

5 GRÜNDE FÜR DAS SCHEITERN IHRER CX-STRATEGIE

Die Stärke der Beziehung zum Kunden kann heute über Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens entscheiden. Überall dort, wo es darum geht, zu verkaufen, zu engagieren und Markenliebe aufzubauen, steht CX ganz oben auf der Liste. Haben Sie einen einfachen Überblick, um rechtzeitig zu erkennen, wenn Ihre Strategie nicht funktioniert – und warum?



86%

DER KÄUFER SIND BEREIT, MEHR FÜR EINE GROßARTIGE CX ZU ZAHLEN¹

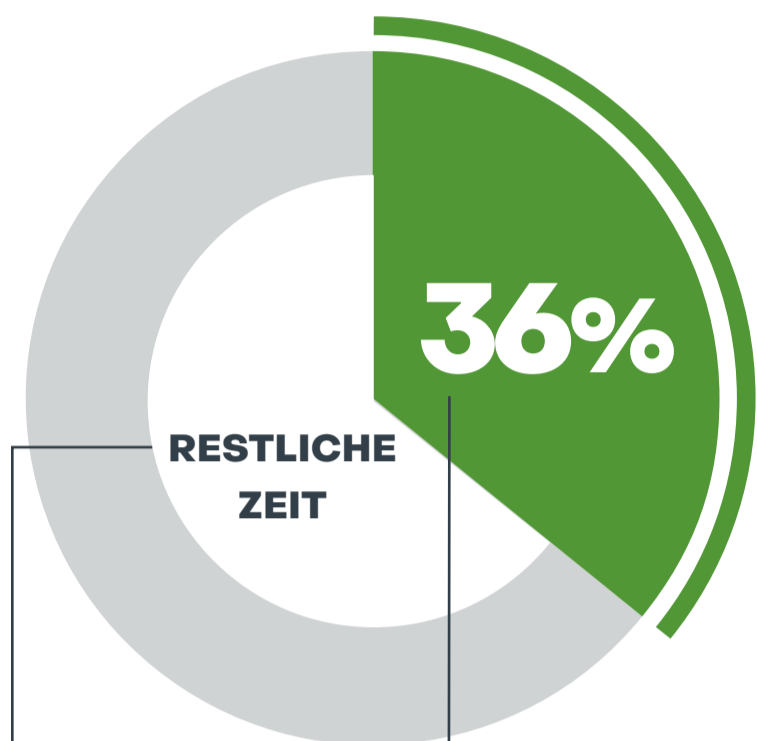
GRUND NUMMER EINS

Sie verlassen sich bei der Datengenauigkeit zu sehr auf Menschen.

Wenn die Last der Datenerfassung alleine auf Ihrem Vertriebsteam sinkt die Akzeptanz für Ihr CRM System und die die Daten sind unvollständig. Außerdem bleibt Ihrem Vertriebsteam weniger Zeit für die eigentlichen Aufgaben.

■ **KEIN WUNDER, DASS ...**

30% aller CRM-Implementierungen scheitern²



Der Rest wird für administrative Aufgaben wie CRM-Dateneingabe verwendet

Zeit, die Vertriebsmitarbeiter tatsächlich mit Verkaufen verbringen

GRUND NUMMER ZWEI

Sie gehen davon aus, dass Ihr CRM alle Informationen enthält, die Sie je brauchen werden.

Ihre Geschäfts- und Kundenprofile ändern sich mit der Zeit – und auch die Genauigkeit Ihrer Daten. Aus diesem Grund sind Ihre internen Daten nur ein Tropfen auf dem heißen Stein im Vergleich zu dem, was öffentlich und privat beschafft vorhanden ist.

■ **WUSSTEN SIE, DASS ...**

>73% der Daten ungenutzt bleiben?

