

Inhalt

Vorwort	11
Intro	13
1. Wichtig wie nie: Customer Experience	19
Was ist eigentlich CX?	21
Voraussetzung für eine CX-Optimierung	23
Was bringt eine exzellente CX?	25
Warum ist CX gerade für kleine Unternehmen eine so große Chance?	26
Wie du das bei dir umsetzen kannst	31
Teil 1: Appetithäppchen für Quick Wins	33
2. P wie PROAKTIV	35
Antizipieren: Ist das so schwer?	35
Geheimwissen: Peak-End Rule	38
Gib mir Höhepunkte, Baby!	40
Momente absichtsvoll designen	42
Praxisbeispiel	45
Wie du das bei dir umsetzen kannst	47
3. L wie LIEBENSWERT	49
Was ist eigentlich Kundenliebe?	49
Wie entsteht ein <i>gutes Gefühl</i> ?	50
Meine Love-Song-Theorie	54
Gefühle gezielt auslösen	57
Praxisbeispiel	60
Wie du das bei dir umsetzen kannst	63

4. A wie ANDERS	65
Die Menschheit braucht mehr Heini-Momente	65
Überrasch mich endlich mal!	66
Unverhofft kommt oft	71
Aus Pleite mach Party	73
Praxisbeispiel	76
Wie du das bei dir umsetzen kannst	79
5. N wie NAH	81
Say my name	81
Premierenflaute	83
Spiel Detektiv	84
Community als Instrument für Nähe	86
Praxisbeispiel	89
Wie du das bei dir umsetzen kannst	90
6. E wie EINFACH	94
Wenn EINFACH so einfach wäre	94
Was heißt »einfach« aus Kundensicht?	95
Gut gemeint, schlecht kommuniziert	96
Schöner warten	98
Praxisbeispiel	100
Wie du das bei dir umsetzen kannst	102
 Teil 2: Butter bei die Fische	 105
7. Wie bekommst du dein Team mit ins Boot?	107
Erst der Mensch, dann die Zertifikate	108
Die Suche nach dem tieferen Sinn	113
Loben üben	114
Fehler – na und?	115
Die Macht sei mit ihnen	116
Erarbeitet gemeinsam euer Kundenversprechen	117

8. Tauche ein in die Gefühlswelt deiner Kunden	120
Du denkst, du kennst deine Kunden?	121
Customer Journey Mapping und Personas	122
Basisarbeit: Kundeninterviews	126
Exkurs: Wer hat welche Bedürfnisse?	128
Empathy Mapping	137
9. Wie misst du den Erfolg deiner CX-Maßnahmen?	139
Solicited Feedback: Online-Umfragen	141
Auswertung und Maßnahmen	148
Unsolicited Feedback: Onlinebewertungsplattformen und Social-Media-Kanäle	150
Abschließende Gedanken: Auch so lässt sich CX-Erfolg messen	152
 Anhang	 155
Bonusmaterial und digitale Zusatzinhalte zum Buch	157
Quellen und Anmerkungen	164
Literaturverzeichnis	168
Stichwort- und Personenverzeichnis	169
Über die Autorin	172