



DIGITAL  
TOMORROW

## **CX-Kompass für den Mittelstand**

Wie Customer Experience auch bei knappen Budgets  
Orientierung und Wirkung schafft

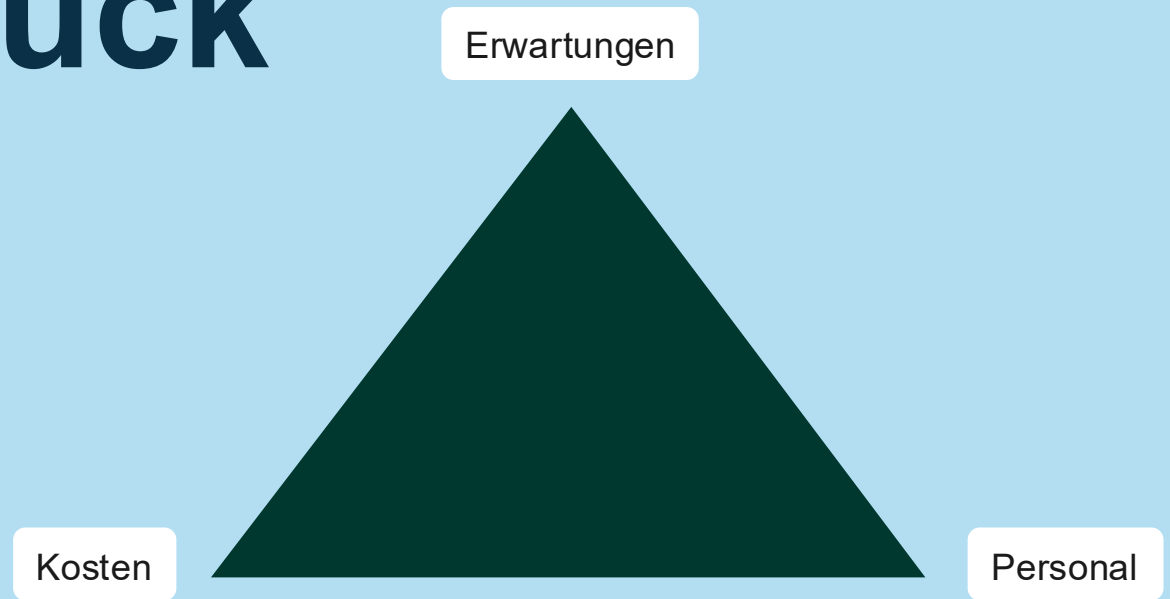
Martin Rausch Beschnitt

# Agenda

1. CX-Realität: der Mittelstand unter Druck
2. Der CX-Kompass in der Praxis
3. Customer Feedback als wichtige Navigationshilfe
4. Abschluss & Ausblick