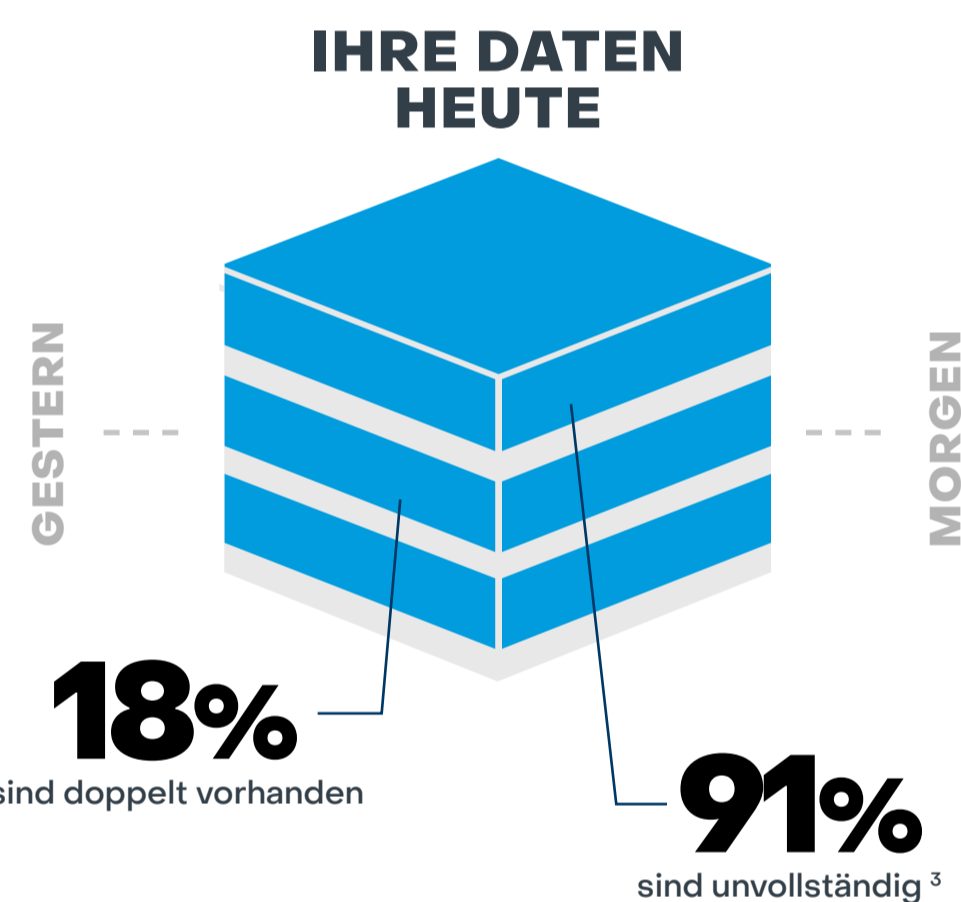


Menge an CRM-Daten, die jedes Jahr unnütz werden³

GRUND NUMMER DREI

Sie gehen davon aus, dass Ihr CRM alles aufzeichnet.

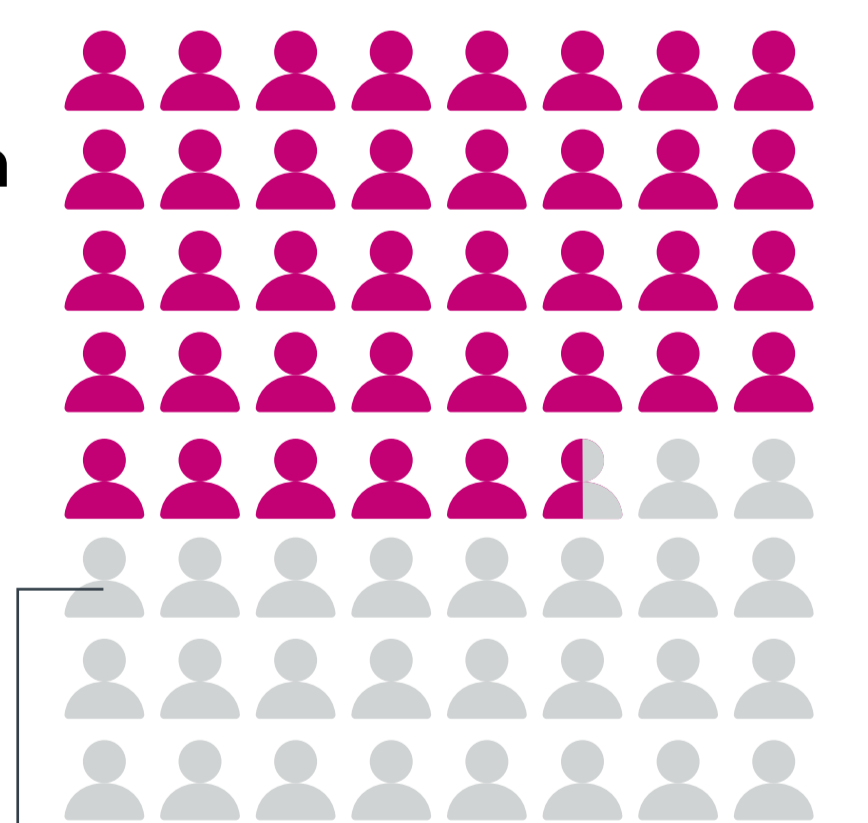
Wenn Ihr CRM nur unvollständiges Bild des heutigen Zustands liefert, können Sie weder aus der Vergangenheit lernen noch die Zukunft vorhersagen.



