



## Best Practice: Be Your Customer



### FUTURE PEOPLE LEISTUNG

Weiterentwicklung des erfolgreich gestarteten Global CX Trainings; Aktivierung der kundenzentrierten Denk- und Arbeitsweise in der Gruppe und den 7 wichtigsten Units/Ländern.

---

### HERAUSFORDERUNG



Ein renommiertes Kreditversicherungs-Unternehmen ist erfolgreich mit seiner Customer Centricity Strategie gestartet. Jetzt ist für die Gruppe und die 7 größten Business-Units die Implementierung eines CX Zertifizierungs-Programms für die Mitarbeiter geplant. Kundenumfragen mit dem Net Promoter® Score haben gezeigt, dass vor allem im Service und der persönlichen Beratung Verbesserung notwendig sind. Die Verantwortlichen befürchten, dass ein ‚Mindset-Shift‘ der Mitarbeiter nicht allein durch ein Schulungsprogramm erfolgt.

#### Das sind die Themen:

- Wie wecken wir das Interesse für das CX Schulungsprogramm und motivieren die Mitarbeiter ernsthaft teilzunehmen?
- Wie schaffen wir es, dass unsere acht ‚Key Behaviours‘ von den Mitarbeitern in der Praxis aus Überzeugung gelebt werden?
- Wie machen wir einen Selbstläufer aus dem CX Schulungsprogramm für alle Mitarbeiter?



### UNSERE LÖSUNG

Future People konzipiert einen englischsprachigen ‚Be Your Customer‘ Erlebnis-Workshop in Ergänzung zum CX Zertifizierungsprogramm. Aus einem großen Aufgaben-Pool an kritischen Touchpoints erleben die Mitarbeiter praxisnah das Unternehmen aus Sicht des Kunden und damit Stärken und Schwächen. Die Erfahrungen des Perspektivenwechsels werden gemeinsam aufgearbeitet, Verhaltensweisen – Soll und Ist – diskutiert, Lösungen erarbeitet, verschriftlicht und online allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt. Der Workshop beinhaltet auch die Vermittlung von greifbaren Kundenprofilen in Form von Buyer Personas. Zur Skalierbarkeit wird dieser Praxispart als Train-the-Trainer Kurs konzipiert.

---



### KUNDENSTIMMEN

„Der Praxisteil unseres CX Zertifizierungsprogramms hält jedem im Unternehmen sehr lebhaft und überzeugend den Spiegel vor – wie gut, oder auch weniger gut unsere Leistung ist. Es selbst zu erleben, hinterlässt mehr Spuren als jede graue Theorie. Und es spornt uns an, es besser zu machen. Abgesehen vom Spaß des Perspektivenwechsels bekommen wir mehr und mehr ein gemeinsames Verständnis der Kundenbedürfnisse.“

Customer Experience Leiter / Headquarter