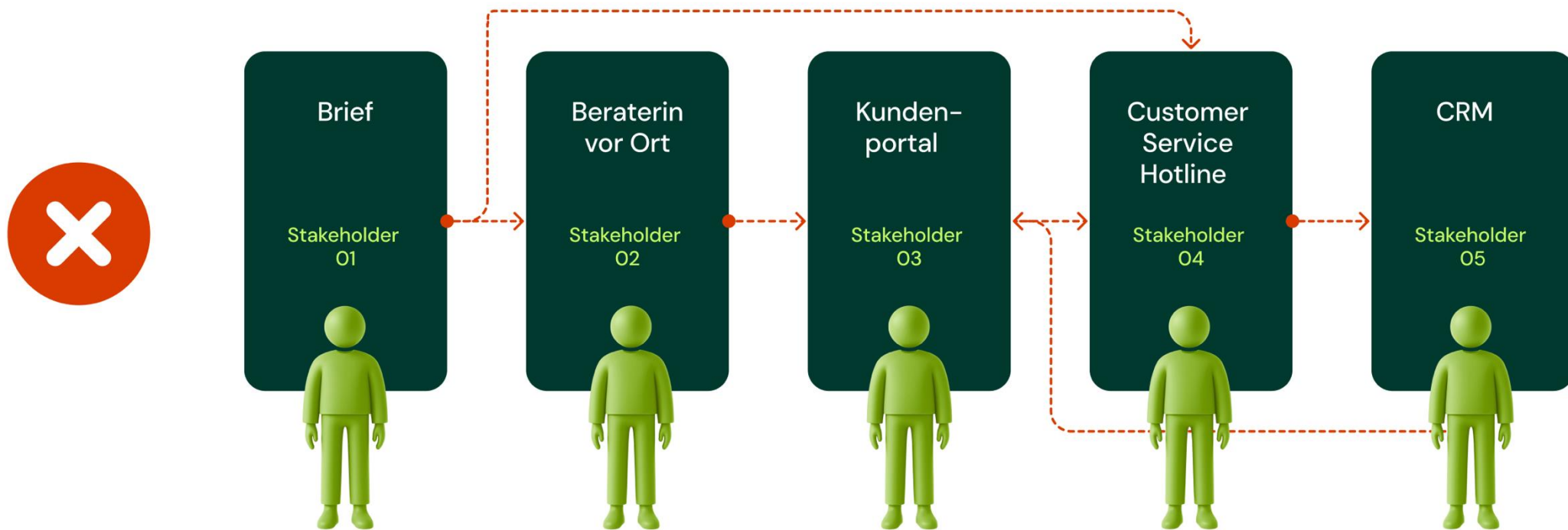


# 01 CX-Realität: der Mittelstand unter Druck



# Viele Touchpoints – keine geführte Reise...

Beispiel: Die Geschäftskunden einer Bank mit Filialen in vielen Regionen sollen zunehmend Anliegen im Self-Service erledigen.



# Die große CX-Illusion

## 2005

The Delivery Gap

**Der Klassiker**  
*Bain & Company*

- **80 %** der Unternehmen glaubten, sie liefern ein „überragendes Erlebnis“.
- **8 %** der Kunden stimmten zu.

## 2008

The Centricity Gap

**Die Digital-Ära**  
*Capgemini*

- **75 %** der Executives hielten sich für „customer-centric“.
- **30 %** der Konsumenten waren zufrieden.

## 2025

The Loyalty Illusion

**Die neue Realität**  
*PwC*

- **90 %** der Executives sehen gestiegene Kundenloyalität.
- **40 %** der Kunden bestätigen das.

## 2026

The New Hope KI

**Alles oder nichts**  
*COPC Inc.*

- Über **90%** Satisfaction, wenn Problem von KI gelöst.
- NPS-Einbruch um **-70 Punkte**, wenn KI versagt und menschliche Übergabe mühsam ist.



