



Customer Experience im Backoffice

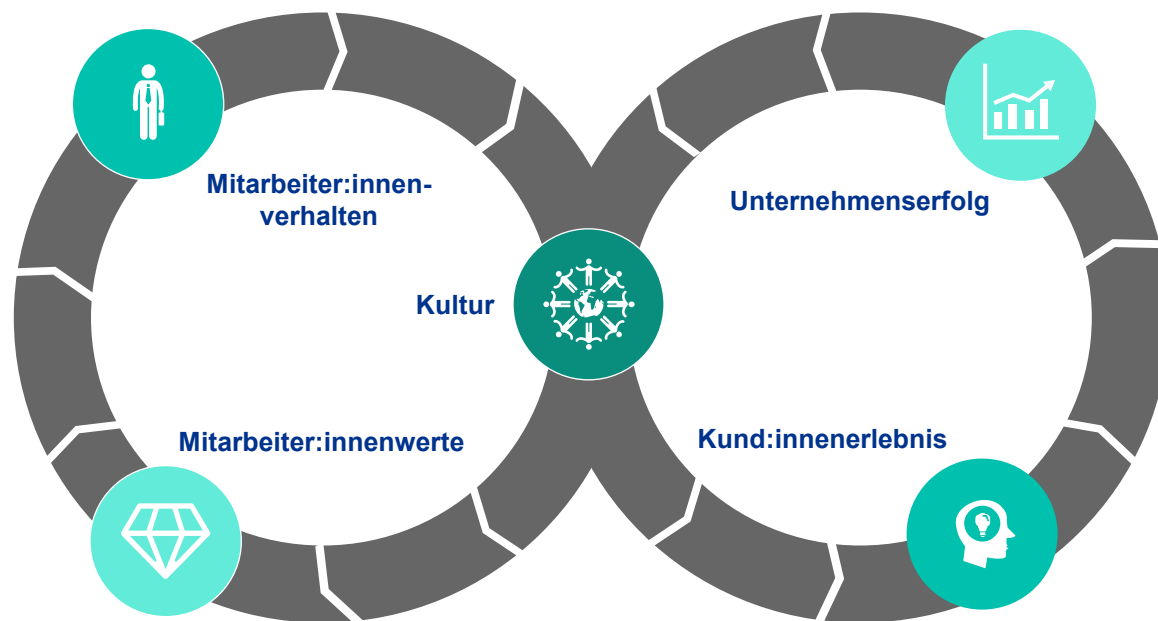


Februar 2023



Kultur ist das Herzstück zur Schaffung eines Erlebnisses für Kund:innen und Mitarbeiter:innen, das die Erwartungen übertrifft

Mitarbeiter:innenverhalten & -werte prägen die Unternehmenskultur. Dies wirkt sich auf das Kund:innenerlebnis und letztlich auf die Ergebnisse des Unternehmens aus. Wenn wir die Kultur „richtig“ gestalten, bringt dies Vorteile für unsere Mitarbeiter:innen, unsere Kund:innen und unser Unternehmen als Ganzes.



„**Wahre Kund:innenzentrierung hört nicht beim Frontoffice auf.** Es bedeutet, dass die gesamte Organisation die Kund:innen in den Mittelpunkt stellt – einschließlich Vertrieb, Risiko und Betrieb.“



„**Engagierte Mitarbeiter:innen** sind bereit, die **Extrameile** zu gehen, um einen Auftrag pünktlich und innerhalb des Budgets zu erledigen. Sie wollen, dass das **Unternehmen erfolgreich ist**, und sie wollen stolz darauf sein, **Teil dieses Erfolgs zu sein.**“

KPMG erkennt fünf Bausteine zur aktiven Gestaltung des Mitarbeiter:innen- verhaltens und ihrer Werte und somit für eine kund:innenzentrierte Kultur

1 VISION

Die inspirierende Beschreibung der Gründe für die Existenz Ihrer Organisation – der Nutzen für die Kund:innen und die Gesellschaft, den Sie bieten, und die Werte, die Ihr Handeln bestimmen

2 FÜHRUNG

Die Art und Weise, wie Führungskräfte sprechen, handeln und agieren, um die kund:innenzentrierten Ambitionen zum Ausdruck zu bringen – es gilt als Vorbild zu fungieren

3 ERFAHRUNG

Gemeinsame Rituale und die Interaktionen der Mitarbeiter:innen, um sie für die CX-Vision zu begeistern



Kund:innenzentrierte Kultur

5 ZIELE

Ziele und KPIs, mit denen Sie die kund:innenzentrierte Transformation überwachen – KPIs zeigen Ihren Mitarbeiter:innen deutlich, was erwartet wird und wie sie zur CX-Vision beitragen

4 TOOLS

Ein unterstützendes Umfeld, das richtige Know-how, die richtigen Technologien, die Sie Ihren Mitarbeiter:innen zur Verfügung stellen, damit diese großartige Kund:innenerlebnisse schaffen können

KPMG bietet einen ganzheitlichen Ansatz zur Messung und Etablierung des Kund:innenerlebnisses in der gesamten Organisation – auch im Backoffice



Bausteine, die zur Gestaltung beitragen,

...Werte und kund:innenzentriertes Verhalten,

...Gewährleistung kund:innenzentrierter Prozesse,

...um einzigartige Kund:innenerlebnisse

Zehn Jahre Customer Experience-Forschung der KPMG bestätigt, dass Kund:innenzentrierung Einfluss auf die Mitarbeiter:innenzufriedenheit und dadurch auch auf die Profitabilität hat



+12%

Zufriedene Mitarbeiter:innen sind um 12% produktiver

10x

Mitarbeiter:innen, die angeben, bei der Arbeit zufrieden zu sein, nehmen 10x weniger Krankheitstage in Anspruch als unzufriedene

+38%

Kund:innenorientierte Marken sind profitabler als andere

+54%

Top 50 CX-Vorreiter haben höhere Umsatzwachstumsraten als CX-Nachzügler

+202%

Die 50 CX-Vorreiterunternehmen haben ein um 202% höheres EBITDA-Wachstum im Vergleich zu den 50 CX-Nachzüglern



[kpmg.at](https://www.kpmg.at)

© 2023 KPMG Advisory GmbH, eine österreichische Gesellschaft mit beschränkter Haftung und ein Mitglied der globalen KPMG Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer private English company limited by guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. KPMG und das KPMG-Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.

Florian Reindl

**Director
Management Consulting**

M +43 664 8161227
freindl@kpmg.at



Peter Fritsch

**Senior Manager
Management Consulting**

M +43 664 8160997
pfritsch@kpmg.at



Elisabeth Gruber

**Managerin
Management Consulting**

M +43 664 88308708
elisabethgruber@kpmg.at

