

Weitere Auskünfte durch:
Tom Buser, CEO
+41 79 340 15 64
tom.buser@yukondaylight.com

MEDIENMITTEILUNG

YukonDaylight Studie zeigt Schwachstellen der CRM Realisierung auf

Im strategischen Bereich sowie in der Cross Channel und Online Integration besteht im Schweizer CRM Bereich ein grosser Handlungsbedarf, hat eine YukonDaylight Umfrage unter 70 Verantwortlichen aus Marketing, Verkauf und Kundenservice in der Schweiz ergeben. Die Studie ist im Vorfeld des YukonDaylight Customer Service Summit 2014 vom Herbst 2014 durchgeführt worden.

Basel, 21. Mai 2014 – In der Umfrage des Basler Beratungsunternehmens YukonDaylight vom Mai 2014 galt es zehn Bausteine für erfolgreiche Kundenunternehmen nach den Kriterien Wichtigkeit sowie jetzige Ausprägung zu bewerten.

96 Prozent der Befragten erachten zwar den Aspekt «Big Picture» mit Punkten wie Kundenstrategie, USP, Leistungsversprechen, CRM Kultur etc. als sehr wichtig oder wichtig. Nur in 30 Prozent der Fälle ist dieser Gesichtspunkt aber sehr gut oder gut ausgeprägt. «CRM wird seit Jahren eingesetzt, doch könnte eine präzise Ausrichtung der Tools und die bessere Verankerung in der gesamten Organisation die Resultate stark verbessern. Ausbaufähig sind zudem die weichen Faktoren, zum Beispiel die kundenorientierte Kultur», erklärt dazu Tom Buser, CEO der YukonDaylight AG und Leiter der Studie.

Am deutlichsten ist die Lücke zwischen Soll- und Istzustand bei der Cross Channel und Online Integration: 74 Prozent ordnen dem Gebiet eine hohe Wichtigkeit zu, doch nur in 4 Prozent der Fälle liegen bisher ausgeprägte Ergebnisse vor. «Bei CRM Disziplinen, die erst in letzter Zeit an Bedeutung gewonnen haben wie dem Einsatz von Online Werkzeugen und die nahtlose Integration derer mit den übrigen Kanälen, wird ein grosses Potential noch zu wenig genutzt», interpretiert Tom Buser die Umfragewerte. Besser sind in der Einschätzung von YukonDaylight die Resultate bei CRM Disziplinen, die seit längerer Zeit diskutiert werden: Viele Unternehmen haben in den letzten Jahren Anstrengungen im Bereich Feedback Management (z. B. Reklamationsbehandlung), kundensegmentorientierte Ansprache und Betreuung sowie Klärung der Rollen und Zuständigkeiten unternommen.

Wie sich im konkreten Fall Kundenservice und CRM schlagkräftiger machen lassen, zeigen Verantwortliche führender Unternehmen und Gesundheitsdienstleister am YukonDaylight Customer Service Summit 2014 vom kommenden 24. September im Hotel Holiday Inn in Zürich-

Oerlikon. Unter dem Motto «Das Kundenunternehmen bauen – Best Practices für den Kundenerfolg» werden erfolgreiche Beispiele aus der Wirtschaftspraxis vorgestellt. Die Veranstaltung richtet sich an Verantwortliche aus den Bereichen Marketing, Verkauf und Kundenservice sowie an Geschäftsleiter und weitere Interessierte. Der Summit wird von YukonDaylight zusammen mit Actricity, Alcatel Lucent, Evidence, Genesys, Lithium, SAP und Swisscom organisiert.

Link: [Zu den gesamten Umfrageergebnissen](#)



YukonDaylight Customer Service
Holiday Inn, Zürich Messe
24. September

Das Kundenunternehmen bauen - Entscheider namhafter Unternehmen wie ABB, Atupri, BancaStato, Kantonsspital Baden und Telekom Deutschland berichten über ihre in der Praxis umgesetzten Transformationsprojekte hin zu mehr Kundenorientierung.

Der Anlass wird von YukonDaylight zusammen mit Actricity, Alcatel Lucent, Evidence, Genesys, Lithium, SAP und Swisscom organisiert.

Erleben, lernen und austauschen am YukonDaylight Customer Service Summit 2014 am 24. September in Zürich.

Info und Registration unter www.csum.ch