

7 nützliche Tipps für Shopper Experience Manager

Mit der Customer Experience ist auch die Shopper Experience (SX) vom „neuen Schlachtfeld des Marketings“ zum zentralen Schlüsselfaktor des Unternehmenserfolges geworden. Sie können die Ergebnisse des SX Designprozesses signifikant verbessern, wenn Sie folgende sieben Punkte im Hinterkopf behalten.

01 WECHSELN SIE DIE PERSPEKTIVE

Bei der Shopper Experience stehen die Kunden im Mittelpunkt. Ihre Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen haben oberste Priorität. Fragen Sie sich, was Ihre Kunde wollen, und nicht, welche Ziele Ihre Marke verfolgt.



02 LERNEN SIE IHRE KUNDEN KENNEN

Betrachten Sie die Welt mit den Augen Ihrer Kunden. Stellen Sie keine Vermutungen an. Nutzen Sie Customer-, Shopper- und Trend-Researchs, führen Sie Interviews und beobachten Sie Ihre Kunden vor Ort, um sie zu verstehen.



03 DENKEN SIE VON AUßEN NACH INNEN

Gestalten Sie Erlebnisse aus Sicht der Kunden. Greifen Sie ihre Wünsche und Bedürfnisse auf und geben Sie ihnen über alle Unternehmensbereiche hinweg, was sie wollen. Gestalten Sie die Shopper Experience von außen nach innen.



04 STELLEN SIE DEN KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT

Konzentrieren Sie sich auf die Ziele Ihrer Kunden. Gestalten Sie die Erlebnisse allein zu dem Zweck, ihre tatsächlichen Wünsche und Sehnsüchte zu erfüllen. Optimieren Sie die Shopper Experience kontinuierlich.



05 INSPIRIEREN SIE IHRE MITARBEITER

Definieren Sie Ihre Shopper Experience KPIs und richten Sie Ihre Unternehmenskultur danach aus. Übertragen Sie Ihren Mitarbeitern die Verantwortung, sie permanent zu verbessern. Motivieren Sie sie dazu, ihr Denken und Handeln zu verändern.



06 EXPERIMENTIEREN UND LERNEN SIE

Schaffen Sie eine Kultur des Experimentierens. Suchen Sie nicht die perfekte Lösung. Testen und optimieren Sie kontinuierlich Ihre Shopper Experience im Rahmen der Ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen.



07 SEIEN SIE INNOVATIV

Ruhen Sie sich nicht auf dem Erreichten aus. Geben Sie sich nicht mit dem Status quo Ihrer Shopper Experience zufrieden. Verbessern Sie kontinuierlich Ihre „value proposition“. Stellen Sie Ressourcen für Innovationen zu Verfügung.