**Massive Überschätzung der eigenen Exzellenz**



**Trotz Digitalisierung kam der Wert nicht an.**



**Wir verwechseln „Trägheit“ mit echter Loyalität.**



**Hohe Erwartungshaltung an KI = hohe Fallhöhe**

**Schlechte  
CX  
kostet ...**

**Effizienz**

**Vertrauen**

**Kunden**

# 02 Der CX-Kompass in der Praxis

# Euer Werkzeug für den ‚Vormittag‘

## Das "Zielbild" (North Star)

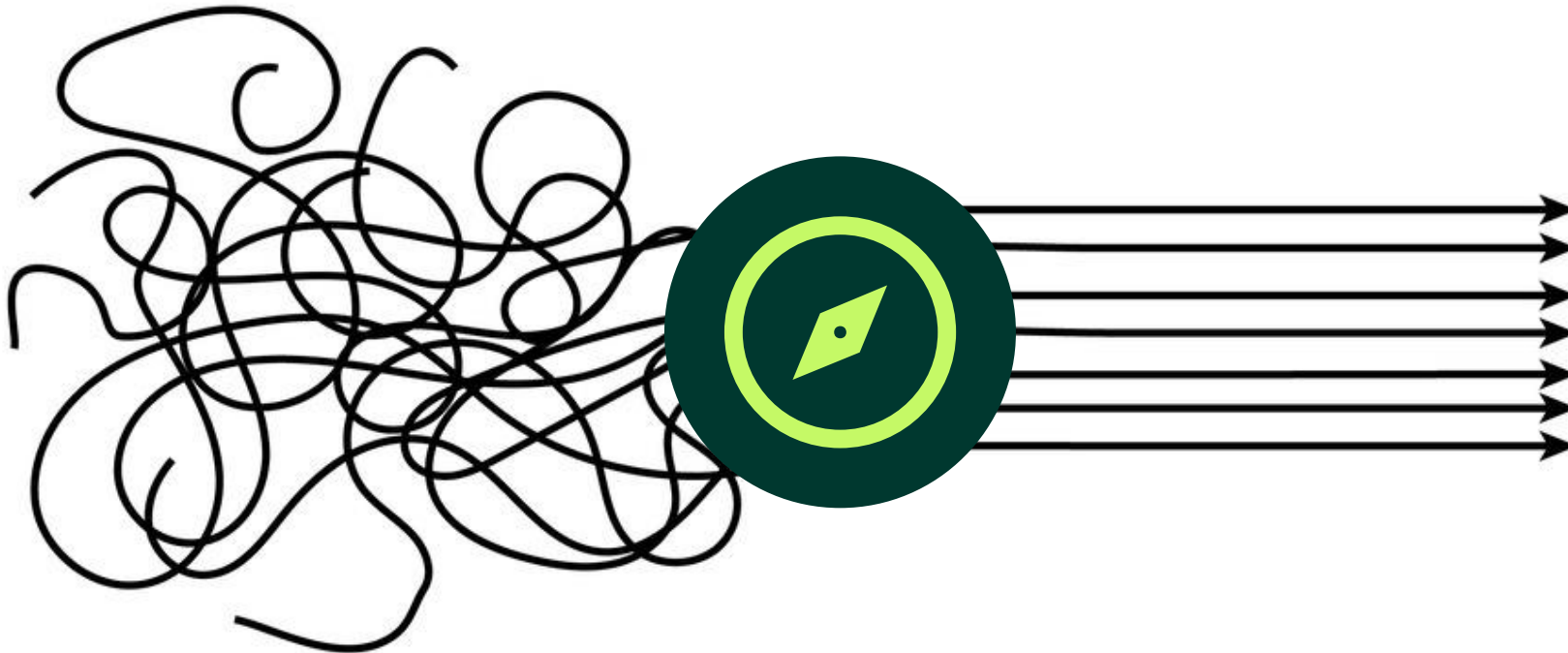
„Ein gemeinsames Verständnis schaffen:  
Wer sind wir für den Kunden – und wer  
nicht?“

## Die "Prioritäten" (The Filter)

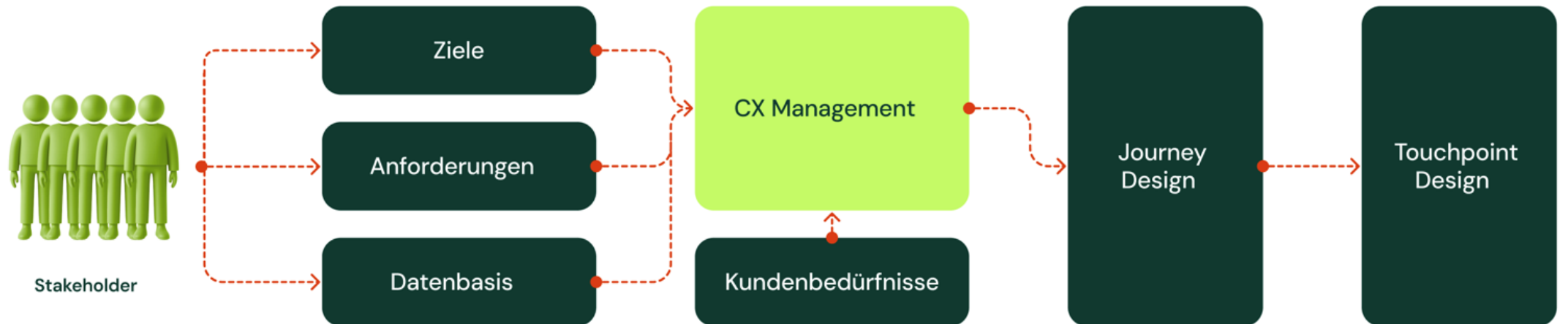
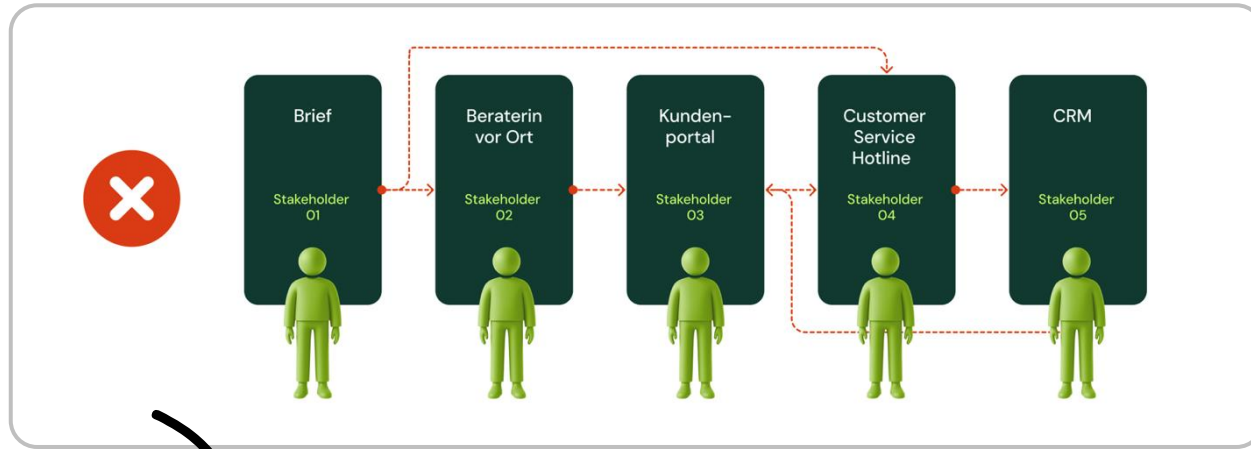
„Mut zur Lücke: Was lassen wir heute weg?  
(Kill your darlings!)“

