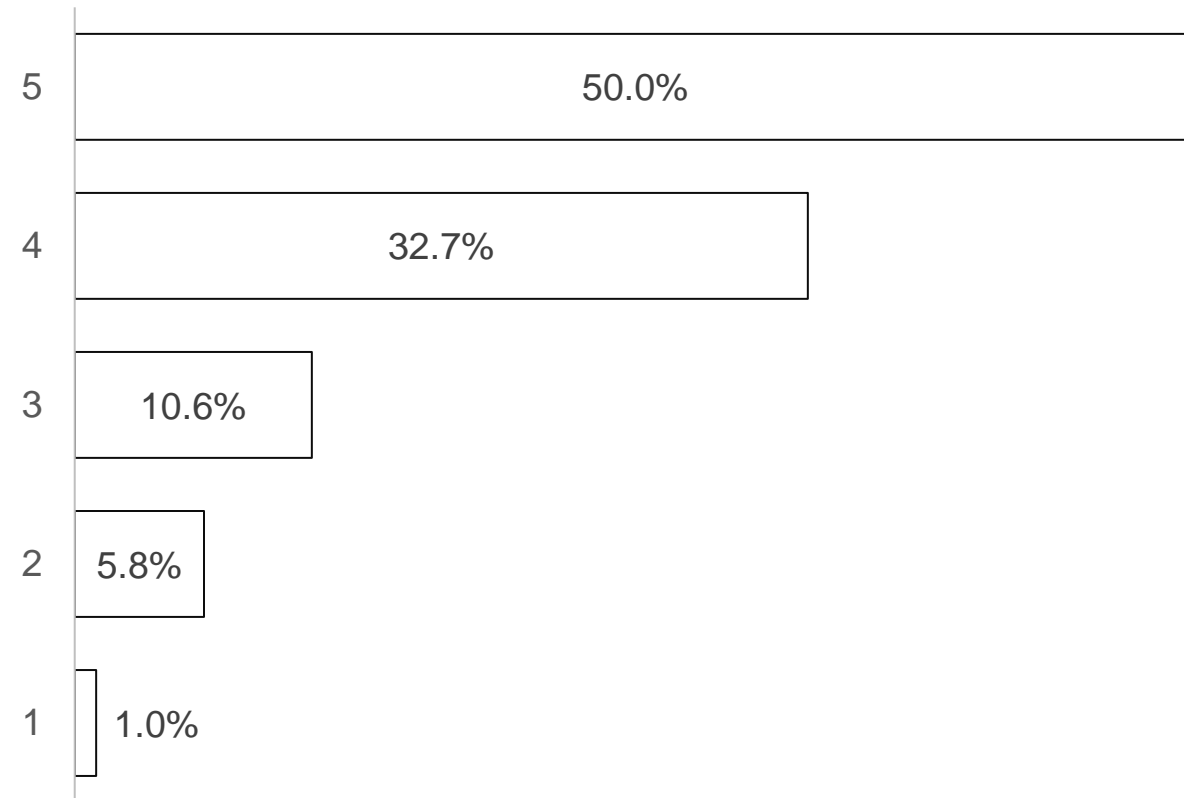
1 CEM – Bedeutung,
Erfolgsfaktoren &
Verantwortlichkeiten

CEM ist der kritische Erfolgsfaktor von Unternehmen.

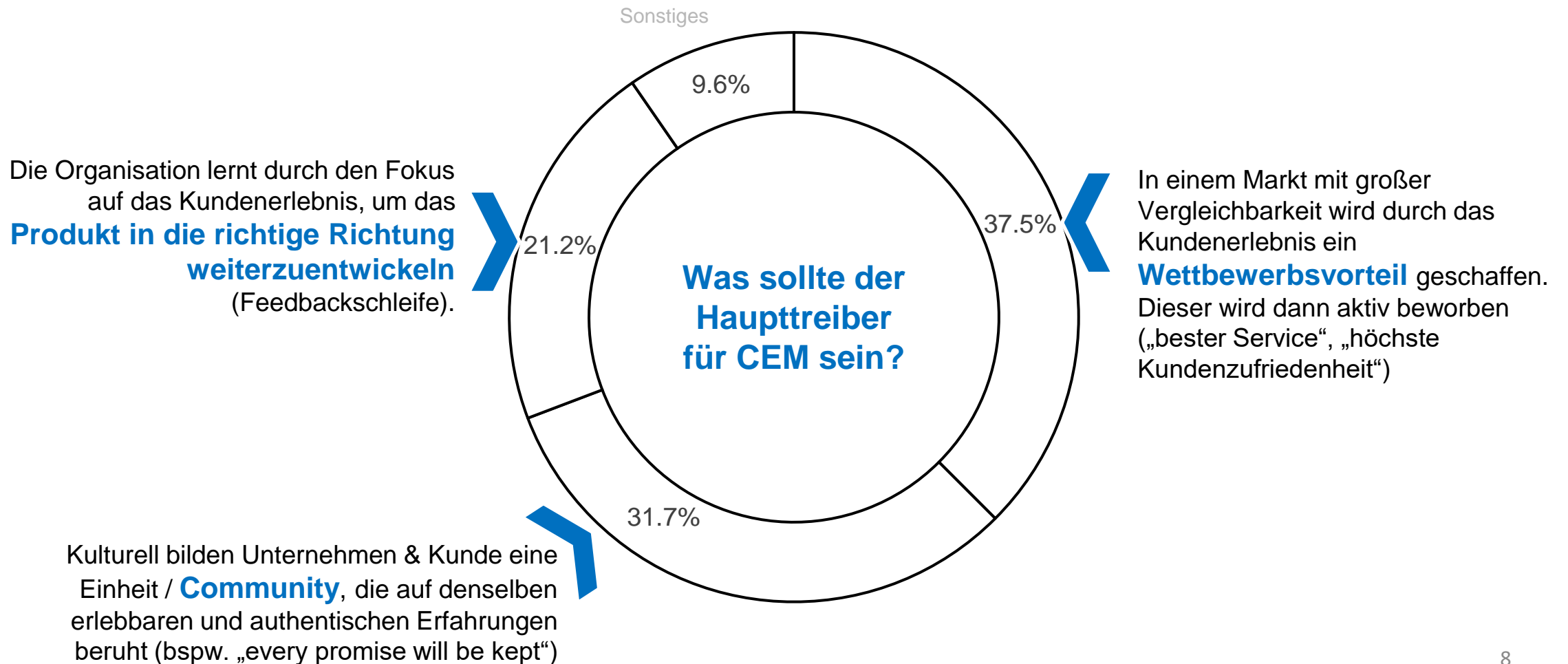
Auf einer Skala von

1 (unwichtig) bis **5 (sehr wichtig)**,

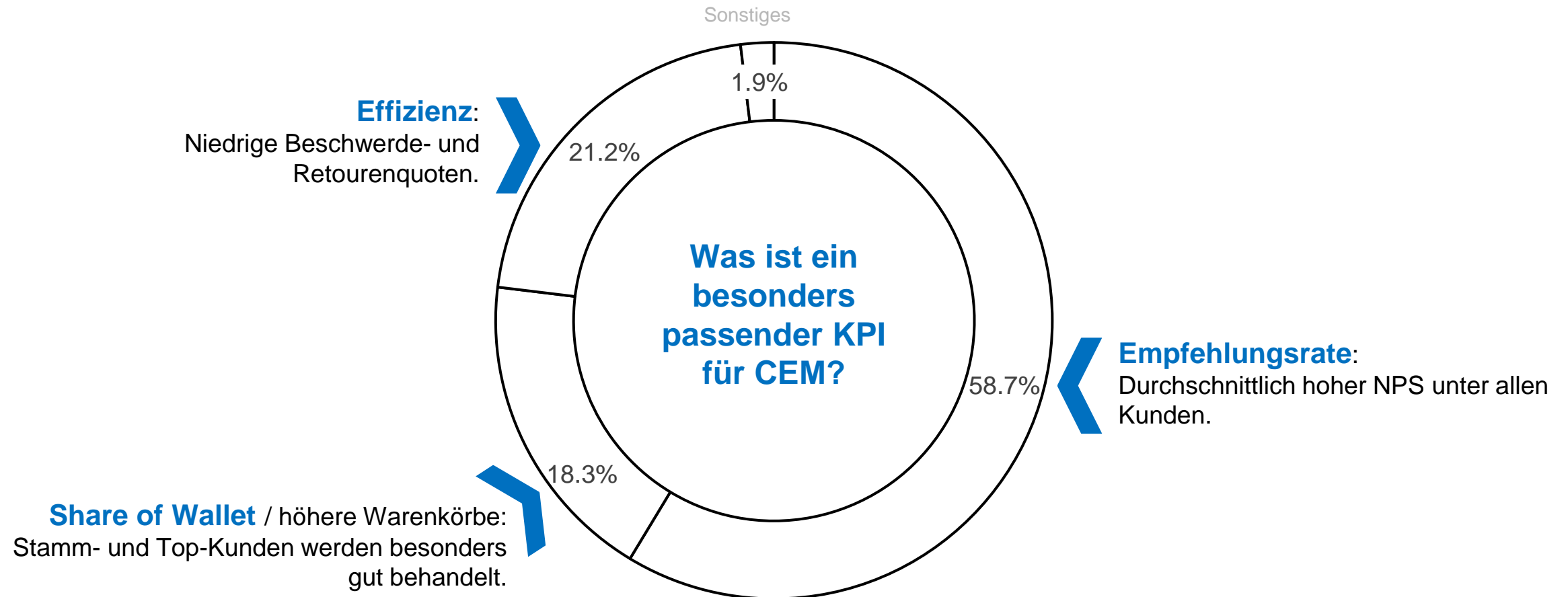
**für wie wichtig halten Sie
Customer-Experience-Management
(CEM) für den nachhaltigen
Geschäftserfolg Ihres
Unternehmens?**



