

Über den Verkauf hinaus: 7 Gründe, warum die wahre Customer Journey erst nach dem Kauf beginnt



Der Kundenerfolg ist entscheidend für die langfristige Zufriedenheit und Loyalität, doch 37 % der Unternehmen haben keine klar definierte Strategie dafür.¹ Wir nennen sieben Gründe, warum die Interaktion nach dem Kauf ebenso wichtig ist wie die Akquise:

1 Die Erwartungen sind größer als je zuvor

93% der Kundenservice-Teams sagen, Kunden hätten höhere Erwartungen als je zuvor²



Zwei Drittel der Kunden finden, dass Unternehmen nicht schnell genug auf sich verändernden Anforderungen reagieren³

finden, dass Unternehmen nicht schnell genug auf sich verändernden Anforderungen reagieren³

2 Loyalität ist schwer zu erzielen

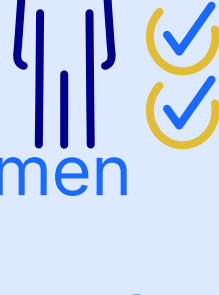
Mehr als ein Drittel der Kunden sind Marken gegenüber nicht treu⁴



70% der Kunden sind bereit, per Mausclick kurzerhand die Seiten zu wechseln⁵

3 Kundenbindung zahlt sich aus

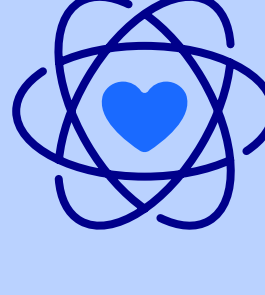
Ein Unternehmen muss **3 Neukunden** gewinnen für jeden Kunden, den es verliert⁶



Zufriedene Kunden haben eine **20 bis 30%** höhere Treuwahrscheinlichkeit und sind kostengünstiger zu halten⁷

4 Loyale Kunden sind essentiell für den Unternehmenserfolg

80% der Wertschöpfung der Unternehmen mit dem erfolgreichsten Wachstum stammt aus der Erschließung neuer Umsätze durch Bestandskunden⁸



Treue Kunden haben einen höheren Wert über die gesamte Lebensdauer als einmalige oder gelegentliche Käufer

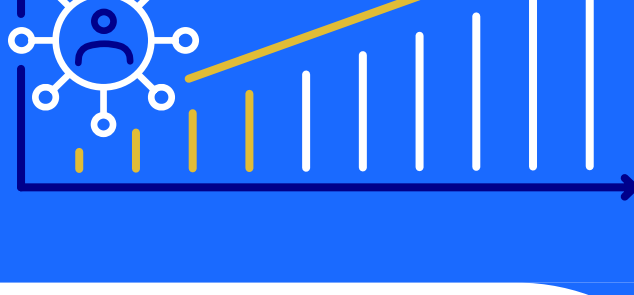
5 Die Macht der Kommunikation nach dem Kauf

Kontinuierliche Kommunikation kann **entscheidend** für die Kundenzufriedenheit sein



Unternehmen steigerten ihren Umsatz **41%** schneller,

als sie sich auf die Verbesserung des Kundenerlebnisses durch Omnichannel-Kommunikation konzentrierten⁹



6 Investition in den Kundenerfolg ändert alles

Unternehmen binden **2,2-mal mehr** Kunden pro Jahr, wenn sie den Kundenerfolg während der gesamten Customer Journey priorisieren¹⁰.



Unternehmen haben im Durchschnitt **10% höhere Expansionsraten, und 2% höhere Bindungsraten** wenn sie Kundenerfolge gewinnbringend nutzen¹¹



7 Ihre Mitbewerber sind schon auf den Zug aufgesprungen

Die Positionen im Bereich Customer Success **steigen um 34%** von Jahr zu Jahr¹²



Wiederkehrende Einnahmen **steigen um 9%**,

wenn Unternehmen der Abteilung für Customer Success die Verantwortung für die Erneuerung übertragen und Umsatz für Upselling nutzen gegenüber Unternehmen, die das dem Vertrieb überlassen¹³



Entschlüsseln Sie das Geheimnis erfolgreicher Kundenbindung auch nach dem Verkauf.

Jetzt starten