

Customer Experience Management:

Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus

... erst recht in der Gesundheitsbranche!



„Der Patient als Kunde“ – das war auch schon vor einigen Jahren in der Branche ein Diskussionsthema. Vor allem verbunden mit der Frage: Was bedeutet das für Krankenhäuser, Ärzte, Prozesse? Geht es nicht um etwas anderes als ein Kundenerlebnis? Sind nicht Sicherheit, Kompetenz, Qualität viel wichtiger? Was bedeutet die Diskussion in Verbindung mit den unterschiedlichen Erwartungshaltungen privater wie gesetzlicher Patienten? Hier haben entsprechende Einrichtungen schon längst erkannt, wie viel sie beispielsweise vom Tourismus lernen können. Denn wie in vielen anderen Branchen auch, geht es nicht um Erlebnis statt Produkt sondern ein Sowohl-als-auch-Denken. Allerdings mit einer Perspektive, die für viele Gesundheitsanbieter ungewohnt sein mag: aus der Brille der Laien, die bisher häufig „froh“ sein mussten, überhaupt bedient zu werden. Zweiklassengesellschaft in jeder Hinsicht. In welcher Liga wollen Unternehmen mitspielen?

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

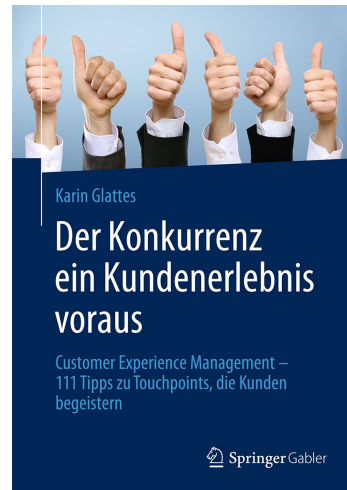
***Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus
Customer Experience Management –
111 Tipps zu Touchpoints, die Kunden
begeistern***

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

Pressekontakt für Rezensionen, Anfragen, 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