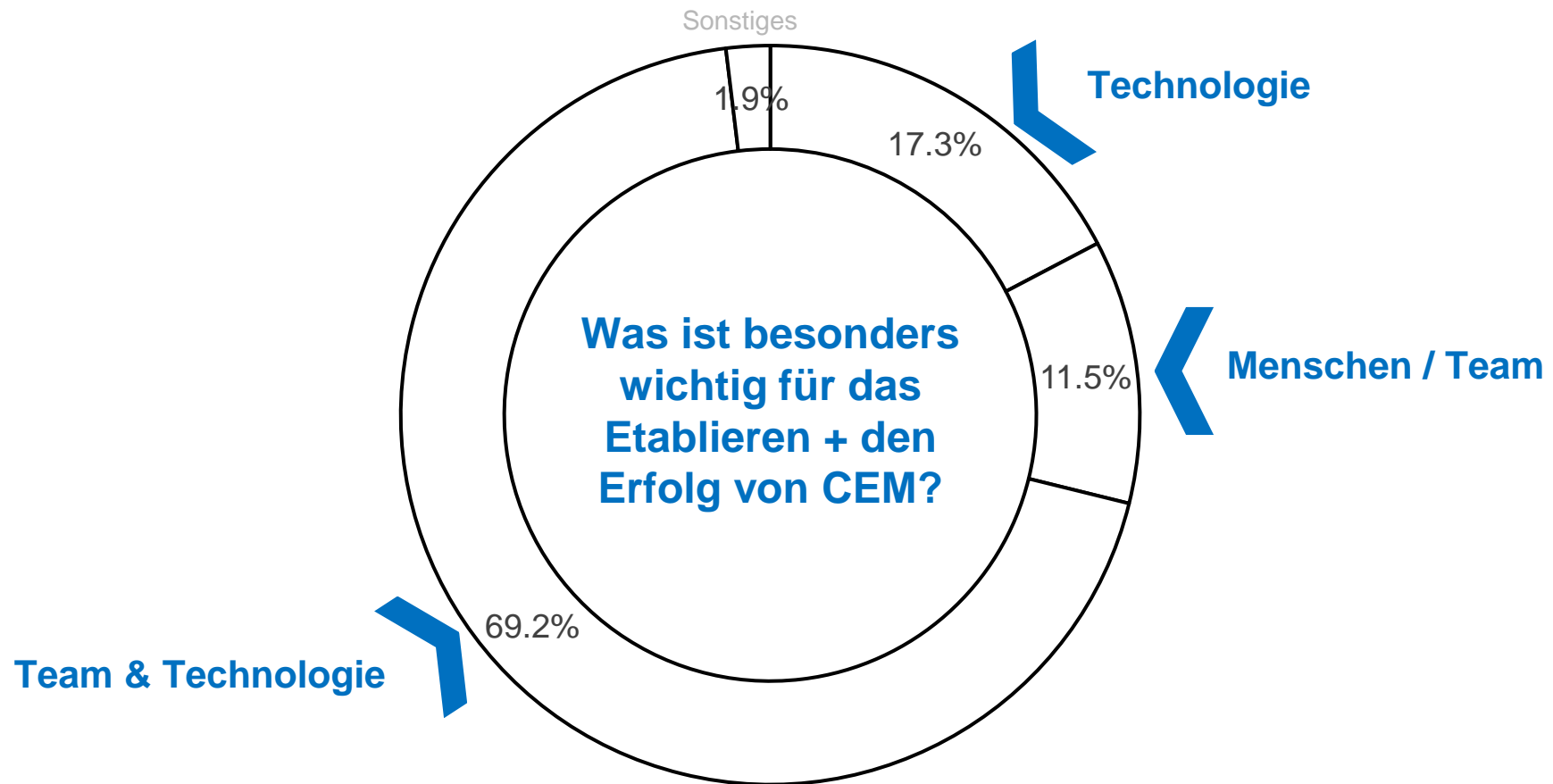
CEM ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.



Der Net Promoting Score (NPS) ist **der CEM KPI**.



Nur die Verzahnung von Tech & Team bringt den Erfolg.

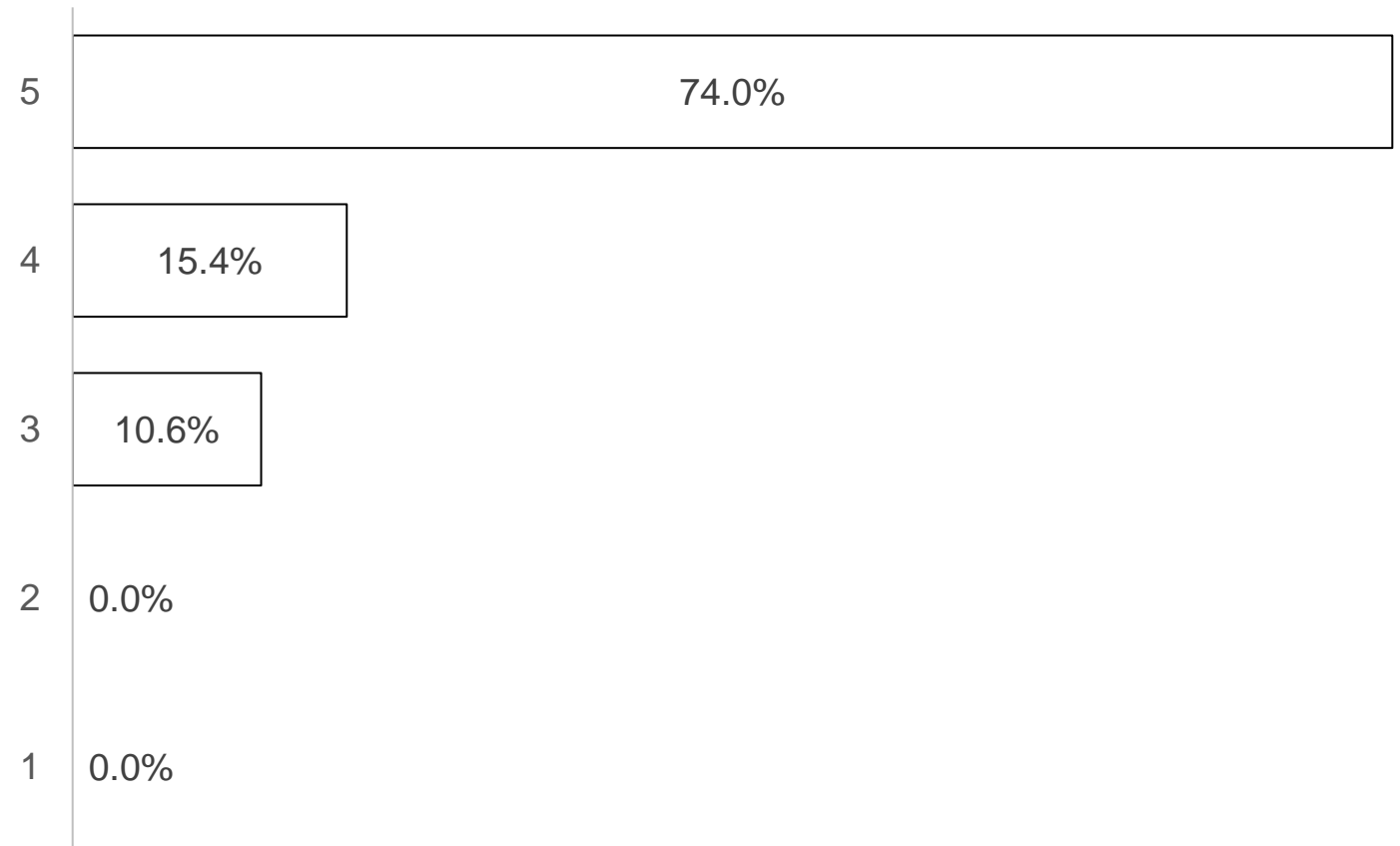


CEM sollte eine Top-Management Aufgabe sein.

Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Gutes CEM braucht Top-
Management Attention –
nur so kann es gelingen.“**

