

Experience 2030

SIND SIE BEREIT FÜR DAS KUNDENERLEBNIS DER ZUKUNFT?

Vertrauen und Empathie sind das Herzstück der Zukunft. Und: Die Zukunft gehört den Marken, die die richtigen Entscheidungen treffen und falsche schnell korrigieren.

“ Das Kundenerlebnis in 10 Jahren hängt von der Weiterentwicklung der Technologie sowie den heutigen Verhaltens- und Sichtweisen der Verbraucher und Marken ab. ”

Daniel Newman • Principal Analyst • Futurum Research

Das Kundenerlebnis der Zukunft beginnt jetzt

Untersuchungen von SAS haben Beziehungen zwischen Marken und Verbrauchern identifiziert, die neue Möglichkeiten für Kundenbindung und Kundentreue in den nächsten zehn Jahren aufzeigen.

Fünf zentrale Faktoren für die Weiterentwicklung von CX bis 2030



Intelligente Technologie

Verbraucher nutzen nicht digital, sie sind digital



Immersive Technologie

Schließen der Lücke im Kundenerlebnis



Digitales Vertrauen

Vertrauen in neuem Gewand



Kundentreue im digitalen Zeitalter

Vom Loyalitätsprogramm zum Loyalitätsunternehmen



Agilität und Automatisierung

Bessere Kundenbindung durch Technologie

“ Der „neue Käufer“ nutzt neue Technologien und übt erheblichen Druck auf den technologischen Bedarf von Marketingorganisationen aus. Marken müssen ihre Betriebsmodelle neu gestalten, um in Echtzeit handeln zu können. ”

Wilson Raj • Global Director • Customer Intelligence • SAS

Fünf Erfolgsstrategien für das Kundenerlebnis im Jahr 2030

1

Fokus auf intelligente Technologie: Verbraucher leben in einer digitalen Welt

Verbraucher sind digital bewandert und nutzen zunehmend mobile Geräte. Denn: relevant und engagiert ist, wer "Mobile First" lebt.



der Haushalte verfügen über mindestens drei mobile Endgeräte



haben bereits mindestens zwei smarte Assistenten im Haus



der Haushalte verfügen über mindestens drei tragbare Geräte

2

Setzen Sie immersive Technologie ein: Schließen Sie die Lücke im Kundenerlebnis

Schaffen Sie mit immersiven Technologien ein differenziertes Kundenerlebnis, um die Kundenbindung zu vertiefen und zu stärken.



der Verbraucher gehen davon aus, diese Technik bis 2025 zu nutzen



der Verbraucher haben heute keine AR/VR-Geräte im Haus



der Marken investieren in AR/VR, um die Visualisierung von Produkten und Dienstleistungen zu ermöglichen

3

Schaffen Sie digitales Vertrauen: Vertrauen ist das Herzstück zwischen Marken und Verbrauchern

Die Kunden wollen sicher sein, dass die einer Marke anvertrauten Daten gesichert werden. Durch vertrauensfördernde Technologien und Datenschutz lassen sich Kundenbeziehungen vertiefen.



sind besorgt über den Umgang von Marken mit persönlichen Daten



haben das Gefühl, keine Kontrolle über die Privatsphäre für sich, für ihre Familien oder ihre Kinder zu haben

Wem vertrauen Verbraucher am meisten?

51 % Gesundheitsdienstleister

Wem vertrauen Verbraucher am wenigsten?

47 % Social Media

4

Fördern Sie Loyalität für das digitale Zeitalter: Betten Sie die Loyalität in die DNA Ihrer Marke ein

Strukturierte Treueprogramme reichen nicht aus. Erfolgreiche Marken betten treueschaffende Erlebnisse in die Kundenreise ein – gestützt auf Echtzeit-Kundenkenntnisse.



41 %

der Marken sagen, dass VIP-Programme, Anreize und Überraschungen die Kundenbindung erhöhen

NUR 19 %

der Verbraucher stimmen zu



5

Bieten Sie ein überragendes Kundenerlebnis: Nutzen Sie Agilität und Automatisierung für nahtlose und skalierbare Kontakte mit jedem Kunden:

Bis 2030 werden Agilität und weitreichende Automatisierung (wahrscheinlich AI-gestützt) treibende Faktoren für das Kundenerlebnis sein.

Marken stellen immer mehr auf Technologien um. Bisher persönliche Interaktionen werden von Maschinen übernommen.



Marken gehen davon aus, dass **69 %** der Entscheidungen bei Echtzeit-Kundenkontakten bis 2030 über alle Kanäle hinweg von intelligenten Maschinen getroffen werden

Stellen Sie das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt

Wenn Ihre Marke mit den Pionieren mithalten soll, empfiehlt SAS die Entwicklung einer auf das Kundenerlebnis ausgerichteten Kultur.

Bedenken Sie folgende Aspekte:



Konzentrieren Sie sich auf die Kunden

und übertreffen Sie die Kundenerwartungen jeden Tag aufs Neue



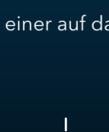
Kennen und nutzen Sie

technologiegestützte Innovationen



Handeln Sie

nach dem Grundsatz „sicher ist privat und privat ist sicher“



Treiben Sie Innovationen voran

und werfen Sie alles, was nicht zum Erfolg führt

Entwickeln Sie Ihre CX-Strategie weiter, um bis 2030 die Kundenprofitabilität zu steigern, die operativen Abläufe zu straffen und die Kundentreue zu stärken.

Lesen Sie unseren Bericht "The Future of Customer Experience is... NOW"

Herunterladen unter sas.de/experience2030