

## Customer Experience Management:

### Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus

### ... erst recht in der Branche der Energieversorger!



Wir kaufen Worte, Gefühle von Unternehmen, die aus Kundensicht alle etwas Ähnliches versprechen – auf Produktebene zumindest. Und diese Produkte sind meist nicht greifbar. Und das Schlimmste: In vielen Fällen erfahren und erleben wir erst Monate oder Jahre nach der Kaufentscheidung oder der Unterschrift, ob wir die richtige Entscheidung getroffen haben oder die Seifenblase der Erwartungen platzt. Emotionaler Zündstoff aber auch CX-Spielwiese. Nicht umsonst finden sich in diesen Branchen viele der CX-Vorreiter auf internationalem Spielfeld mit eigenen Branchenkongressen. Das ist wohl mehr als ein Zeichen für die strategische Sinnhaftigkeit der Investition in diesen Ansatz...

### Begeisterte und emotional gebundene Kunden sind das Ziel eines jeden Unternehmens.

Unternehmen suchen nach Alleinstellungsmerkmalen, die ihnen die Möglichkeit geben, sich von Mitbewerbern zu unterscheiden und sich gegenüber Kunden wie Mitarbeitern zu profilieren. Eine Lösung: Customer Experience Management (CXM bzw. CEM), denn professionelles CXM macht aus Kunden wie Mitarbeitern begeisterte, emotional gebundene Markenbotschafter, die Empfehlungen aussprechen und sich positiv an ihre Erlebnisse erinnern. Das wirkt sich direkt auf den Umsatz aus!

### Fahrplan zum Erfolg

Karin Glattes' neues Fachbuch „Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus. Customer Experience Management – 111 Tipps zu Touchpoints, die Kunden begeistern“ ermöglicht, dieses Ziel zu erreichen. Dazu liefert die Autorin praxiserprobte Tipps für unterschiedliche Branchen. Karin Glattes zeigt in ihrem Buch, wie Unternehmen die entscheidungsrelevanten Kontaktpunkte konsequent und strukturiert „bespielen“ und CXM als strategisches Erfolgsmodell nutzen.

### Best-Practice – aus der Branche und für die Branche

Ihre Best-Practice-Sammlung basiert auf den Erkenntnissen ihrer Interviews mit renommierten CXM-Experten. Sie zeigt, welche CXM-Bausteine es gibt, was bei der Implementierung und Anwendung zu beachten ist und welche Fehler zu vermeiden sind. Zudem sagt sie, welche Tipps beherzigt werden sollten. Das Buch vermittelt somit – mit nur so viel Theorie wie nötig – den Fahrplan, wie Unternehmen CXM erfolgreich als strategische Erfolgssäule implementieren und nutzen können.

## PRESSEMITTEILUNG

Buchneuerscheinung:

**Karin Glattes**

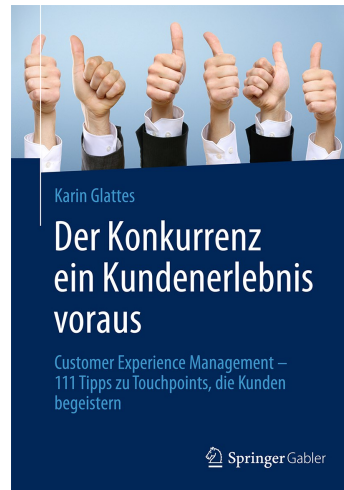
***Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus  
Customer Experience Management –  
111 Tipps zu Touchpoints, die Kunden  
begeistern***

300 Seiten, Softcover

ISBN 978-3-658-10527-3

€ 29,99 (D), € 41,11 (A)

Springer Fachmedien 2016



### **Die Autorin**

Karin Glattes ist Wirtschaftscoach, Buchautorin sowie Gründerin und Inhaberin von UnternehmenKunde in Köln. Die studierte Betriebswirtin, Psychologin und Kommunikationswissenschaftlerin bietet über ihre Firma Ideencoachings an und unterstützt Unternehmen mit innovativen Trainings- und Beratungsprojekten darin, für kreative Überraschungseffekte im Kundenkontakt zu sorgen und Kundenbegeisterung zu erreichen.

[www.unternehmen-kunde.de](http://www.unternehmen-kunde.de)

### **Pressekontakt für Rezensionen, weitere Informationen und Bildmaterial:**

Dr. Simone Richter  
Titania Kommunikation  
Text. PR. Geist.  
Postwiesenstraße 5A  
70327 Stuttgart  
Tel. 0711-1346650  
Fax 0711-84974133  
Mobil 0170-9031182  
[richter@titania-pr.de](mailto:richter@titania-pr.de)