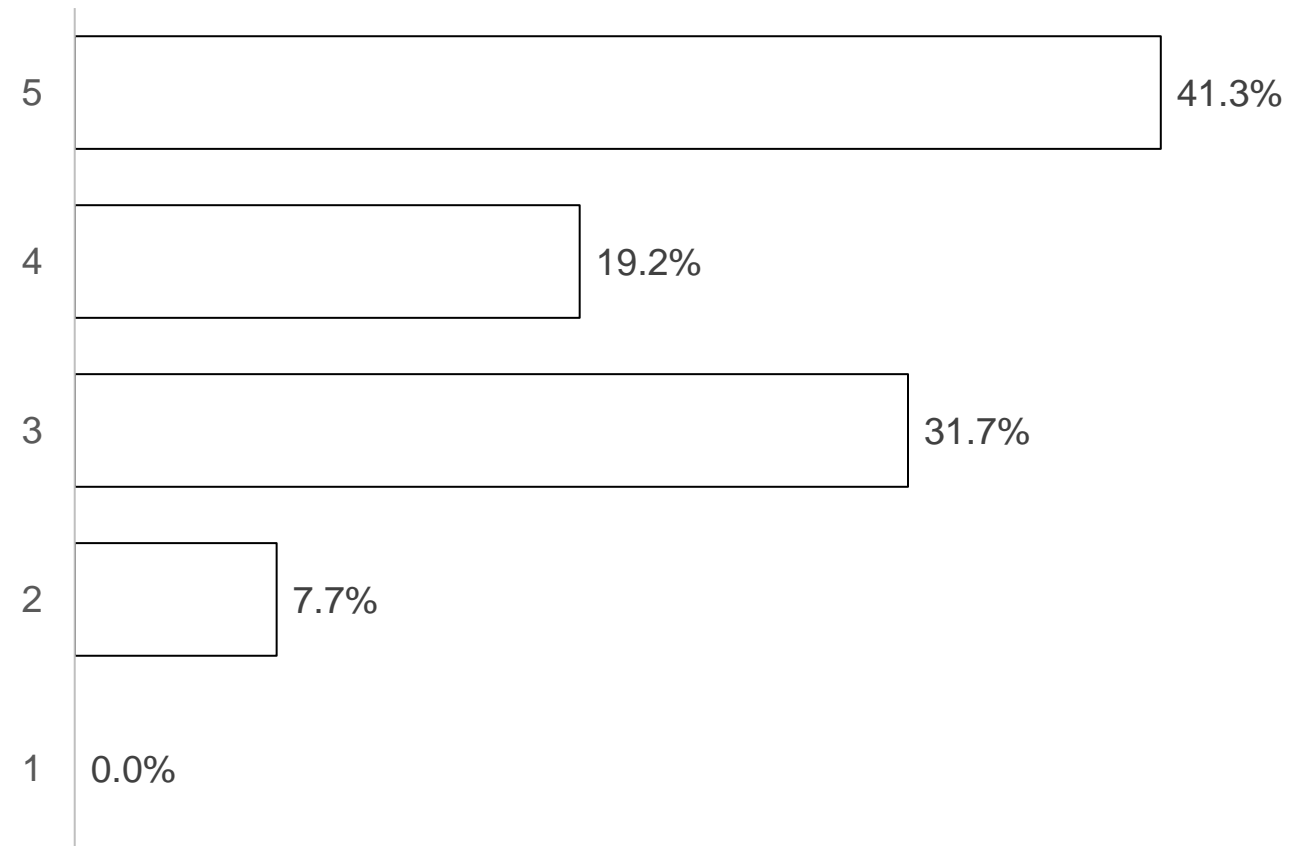


Customer Service braucht klare Verantwortlichkeiten

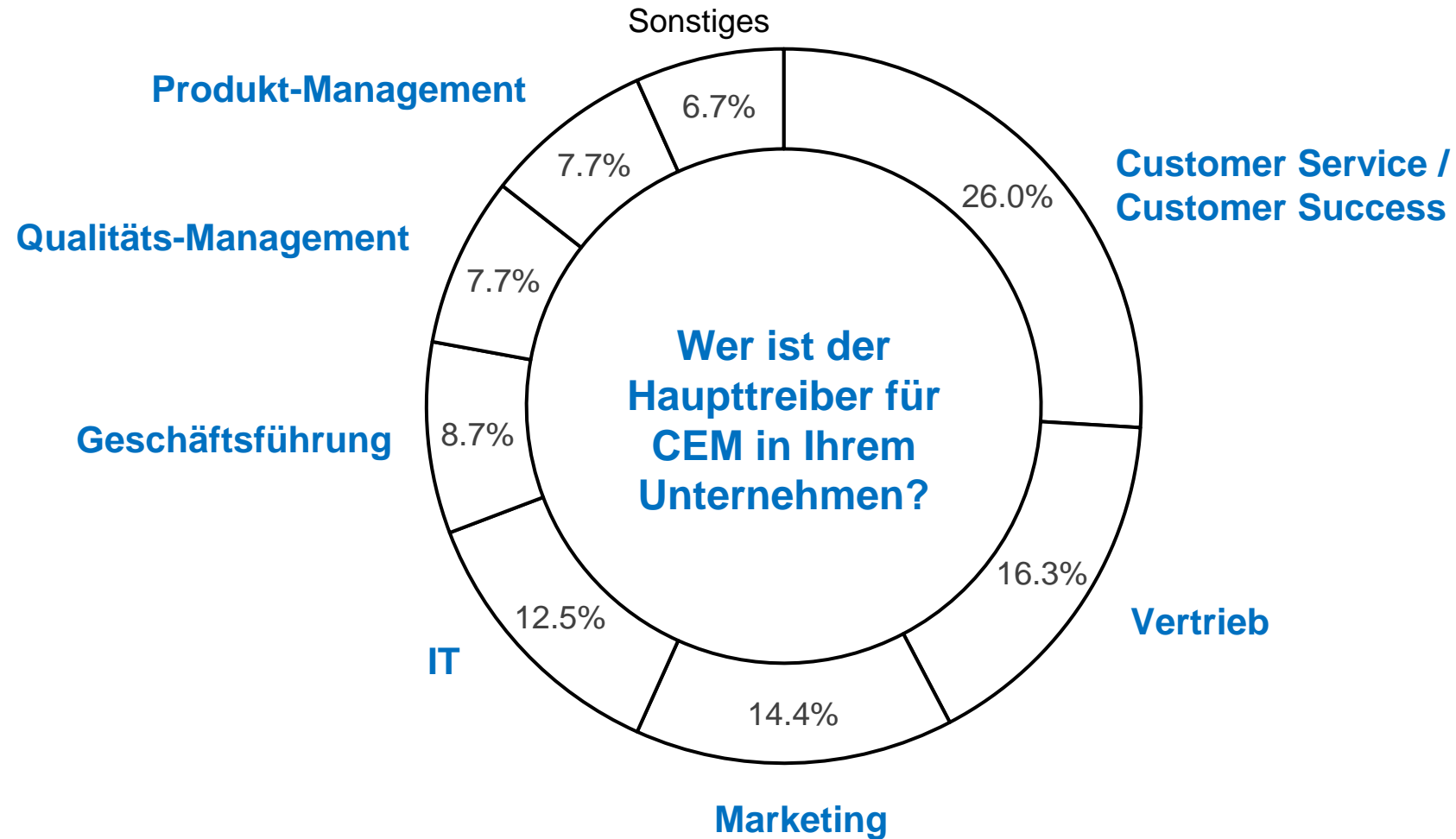
Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

„Customer Service und Customer Success sollte eine Person / ein einheitliches Team verantworten, eine Trennung der Verantwortlichkeiten ist hier nicht gut.“



CEM – eine heterogene Stakeholder-Struktur.

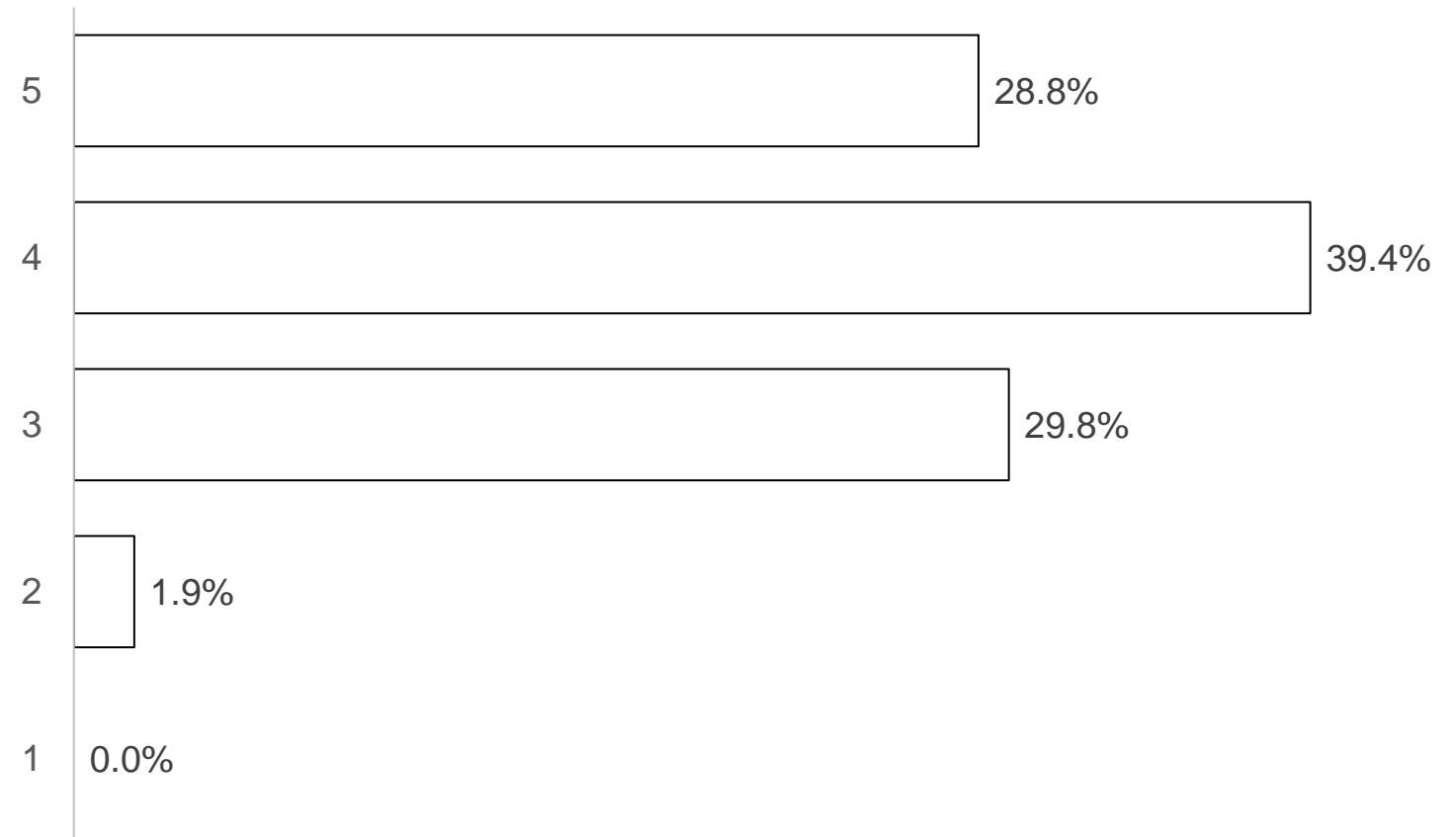


Schlechtes CEM – ein regionales / kulturelles Problem?

