



KI IM CUSTOMER JOURNEY MANAGEMENT: 8 TIPPS FÜR CX MANAGER UND JOURNEY MANAGER

KI-Projekte erfolgreich managen

In diesem Best Practice Guide finden Sie wertvolle Praxistipps, wenn Sie in Ihrem Unternehmen Technologien wie KI, Large Language Models (LLMs) oder generative KI einsetzen wollen, um Customer Journeys intelligent und nachhaltig zu verbessern. Da es bei der Implementierung von KI und im Umgang mit großen Datensätzen einiges zu beachten gibt, haben wir für Sie die wichtigsten Aspekte zusammengefasst.

Je nachdem, wo sich Ihre Organisation in Bezug auf die "Journey-Kultur" befindet, sind einige dieser Tipps für Sie jetzt schon relevant, andere vielleicht erst später. Aber entscheiden Sie am besten selbst ...



Abbildung: Management Circle für KI-Projekte (cxomni)

1. Verstehen Sie Ihre Daten

Verschaffen Sie sich zuerst einen Überblick über Ihre Kundendaten. Sie sollten wissen, welche Daten es innerhalb Ihrer Organisation gibt, welche Qualität diese besitzen und wie Sie die Daten zielgerichtet nutzen können. Erst dann können Sie die Touchpoints der Customer Journey identifizieren, an denen Daten die größte Wirkung entfalten.

2. Sprechen Sie eine einheitliche Sprache

Wenn Journey-Erkenntnisse in verschiedenen Dokumenten oder Systemen mit unterschiedlichen Terminologien und Taxonomien verwaltet werden, ist es fast unmöglich, aus diesen Informationen ganzheitliche Erkenntnisse zu gewinnen. Konsolidieren Sie daher alle Varianten in einem gemeinsamen CX/UX-Framework. Entwickeln Sie ein Journey Management Framework, das Sie dann in das CX/UX-Playbook Ihres Unternehmens schreiben und idealerweise mithilfe einer ganzheitlichen Journey-Management-Software wie cxomni implementieren.

3. Vereinheitlichen Sie Ihr Journey Repository

Kunden nutzen verschiedene Journeys, die meist in Transaktionssystemen, also sogenannten Prozessen, verschachtelt sind. Erstellen Sie ein einheitliches Journey Repository, das auf diese Prozesse verweist. So können Sie alle Journey Maps zusammenfassen sowie konsolidieren und erhalten einen Single-Point-of-Truth für die Erfahrungen an allen Touchpoints. Sie schaffen eine strukturierte Grundlage, mit der Sie dann alle Metriken in Bezug auf die emotionale Reise Ihrer Kunden aggregieren können.

4. Bringen Sie Kunden-Metriken in den Journey-Kontext

Unternehmen besitzen viele Kundenmetriken, die aus Web Analytics, Voice of Customer, User Research oder transaktionalen Systemen wie CRM und Service-Center kommen. Diese Daten werden von verschiedenen Stakeholdern im Unternehmen gemanagt und meist nur entsprechend ihrer Funktion betrachtet. Daher fehlt diesen Metriken der Bezug zur Customer Journey, ihren Touchpoints und ihrem emotionalen Kontext. Journey Maps und Journey Analytics helfen dabei, diesen Kontext herzustellen und liefern wertvolle Erkenntnisse zu den Pains, Gains und Needs Ihrer Kunden.

5. Setzen Sie auf Personalisierung

Nutzen Sie KI und Large Language Models, um Kunden hochgradig personalisierte Erlebnisse anzubieten. Passen Sie Inhalte, Empfehlungen und Interaktionen an die individuellen Vorlieben und Verhaltensweisen an. Oder implementieren Sie dynamische Inhalte, die sich in Echtzeit an die Eingaben Ihrer Kunden anpassen.

6. Aktuelle Trends aufnehmen

Halten Sie Ihr Team über die neuesten KI- und CX-Trends auf dem Laufenden. Fördern Sie kontinuierliches Lernen und Trainings zu KI-Technologien und Best Practices. Nutzen Sie Kurse, Workshops und Zertifizierungen, um fortlaufend Fachwissen aufzubauen.

7. Experimentieren und validieren

Scheuen Sie sich nicht, mit KI-gestützten Initiativen zu experimentieren. Beginnen Sie mit Pilotprojekten und nutzen Sie A/B-Tests, um die Ergebnisse zu messen und zu bewerten. Validieren Sie auf der Grundlage von Daten und Kundenfeedback, um die Customer Journey kontinuierlich zu verbessern.

8. Achten Sie auf Transparenz und Ethik

Bei der Nutzung von KI und datengestützten Erkenntnissen sind Transparenz und ethische Erwägungen das A und O. Stellen Sie sicher, dass Kunden verstehen, wie Daten verwendet werden und konzipieren Sie KI-Systeme, die gerechte und unvoreingenommene Entscheidungen treffen.

Fazit

KI-Technologien werden Customer Experience (CX) und Customer Journey Management (CJM) revolutionieren. Da sie sprachlichen Content verarbeiten und generieren sowie riesige Datensätze verstehen, verändern sie die Art und Weise, wie Unternehmen mit Kunden interagieren und Customer Journeys optimieren.

