



CX-Forum 1

Connect, Engage, Share, Experience

36 Teilnehmer von 13 Organisationen

Fallstudien präsentiert auf 15 Postern
Workshops zu den Themen: Messen von Customer Experience, Customer Experience in Firmen, Customer Experience Strategie

AXA Winterthur
 Banque Cantonal Vaudoise
 Credit Suisse
 ETH Zürich
 Hochschule St. Gallen

PricewaterhouseCoopers
 School of Design Thinking, Potsdam
 Schweizerische Bundesbahnen

Stimmt AG
 Swisscom AG
 Swisslife
 Synesix
 Telefonica O2 UK Limited

Customer Experience Fallstudien

- **Redesign einer Schadensversicherung** - Wie AXA Winterthur ihre Produkte, Prozesse und Werkzeuge vereinfachte um deren Kunden besser bedienen und deren Bedürfnisse besser befriedigen zu können
- **Metro Personal Supply Chain** - Wie die School of Design Thinking das Einkaufen im Bezug auf Einfachheit, Kosteneinsparung und Nachhaltigkeit optimierte.
- **Natel Be Free** - Wie Swisscom die erste Flatrate für alle schweizer Netzwerkanbieter entwickelte.
- **Analyse eines Buchungsprozesses** (von Stimmt) - Wie Eurocenters aus der Kundenperspektive lernte, was für deren Kunden wirklich wichtig ist wenn sie eine Sprachreise buchen.
- **PwC Erlebnis** - Wie PwC sich durch Customer Experience zu differenzieren und mit Hilfe eines Verhaltenskodex, der sich mit Kunden wie auch mit Mitarbeitern befasst, ihre Ziele zu erreichen versucht.
- **Design Thinking Coaching** - Wie die HSG ihre Mitarbeiter dazu befähigt die Kunden nicht nur zu befriedigen, sondern sie zu begeistern.
- **Business Service Team** - Wie Swisscom das Erlebnis von kleinen Firmen verbesserte, indem sie einen makellosen Support von Datenaustausch durch IT Services anbietet.
- **Die Zukunft des E-Banking** (von Stimmt) - Wie Raiffeisen die zukünftigen Bedürfnisse von deren Kunden zu begreifen versucht um eine neue Strategie für die Entwicklung ihrer Online Banking Systeme zu entwickeln.

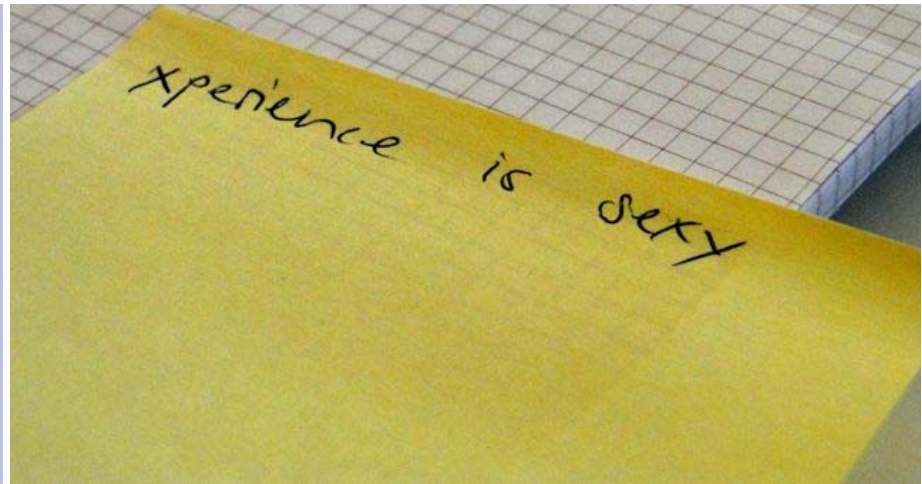
- **Die totale Kundenerlebnis Strategie** - Wie Credit Suisse ein kanalübergreifendes Erlebnis für deren Private Banking Kunden auf Grund von einer klaren Customer Experience Strategie designte.
- **Familienangebot** - Wie O2 das Leben von Familien einfacher machte indem sie ihnen half besser organisiert zu sein und Geld zu sparen.
- **Basler Sicherheitswelt** - Wie Basler ihren Kunden ermöglichte Versicherungen anzufassen und zu erleben.
- **Swisscom myWorld** - Wie Swisscom Angebote entwickeln will, die dem Kunden ermöglichen, dass er seine Medien auf dem Mobiltelefon, Computer und TV erleben kann.
- **Idea Board** - Wie Swisscom Innovations das Zusammenwirken mit einem elektronischen Board verbessern will, das unter anderem Post-it und Whiteboard Funktionen anbietet.
- **One Phone |Love it, Change it, Leave it** - Wie Swisscom Geld sparte, indem sie ausführlich Prototyping anwendete und ein Projekt stoppte das nicht genug Kundennutzen generierte.
- **Customer Experience analysieren und messen** (von Stimmt) - Wie verschiedene Datenerhebungs-Methoden angewendet wurden um die Erlebniskette von Hotel Seefeld Kunden aufzuzeigen.



CX-Forum 1

Erkenntnisse vom CX-Forum 1

- Viele Teilnehmer haben ähnliche Herausforderungen im Bereich CX zu bewältigen, egal von welcher Branche sie kommen.
- Firmen profitieren davon wenn sie offen sind und ihre Erfahrungen im Bereich CX mit anderen teilen.
- Es existiert eine CX-Community in der Schweiz, die den offenen Austausch von Know-how und Erfahrungen wertschätzt.
- Customer Experience is all about people!
- Man muss sich in die Schuhe seines Kunden hineinversetzen um zu lernen was es heißt sein Kunde zu sein.
- Reelle Situationen zu erleben ist viel überzeugender als Präsentationen und trockene Zahlen zu lesen.
- Um CX in einer Firma erfolgreich zu implementieren braucht es eine Strategie und den Support vom Top Management.
- Eine vollumfängliche CX-Strategie muss Silodenken überwinden
- Die Basis für gute Kundenerlebnisse sind ein genaues Verständnis von seinen Kunden, seinen Produkten und seinen Firmenwerten
- Bei Customer Experience handelt es sich selten um das einfache Ursache-Wirkung Prinzip. Es geht um ein Netzwerk von unabhängigen Parametern, die alle berücksichtigt werden müssen.
- Um den Kunden ein gutes Erlebnis zu schaffen muss jede Aktivität eines Unternehmens bewusst gestaltet werden: von der Strategie bis zum Dankeschreiben.
- Gute Kundenerlebnisse basieren auf einer starken Firmenkultur, die die Werte der Firma widerspiegelt.





Feedback von unseren Teilnehmern

«Der heutige Tag war für mich wertvoll...»

... für das Kennenlernen neuer Leute

... um Neues zu lernen

«Ich habe mich wohl gefühlt.»

«Ich komme gerne wieder.»

«Ich empfehle CX Forum weiter»