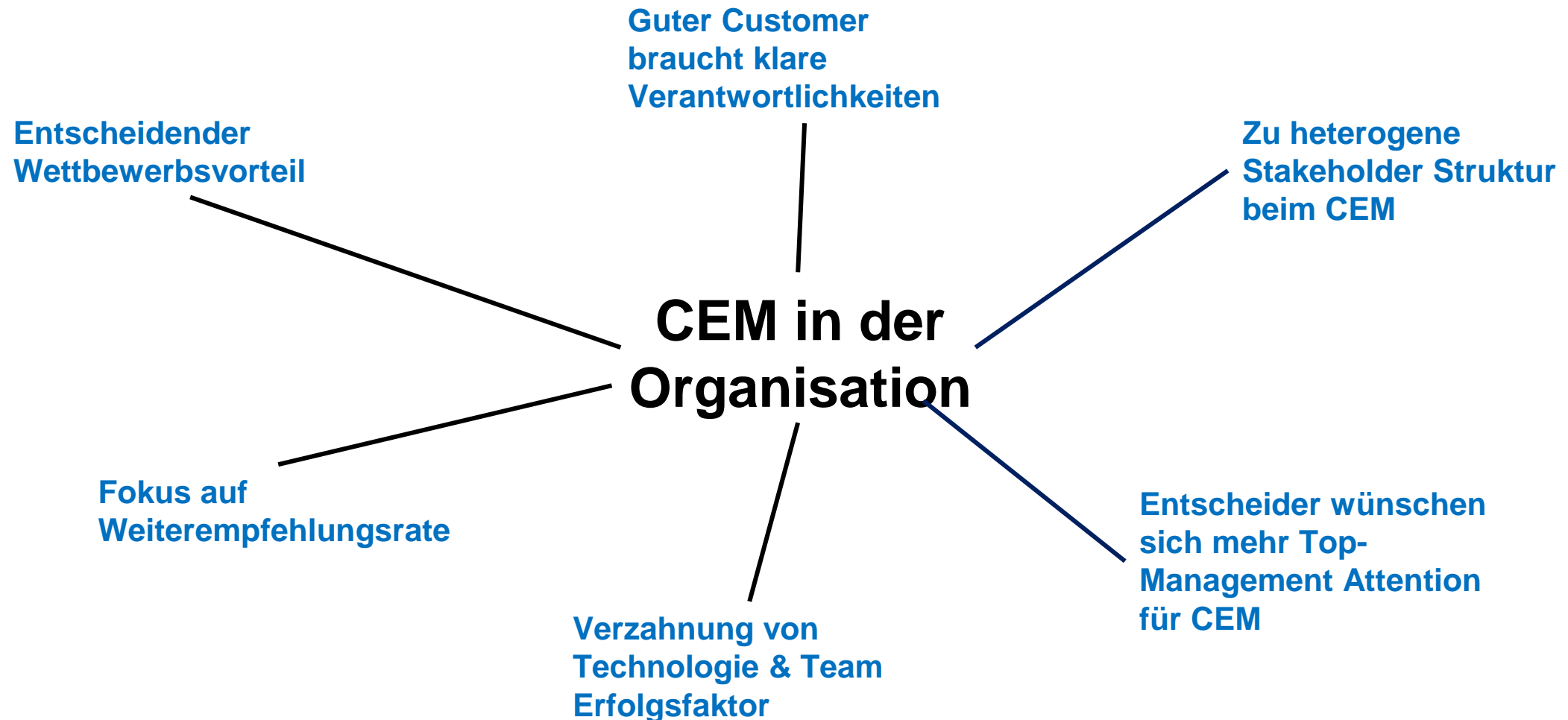
Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Im DACH-Raum ist das Thema
CEM noch immer nicht präsent
genug, weder im wirtschaftlichen
Alltag, noch in der Aus- und
Weiterbildung.“**



Result Map 1/3





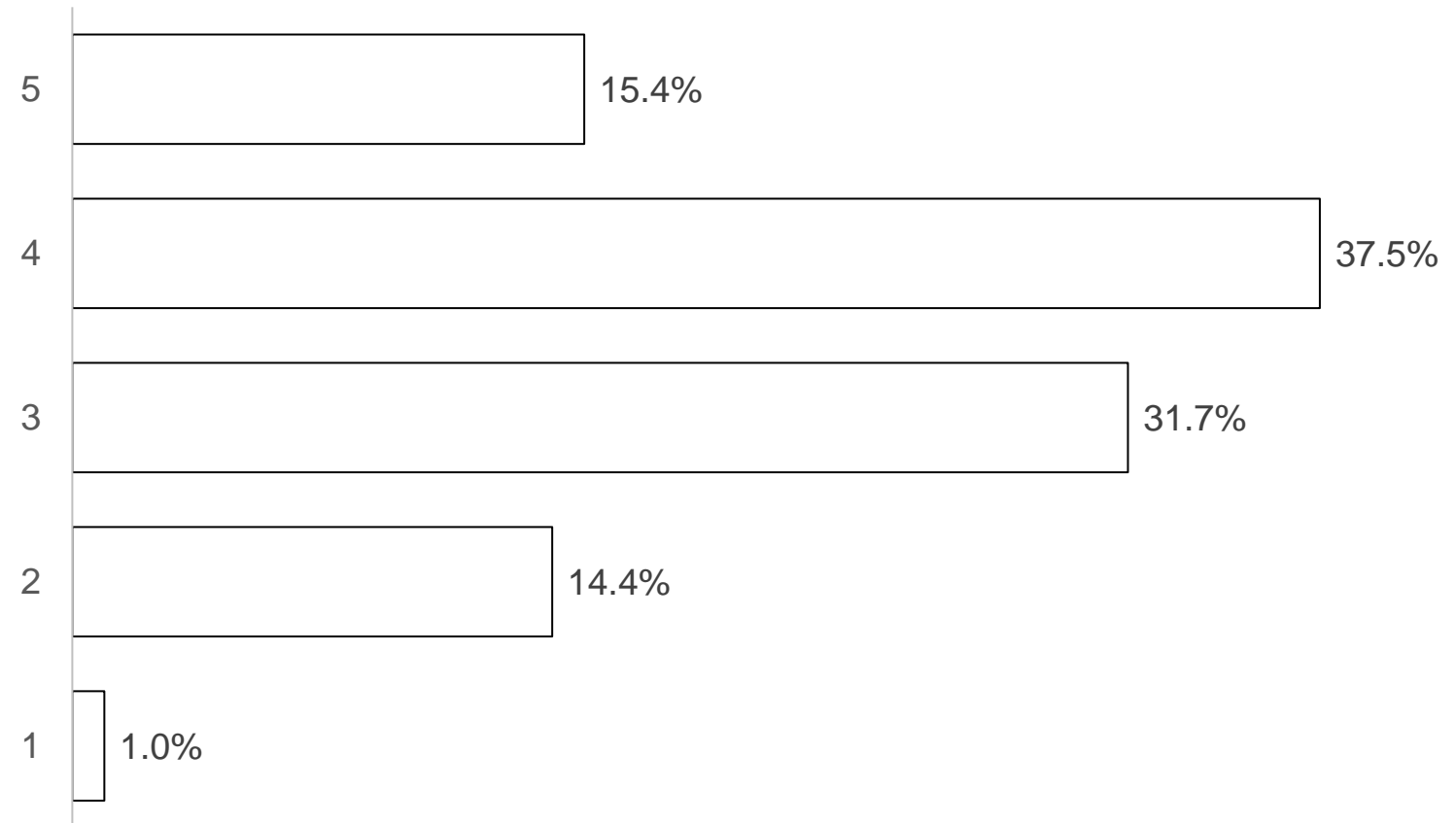
2 CEM – Kundenerwartungen
und Kundenverhalten

CEM im B2B – tendenziell zahlen Kunden für bessere CX mehr.

Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Business-Kunden zahlen für
konstant sehr gute
Kundenerlebnisse auch höhere
Preise.“**

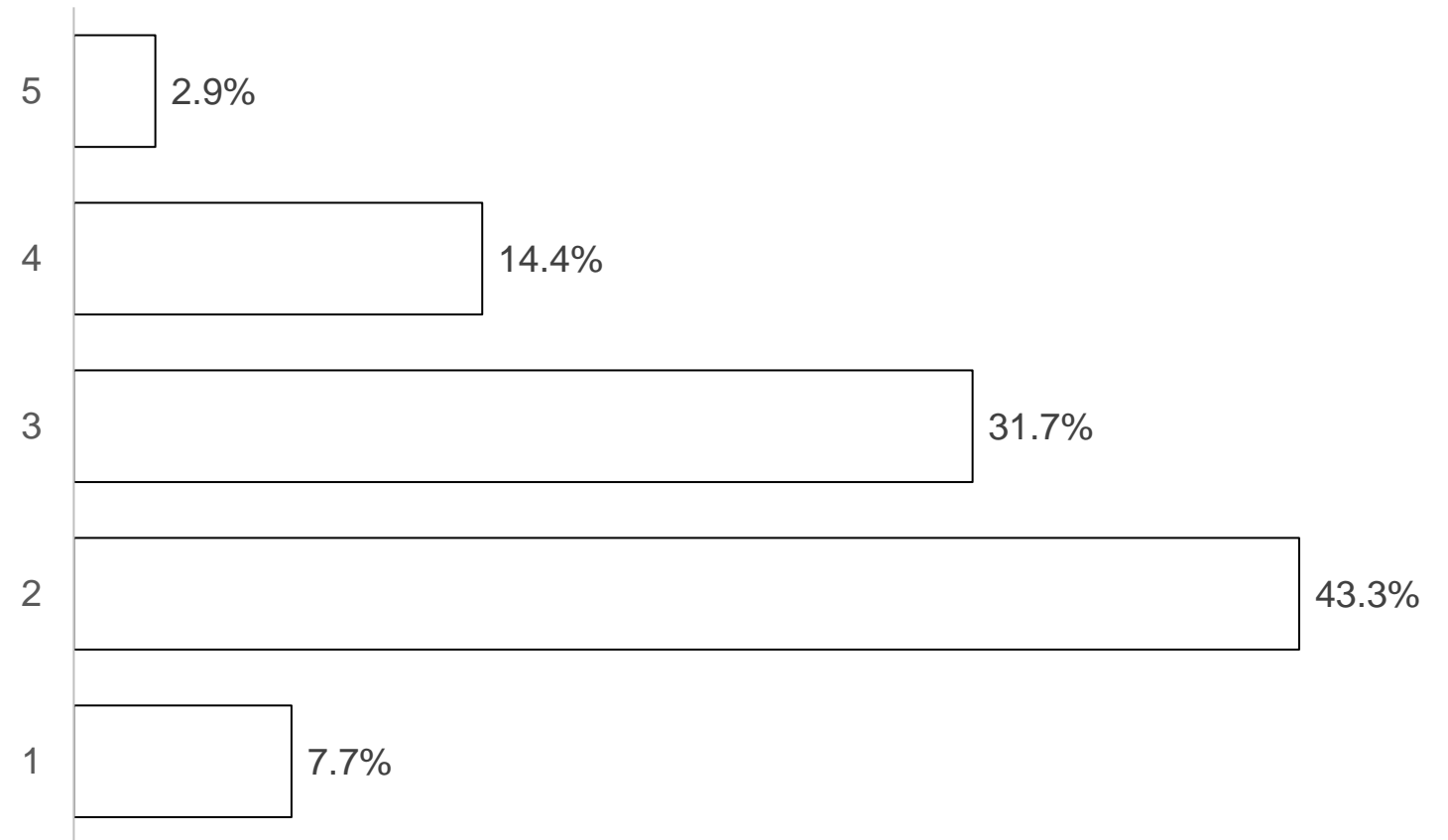


CEM im B2C – CX ist **kein** extra Preishebel.

Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Privat-Kunden zahlen für konstant
sehr gute Kundenerlebnisse auch
höhere Preise.“**

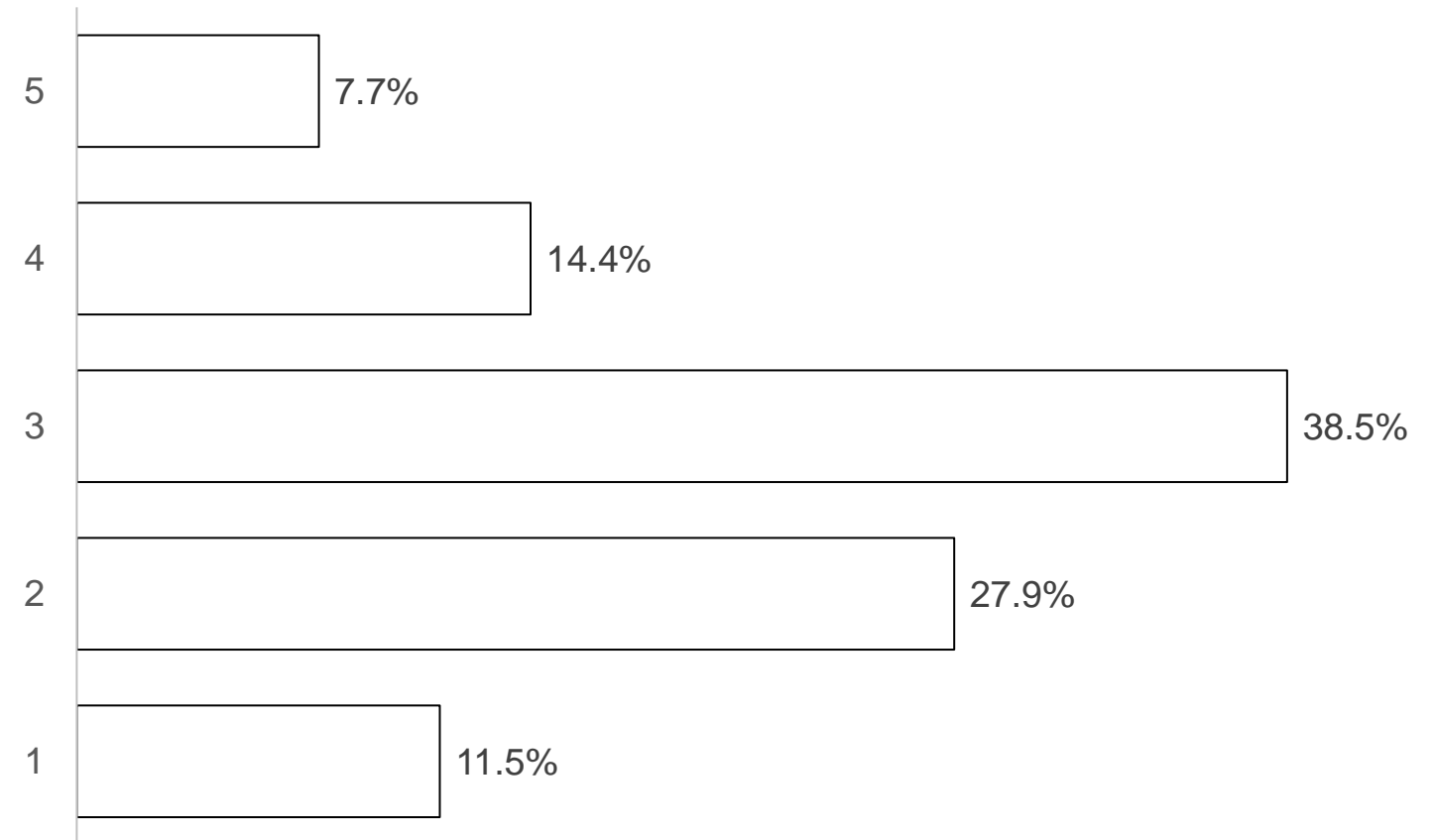


CEM im B2C – Entscheider sehen keinen per se schlechten Service.

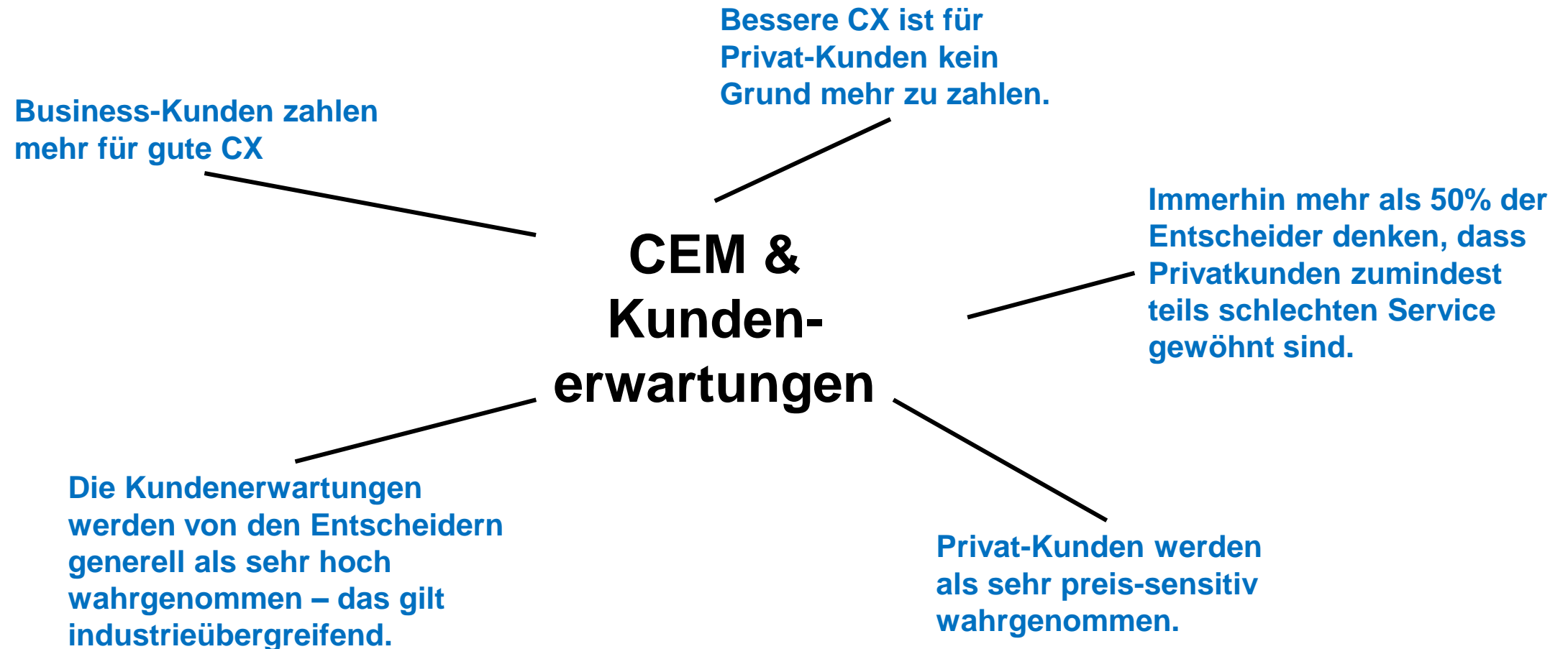
Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