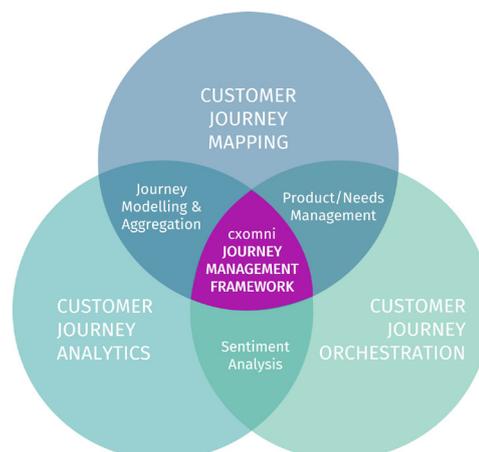
Wenn Unternehmen ihre Daten verstehen, auf Personalisierung setzen, die neuesten KI-Trends berücksichtigen und ethischen Aspekten Priorität einräumen, können sie mit KI die CX verbessern und Erlebnisse schaffen, die Kunden nachhaltig begeistern.

Über cxomni

cxomni wurde 2015 als Start-up in München gegründet und entwickelte sich rasch zum Thought Leader für Customer Journey Management.

Kundenzentrierte Unternehmen können mit cxomni kollaborativ relevante Customer Insights identifizieren, diese im Kontext der Journey visualisieren und entsprechende Bedürfnisse und Anforderungen an die verantwortlichen Stakeholder orchestrieren.

Mit der umfangreichen SaaS Tool Suite von cxomni lassen sich Journeys designen, mappen und managen sowie Produkte und Services nach CX und UX entwickeln und optimieren.



Haben Sie Fragen zum Aufbau eines ganzheitlichen Customer Journey Managements oder interessieren Sie sich für eine Software-Demo? Schreiben Sie uns.

[Wir helfen gerne weiter!](#)

Impressum

cxomni GmbH, Konrad-Zuse-Platz 8, 81829 München
info@cxomni.net | Tel +49-89-207042-986 | www.cxomni.net

Disclaimer

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche Genehmigung der cxomni GmbH oder eines mit ihr verbundenen Unternehmens in irgendeiner Form zu irgendeinem Zweck vervielfältigt oder übertragen werden. cxomni Customer Journey Management und andere hier erwähnte cxomni-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der cxomni GmbH (oder eines mit ihr verbundenen Unternehmens) in Deutschland und anderen Ländern. Weitere Informationen und Hinweise zu Marken finden Sie unter <https://cxomni.net/>. Nationale Produktspezifikationen können abweichen. Einige von der cxomni GmbH und ihren Vertriebspartnern vertriebene Softwareprodukte enthalten proprietäre Softwarekomponenten anderer Softwarehersteller.

Dieses Material wird von der cxomni GmbH oder einem mit ihr verbundenen Unternehmen ausschließlich zu Informationszwecken ohne jegliche Garantie oder Zusicherung zur Verfügung gestellt, und die cxomni GmbH oder ihre verbundenen Unternehmen haften nicht für Auslassungen oder Fehler in diesem Material. Die einzigen Gewährleistungen für Produkte und Dienstleistungen der cxomni GmbH oder ihrer verbundenen Unternehmen sind diejenigen, die in den ausdrücklichen Garantieerklärungen, die diesen Produkten und Dienstleistungen gegebenenfalls beigefügt sind, bestätigt werden. Nichts hierin ist als zusätzliche Garantie auszulegen.

Insbesondere sind die cxomni GmbH oder ihre verbundenen Unternehmen nicht verpflichtet, die in diesem Dokument oder einer damit in Zusammenhang stehenden Präsentation beschriebenen Geschäftsprozesse umzusetzen oder die darin beschriebenen Funktionen zu entwickeln oder freizugeben. Die Informationen in diesem Dokument stellen kein Versprechen, keine Verpflichtung oder rechtliche Verpflichtung zur Lieferung von Material, Code oder Funktionen dar. Alle zukunftsgerichteten Aussagen unterliegen verschiedenen Risiken und Unsicherheiten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den Erwartungen abweichen. Die hier erwähnten KI-Funktionen befinden sich derzeit im Rahmen eines BMWK-Förderprojektes in der Planungsphase. Dieses Dokument oder eine damit zusammenhängende Präsentation sowie die Strategie der cxomni GmbH oder ihrer verbundenen Unternehmen und mögliche zukünftige Entwicklungen, Produkte und/oder die Ausrichtung und Funktionalität der Plattform können von der cxomni GmbH oder ihren verbundenen Unternehmen jederzeit und ohne Angabe von Gründen geändert werden. Die Leserinnen und Leser werden darauf hingewiesen, dass sie sich nicht auf diese zukunftsgerichteten Aussagen verlassen sollten, da diese nur den Stand der Dinge wiedergeben und nicht als Grundlage für eine Kaufentscheidung dienen sollten. Ein Teil des Inhalts wurde mit Unterstützung von Artificial Intelligence erstellt.

Bildquellen:

Titelbild:: Adobe Stock
Seiten 2,5: cxomni

Stand: November 2023