GRUND NUMMER FÜNF

Sie konzentrieren sich ausschließlich auf kundenorientierte Opportunities und Teams.

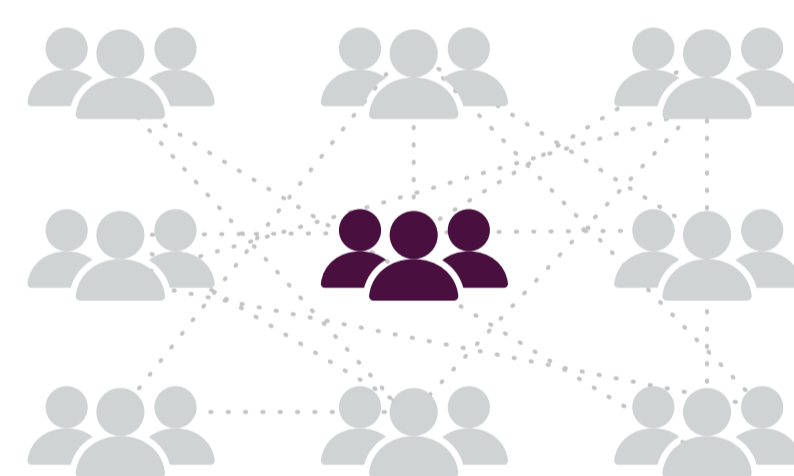
Von der Inventarisierung über die Fakturierung bis hin zur Buchhaltung – alle Systeme sind Teil Ihrer Customer Experience-Strategie. Diese Abläufe Ihres Unternehmens haben Auswirkungen nach innen und außen – wenn Sie also nicht in Systeme investieren, die für Ihre MitarbeiterInnen funktionieren, wird sich das auch auf Ihre Kundschaft auswirken.



GRUND NUMMER VIER

Sie bekommen dann nur isolierte Kundeneinblicke.

Wenn Teams nicht dieselben Daten im Blick haben – und sie nur in ihrem eigenen Bereich erfassen und analysieren –, entgehen ihnen wichtige Erkenntnisse über Kunden in Bezug auf Cross-Sell-, Upsell- und andere Chancen.



1 BILLION US-\$

gehen jedes Jahr aufgrund von mangelnder Abstimmung zwischen Geschäftseinheiten verloren⁴

QUELLEN

¹ <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/future-of-customer-experience.html>

² <https://www.smallbizgenius.net/by-the-numbers/crm-statistics/>

³ <https://www.dnb.com/products/marketing-sales/data-com-replacement.html>

⁴ <https://www.maestrogroupp.com/news/2017/1/9/how-much-is-sales-marketing-misalignment-costing-you/>

EINE ÜBERSICHT WIE NIE ZUVOR.

Einführung in HD-CX

Die hochauflösende, von unserer CX-Plattform unterstützte Kundensicht von SugarCRM sorgt dank klarer Einblicke in Kunden und Performance für eine ganz neue Vorhersehbarkeit und steigert den Wert des Kundenlebenszyklus.

Erfahren Sie mehr auf sugarcrm.com/hd-cx