„Privat-Kunden in DACH sind schlechten Service gewöhnt.“



Result Map 2/3





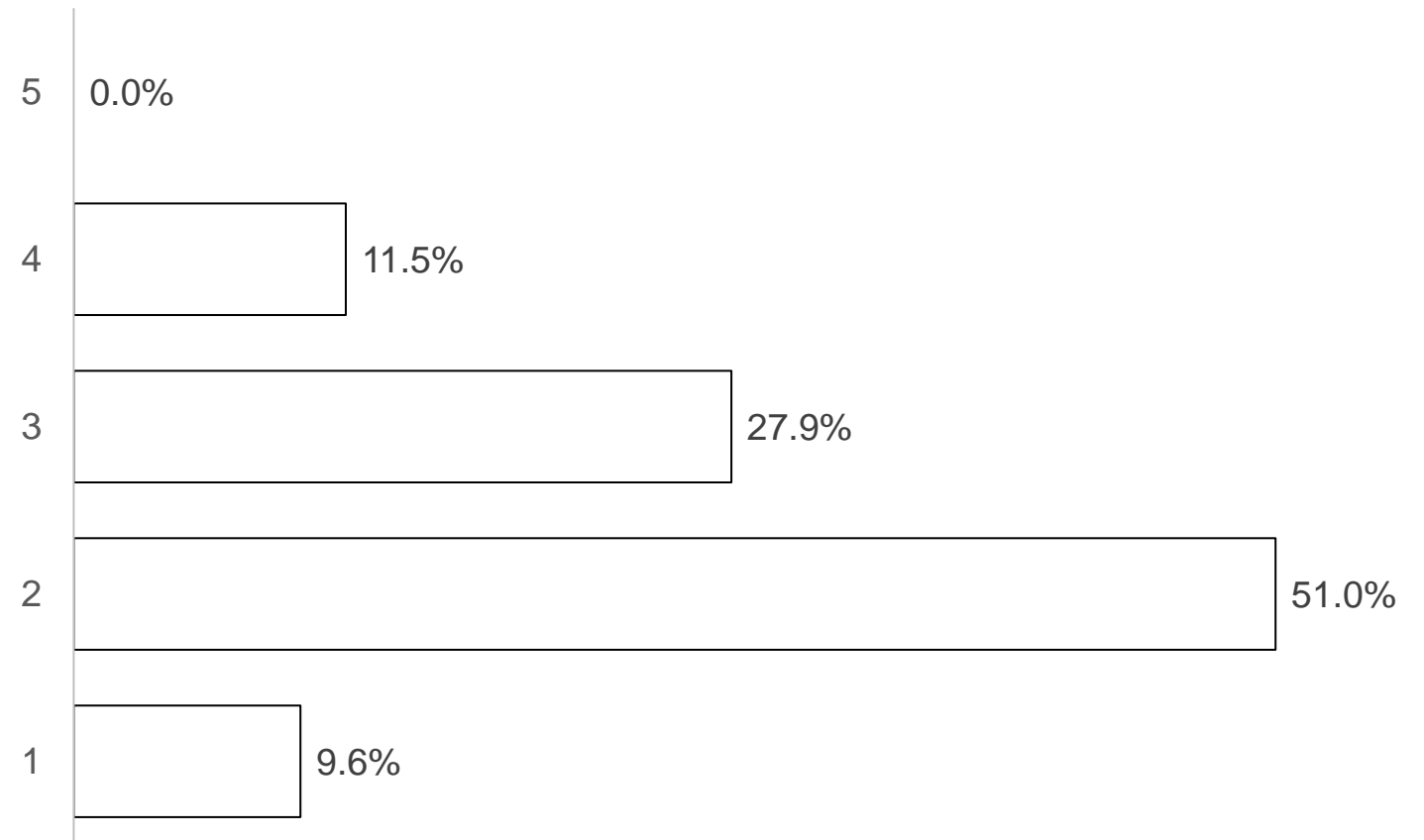
3 Corona & CEM

B2B: kein Verständnis für Corona-bedingte Service-Einbußen.

Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Corona-Effekt: Business-Kunden
zeigen mehr Verständnis für
Verzögerungen &
Einschränkungen im Service.“**

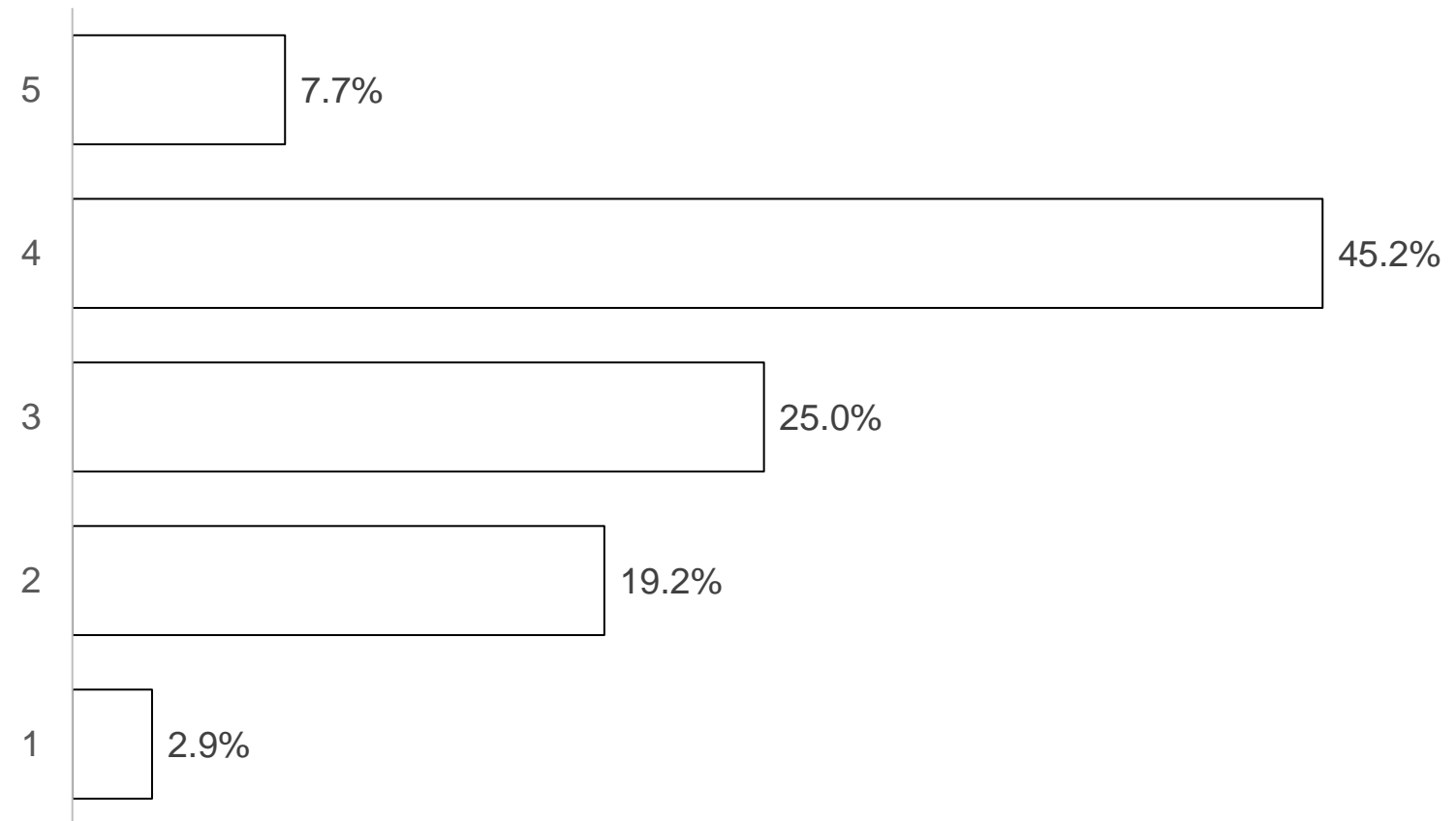


B2C: Kulanz bei Corona-bedingten Service-Einbußen.

Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Corona-Effekt: Privat-Kunden
zeigen mehr Verständnis für
Verzögerungen &
Einschränkungen im Service.“**

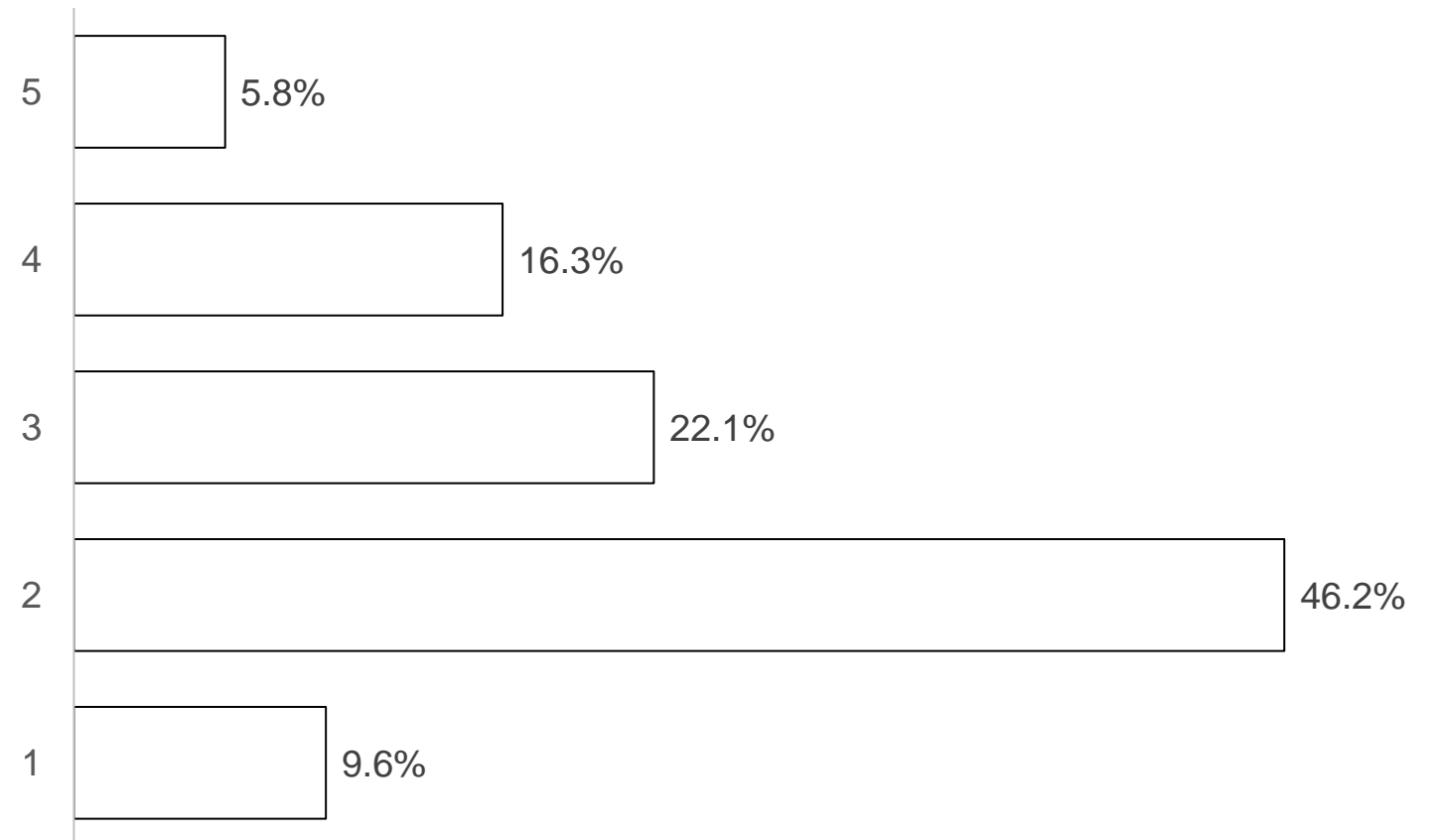


Kundenkontakte werden durch Corona eher nicht komplexer.

Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

„Corona-Effekt: Kundenkontakte werden länger und komplexer, weil keine direkte offline Beratung mehr möglich ist.“

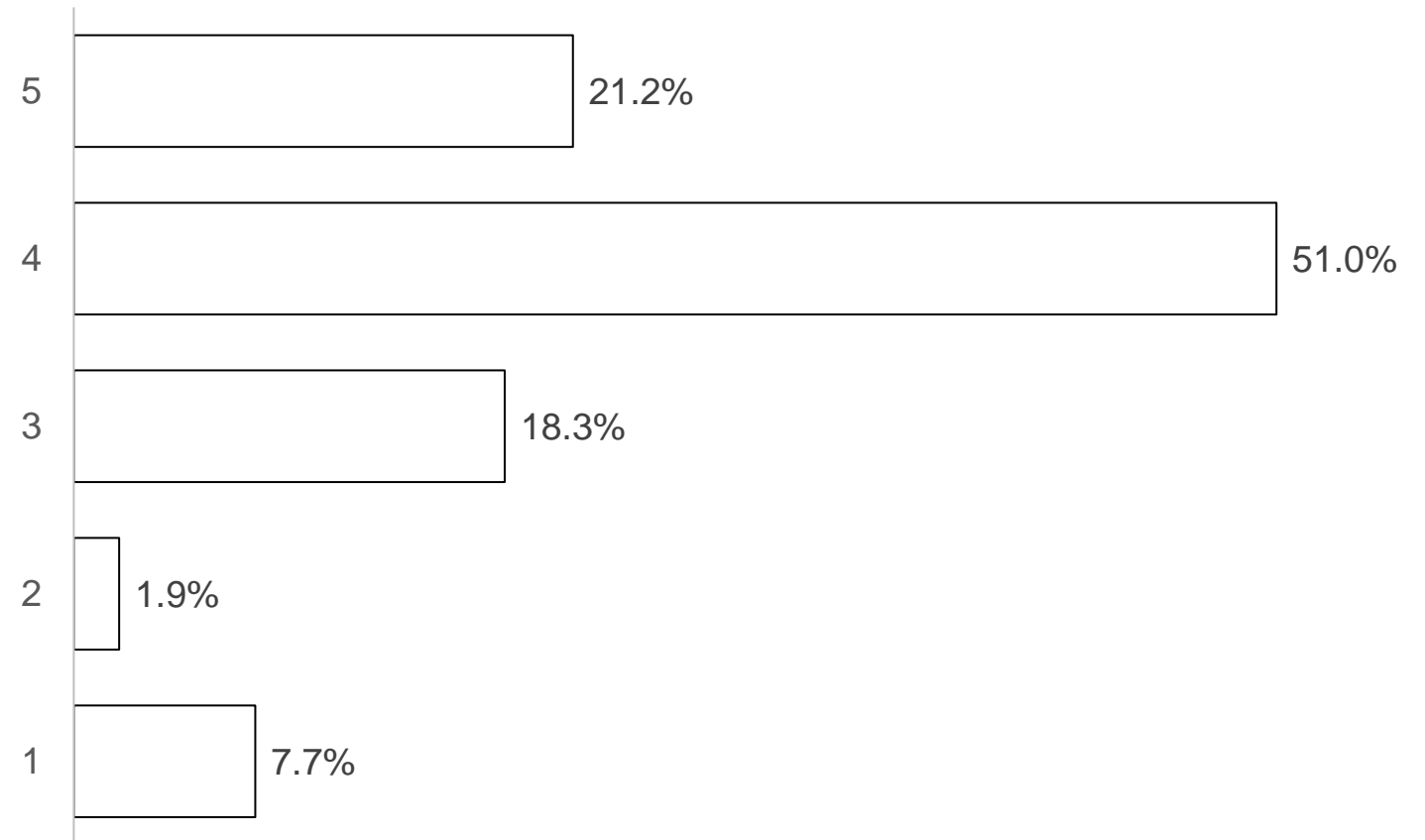


Die meisten Service-Mitarbeiter sind im Homeoffice produktiv.

Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Corona-Effekt: Mitarbeiter im
Service-Center sind auch im
Homeoffice so produktiv wie im
Büro.“**

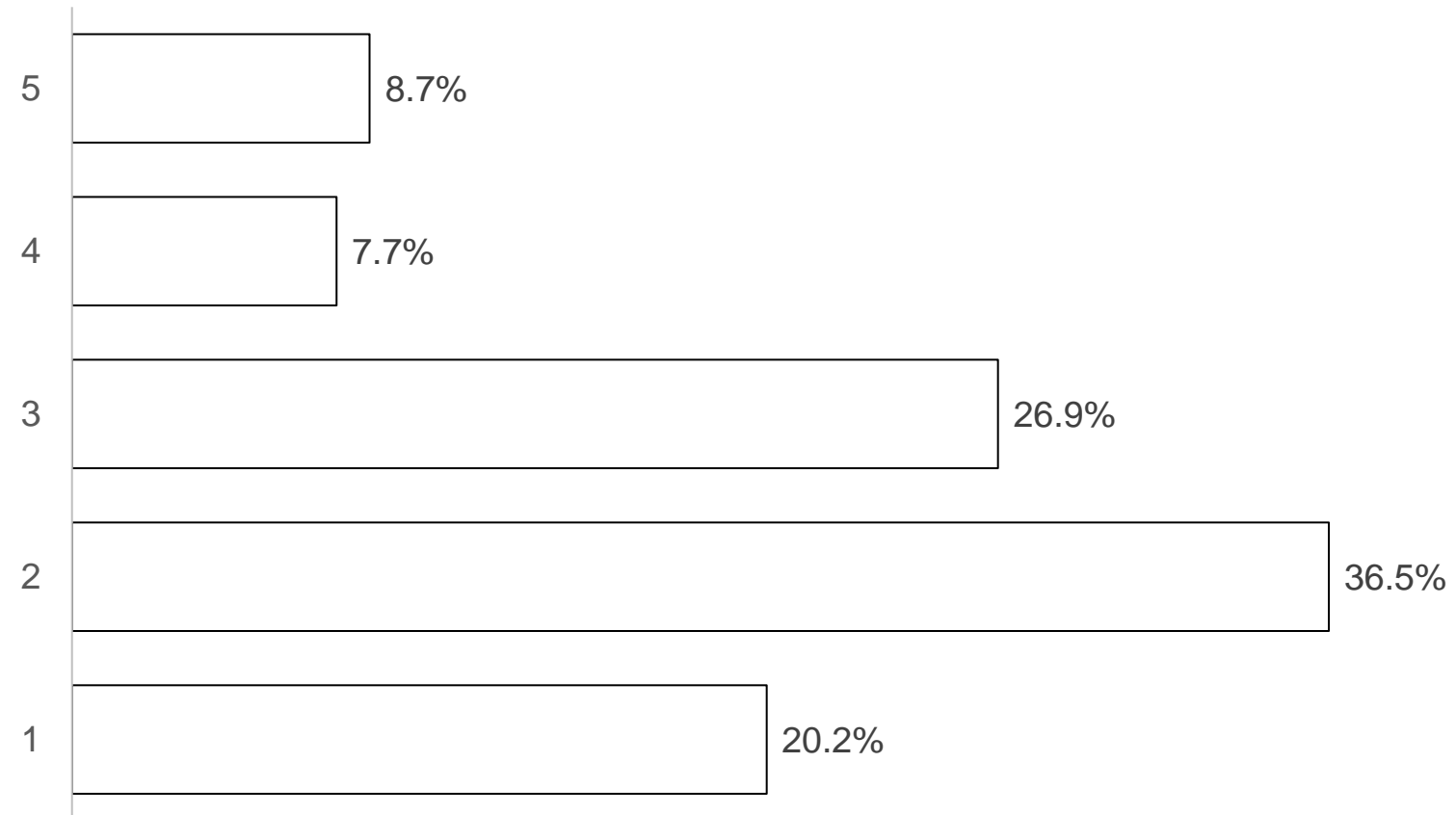


Trotz Corona bleibt es schwer, gute Service-Mitarbeiter zu finden.

Auf einer Skala von

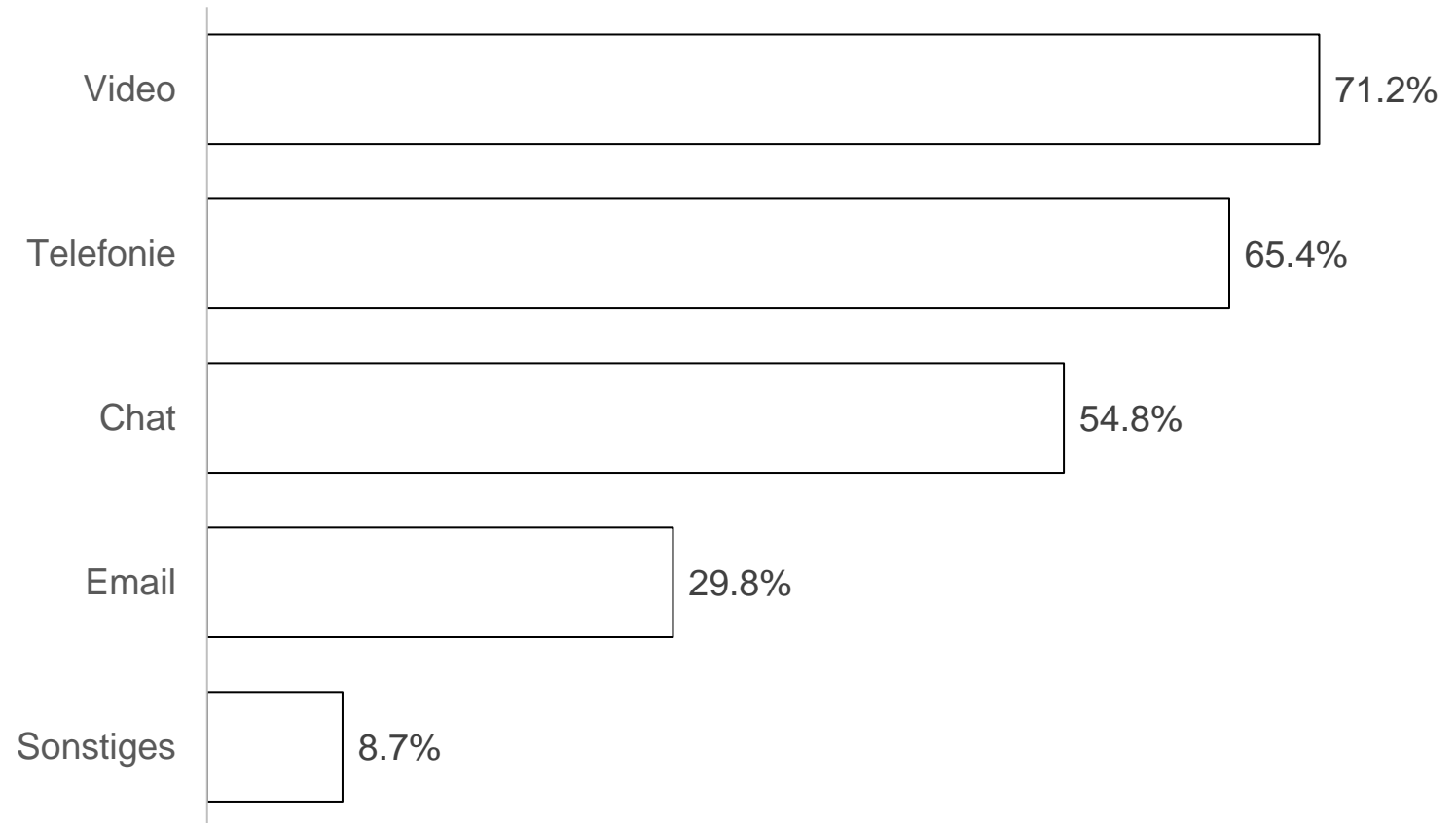
1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Corona-Effekt: Man findet durch
die sich veränderte
Arbeitsmarktlage nun leichter gute
Customer Service Agents.“**



