Customer Experience Management – als strategische Aufgabe

ZfU International Business School

16.10.2025 bis 17.10.2025 in Feusisberg

12.05.2026 bis 13.05.2026 in Rüschlikon

15.10.2026 bis 16.10.2026 in Rüschlikon

«When the customer makes you or your business the center of what they do in your solution area, you have achieved customer centricity.» *John Stanhope (Telstra, Bionics Institute, Deakin University)*

Während Produkte und Dienstleistungen immer austauschbarer werden, konkurrieren die Unternehmen zunehmend auf Basis einzigartiger Kundenerlebnisse. Customer Experience (CX) ist DAS Erfolgspotenzial im Wettbewerb des 21. Jahrhunderts. Vor diesem Hintergrund wird Customer Experience Management (CXM), die **kundenzentrierte Ausrichtung von Prozessen und Interaktionen** entlang der Customer Journey, zur entscheidenden strategischen Schlüsselkompetenz für Unternehmen in allen Wirtschaftsbereichen.

Laut einer aktuellen Studie vom KPMG ist allerdings die Zufriedenheit mit dem Kundenerlebnis in vielen Branchen auf einem Tiefstwert angekommen. Um aus den Erwartungen der Kunden wertsteigernde Lösungen abzuleiten, reicht es nicht aus, Marken zu «Entertainern» zu machen oder Kunden in Marketing und Service zu «bespassen». Im Sinne einer übergeordneten CXM-Strategie müssen alle Unternehmensaktivitäten **ganzheitlich** auf die bewussten oder latenten Erlebniserwartungen der Kunden ausgerichtet werden.

In diesem Seminar lernen Sie die **Werkzeuge für ein wettbewerbsüberlegenes CX**. Sie können eine ganzheitliche CXM-Strategie entwickeln, die Sie bei der erfolgreichen Einführung und kontinuierlichen Verbesserung von CXM-Programmen unterstützt. Als kundenorientierte Führungskraft gewinnen Sie ein tiefes Verständnis für die Erlebniserwartungen Ihrer Kunden. Sie gestalten strategische Massnahmen für markenkonforme Kundenerlebnisse, die diese Erwartungen erfüllen oder sogar übertreffen. Darüber hinaus erhalten Sie profundes Wissen über den Prozess und die Tools des CXM sowie wirksame Mittel, um das Bewusstsein und die Befähigung für CX in Ihrer Organisation zu verankern.

CHF 2'980.00

Mehr Informationen und Anmeldung

Zusätzliche Infos zur Veranstaltung

Zertifikat/Bestätigung

Teilnahmebestätigung

Referenten

Dr. Helge Kaul

Veranstalter

ZfU International Business School

Telefon bei Fragen

044 586 86 37

Beschreibung

Themenschwerpunkte

- **Strategische Ausgangssituation**: Wie funktionieren multisensuale und emotionale Aktivierungsprozesse in unserer Erlebniswirtschaft?
- **Strategische Herausforderungen**: Wie können wir attraktive Erlebniswelten (Experiencescapes) identifizieren und mitgestalten?
- **Strategische Analyse**: Wie bestimmen wir unsere Experience Value Proposition und was sind unsere entscheidenden Moments of Truth?
- **Strategische Planung**: Entwicklung einer CXM-Strategie – wie verwirklichen wir eine erlebnisbezogene Überlegenheit im Wettbewerb?
- **Strategische Kontrolle:** Wie misst man Erlebnisqualität? Was kann man aus Customer Journey und Customer Experience Lifecycle lernen?
- **Strategische Erfolgsfaktoren**: Wie können Unternehmenskultur, Infrastruktur und Organisation zu wirksamen CX-Massnahmen beitragen?
- **Strategische Trends:** Welche technologischen Entwicklungen (z. B. KI oder virtuelle Realität) bereichern die Kundenerlebnisse von morgen?

Nutzen

- Sie kennen die Chancen und Risiken im Customer Experience Management und können die Erfolgspotenziale realistisch einschätzen.
- Ihr strategisches Wissen bereitet einen fruchtbaren Boden, um den Return of Experience (ROX) Ihres Unternehmens nachhaltig zu steigern.
- Sie entwickeln ein neues Verständnis dafür, Unternehmen und Marken emotional in der Erfahrungswelt von Kunden zu verankern.
- Ihre Organisation gibt nicht nur Erlebnisversprechen ab, sondern leistet auch einen wertvollen Beitrag zum Lebensgefühl der Kunden.
- Sie wissen, wie man eine wettbewerbsüberlegene CXM-Strategie entwickelt und erfolgreich in der Organisation und im Markt umsetzt.
- Mit Ihrem fundierten Wissen über Prozesse und Tools verfügen Sie über eine geeignete «Sprache», um Mitarbeiter und Teams für CX zu mobilisieren.
- Sie werden zum aktiven Impulsgeber der Entwicklung von Rahmenbedingungen und einzigartigen Ressourcen für ein nachhaltigen CXM.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte, Strategieentwickler und Executives aller Branchen, die den Erlebniswert von Unternehmen und Marken steigern wollen: Sie lernen wertvolle Ansätze und Werkzeuge kennen, um mit Customer Experience Management den monetären Unternehmenserfolg zu steigern. Zudem werden Manager und Managerinnen angesprochen, die Produkt- und Dienstleistungsmarken erlebnisorientiert führen wollen, sowie Berater und Beraterinnen, die ihr Know-how im Customer Experience Management aufbauen oder erweitern möchten.

Arbeitsmethode

Durch Referenteninputs und Praxisbeispiele gewinnen Sie ein grundlegendes Verständnis für die Thematik und einen Überblick über aktuelle Methoden und Werkzeuge. In Einzel- und Gruppenarbeiten wird das konzeptuelle Wissen vertieft und direkt in praktische Erkenntnisse umgesetzt – Beispiele sind Mini-Workshops zur Entwicklung der emotionalen Positionierung oder zur Gestaltung des strategischen Erlebnismotivs. Auf Business-Level soll strategisches Management zu innovativen und individuellen Lösungsstrategien führen. Deshalb wird das Quer- und Neudenken anhand gezielter Impulse ebenso gefördert wie eine analytische und methodische Herangehensweise. Der aktive und co-kreative Erfahrungsaustausch innerhalb der Gruppen sowie gezielte Reflexionen der Insights spielen bei diesem Wissenstransfer eine zentrale Rolle. Darüber hinaus erhalten Sie praktische Führungstools und Worksheets, die Sie bei der Umsetzung von CX in Ihrem Businessalltag unterstützen.

Seminarzeiten

1. Tag: 09:00 – 17:00 Uhr

2. Tag: 08:30 - 17:00 Uhr

Mehr Informationen und Anmeldung