

Albträume eines Fahrgastes – unterwegs mit einem Produkttester

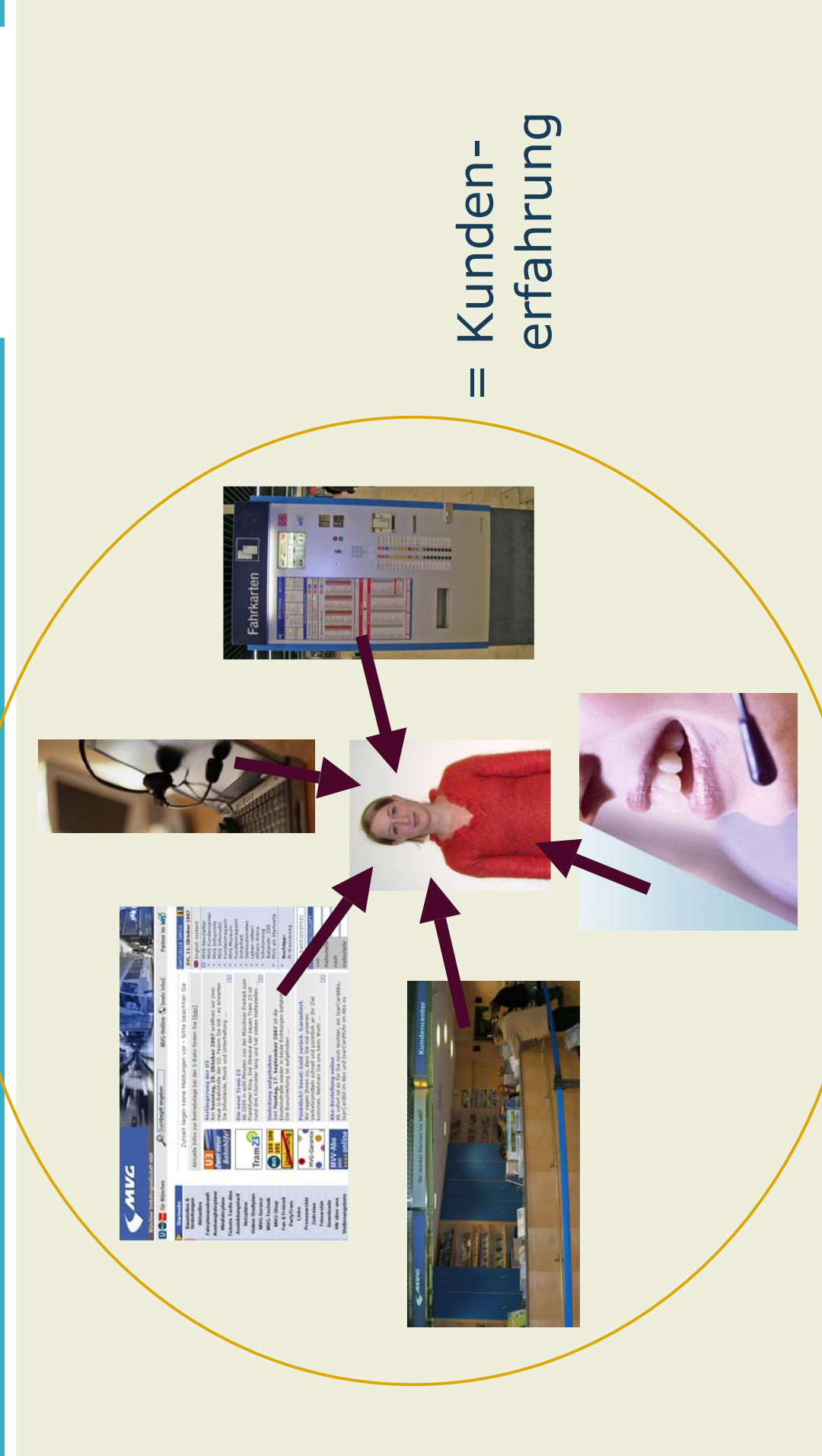
Tim Bosenick, Geschäftsführer SirValUse Consulting GmbH, Hamburg

4. ÖPNV Innovationskongress
Freiburg, 10. März 2009





**Customer
Experience
!!!**



= Kunden-
erfahrung

Kundenerfahrung

subjektive, innerliche Reaktion der Kunden
auf jeden direkten oder indirekten Kontakt

Direkte Kundenerfahrung

Kauf / Verwendung des Produkts, Inanspruchnahme des Services

Geht in der Regel vom Kunden aus

Indirekte Kundenerfahrung

Ist unbeabsichtigt; wenn Verbraucher mit Produkten, Marken,
Dienstleistungen konfrontiert werden

Mund-zu-Mund-Propaganda, Beschwerden,
Werbung, Zeitungsmeldungen, Analysen etc.

Ziel des Customer Experience Managements

Untersuchung / Beobachtung / Erfassung der früheren,
aktuellen, künftigen Erwartungen und Erfahrungen der Kunden
über alle möglichen Kontaktpunkte / -korridore

Ziel des Customer Experience Managements

Kunde ist zufrieden, wenn keine Kluft zwischen Erwartungen und Erfahrungen besteht

Kunde ist begeistert, wenn die Erfahrungen die Erwartungen deutlich übertreffen

CEM \neq Kundenzufriedenheit

Messen der Kundenzufriedenheit allein liefert
keine Daten darüber, wie sie entsteht

CEM \neq CRM

Meinung	Wissen
während der Interaktion	nach der Interaktion
Erfahrungen optimieren	Cross-Selling

Wichtig: Gesamtkonzept für die Firma

Kein Abbild der Firmenorganisation ...
in der Konzeption
in der Forschung
in der Optimierung

Kunden binden und nutzen

- Loyale Kunden begeistern
- Kunden zu loyalen Kunden werden lassen
- Positive Mund-zu-Mund Propaganda

Fahrkartenautomat



Orientierung / Informationen an Haltestellen



Website

Elektronische Fahrplanauskunft (IVR)



Fahrkartenautomat

- „Mentales Modell“ der Tarifstruktur
- Auswahl Fahrziel
- Auswahl Fahrkarte
- Bedienbarkeit allgemein

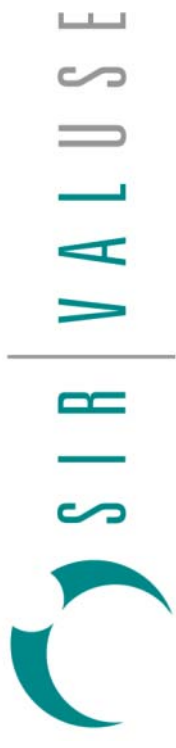
Orientierung / Informationen an Haltestellen

Abfahren

- Wo geht es hin?

Ankommen

- Bin ich hier richtig?
- Wie geht es weiter?



www.sirvaluse.com

Hamburg • München • London • Chicago • Peking

SirValUse Consulting GmbH | Schlossstraße 8g | 22041 Hamburg
Tel. +49 (40) 68 28 27-0 | Fax +49 (40) 68 28 27-20