Video & Telefonie werden in Corona-Zeiten wichtiger.

Corona hat folgende **Kundenkontakt-Kanäle** wichtiger werden lassen...
(Mehrfachnennungen möglich)

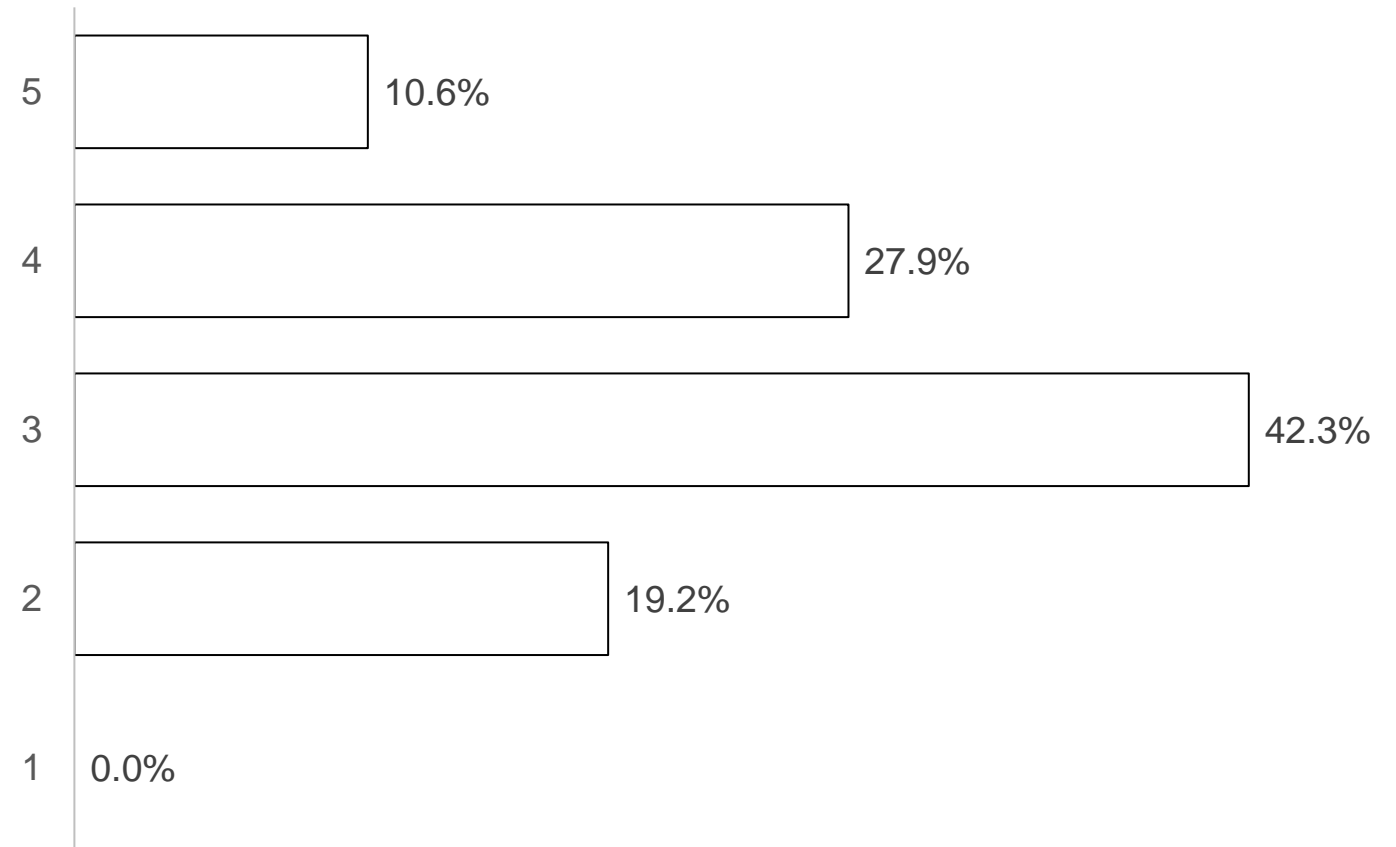


Corona lässt den Kostendruck auf den Service nochmals steigen.

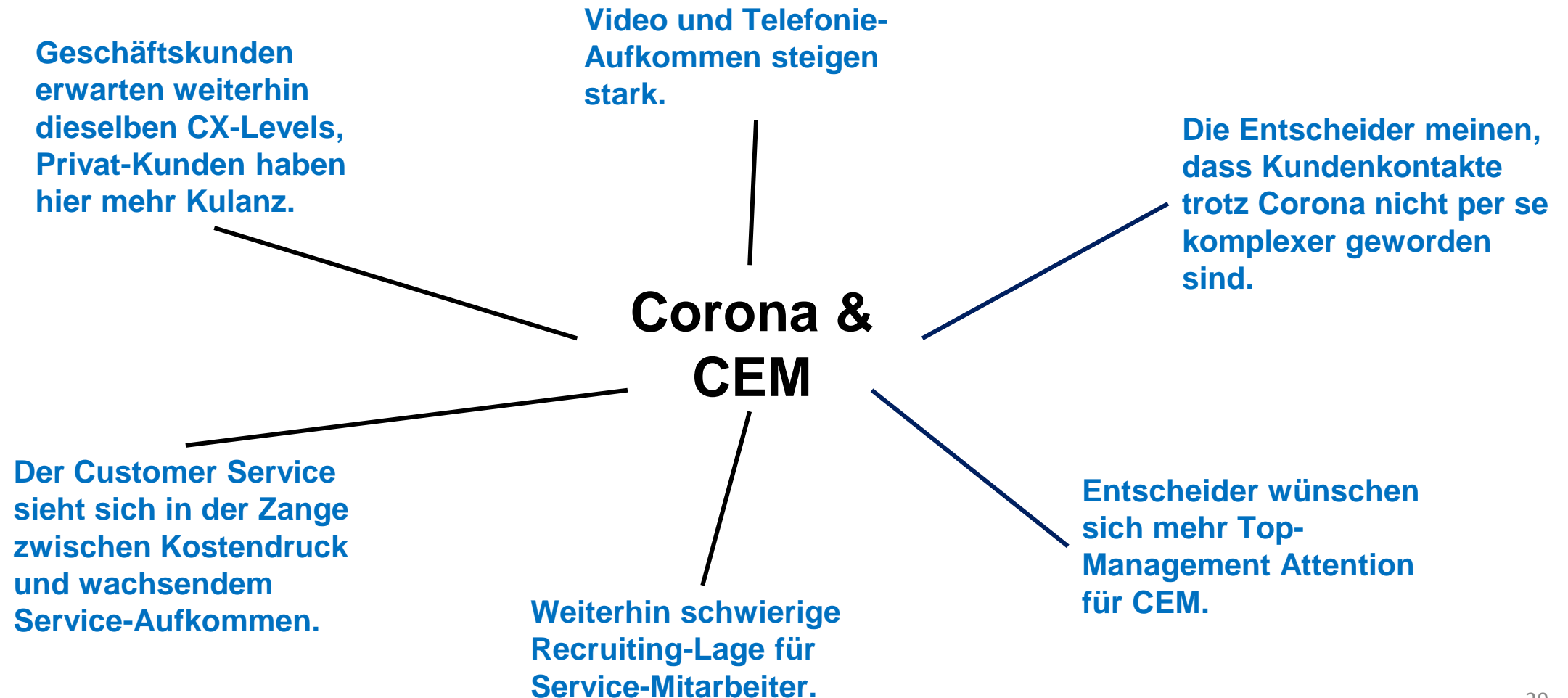
Auf einer Skala von

1 (nicht richtig) bis **5 (sehr richtig)**,
wie beurteilen Sie dieses Statement:

**„Corona-Effekt: Der Kostendruck
auf den Customer Service ist
nochmals erheblich gestiegen.“**



Result Map 3/3



Kontakt



CX PARTNER

Robert Klein
CEO
CX Labs GmbH

start@cxlabs.de

+49 89 443 2288 3100



MULTI **C**·**O**·**N** N E C T

Manfred Artmeier
CCO
Multiconnect GmbH

manfred.artmeier@multiconnect.de

+49 89 44 288 888

CX PARTNER

www.cxpartner.de