## Die "Entscheidungsfähigkeit" (Empowerment)

„Mitarbeitende dürfen Probleme lösen, ohne  
den/die Chef\*in zu fragen.“



# Geschwindigkeit ohne Richtung bringt uns nicht näher zum Kunden



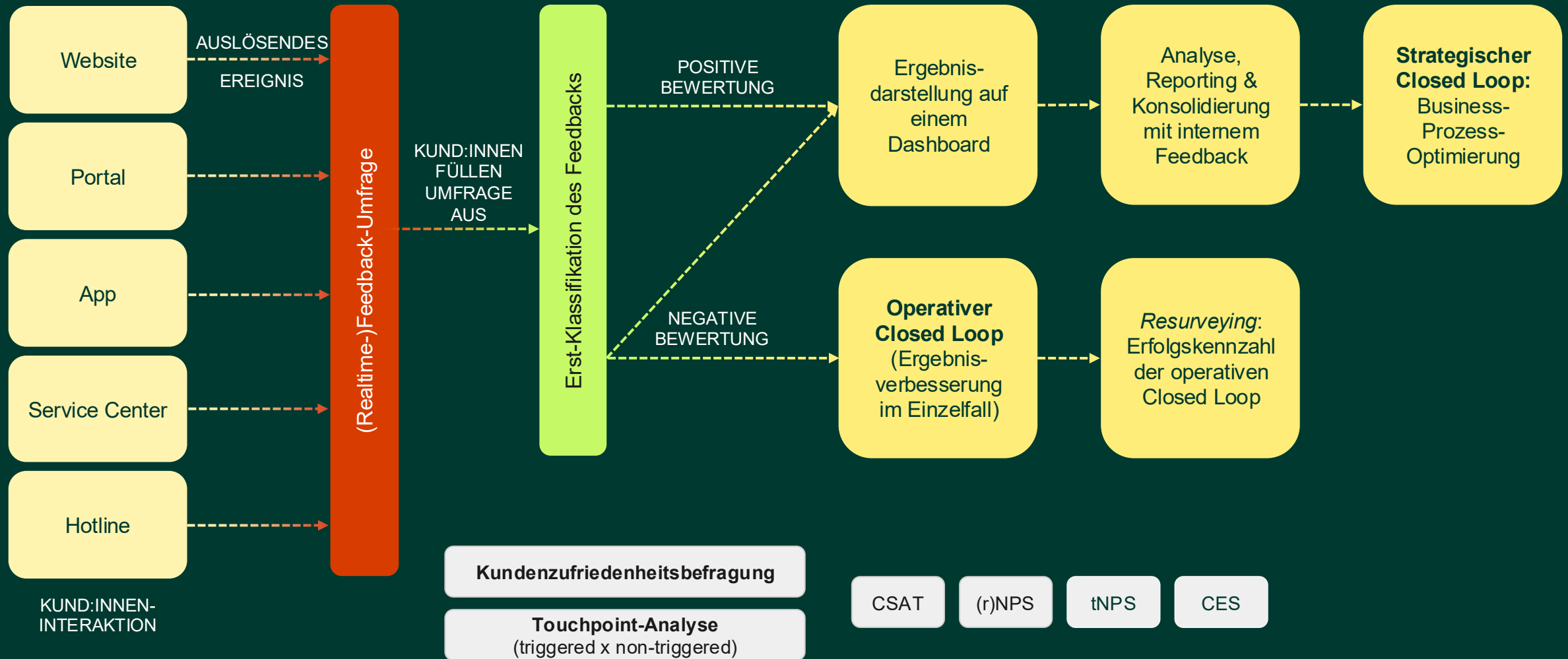
# Wirkung vor Vollständigkeit

Erst die Pflicht, dann die Kür!



# 03 Customer Feedback als wichtige Navigationshilfe

# Schritt-für-Schritt zum wirksamen Kund:innen-Feedback...



# Praxisnahe Ableitung von Maßnahmen mittels Treiberanalysen

Research

Analysis

Actions

## Customer satisfaction study

14%

How satisfied are you with the following aspects of your **business relations** with **company ABC**? Please rate on a scale from "0=not satisfied at all" to "10=very satisfied" or choose "not applicable".



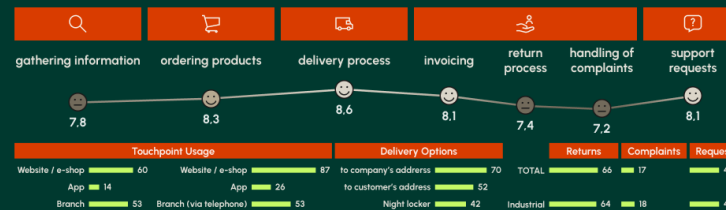
Please think about the **upcoming year**: Are you **planning** to do more / the same / less business with company ABC?

- More
- The same
- Less
- I don't know

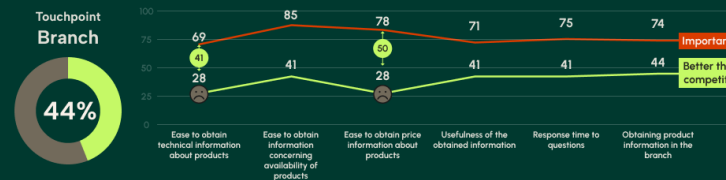
## Top business driver analysis

Lever	Business Driver	Satisfaction	Overall NPS
15%	Portfolio	8.2	29
18%	Pricing	7.1	
31%	Brand Trustworthiness	8.1	
36%	Customer Interaction	7.8	

## Journey analysis + qualitative feedback



## Operational driver analysis



## Summary: "JourneyMap"



## Prioritized list of actions

	Date Added	Priority	Task	Project ID	Assigned to
1	4.11.2024	Completed	Analys	555-43753-3234	timmy@digitalberatung.at
2	5.11.2024	Completed	Setup	555-43753-3235	joany@digitalberatung.at
3	6.11.2024	Completed	Design	555-43753-3236	frank@digitalberatung.at
4	7.11.2024	Priority 2	Suppo	555-43753-3237	paul@digitalberatung.at
5	8.11.2024	Priority 3	Analys	555-43753-3238	carla@digitalberatung.at
6	9.11.2024	Priority 4	Setup	555-43753-3239	timmy@digitalberatung.at
7	10.11.2024	Priority 5	Design	555-43753-3240	joany@digitalberatung.at
8	11.11.2024	Important	Suppo	555-43753-3241	frank@digitalberatung.at
9	12.11.2024	Important	Analys	555-43753-3242	paul@digitalberatung.at
10	13.11.2024	Important	Setup	555-43753-3243	carla@digitalberatung.at
11	14.11.2024	Important	Design	555-43753-3244	timmy@digitalberatung.at
12	15.11.2024	Important	Suppo	555-43753-3245	joany@digitalberatung.at
13	16.11.2024	Important	Analys	555-43753-3246	frank@digitalberatung.at
14	17.11.2024	Important	Setup	555-43753-3247	paul@digitalberatung.at
15	18.11.2024	Important	Design	555-43753-3248	carla@digitalberatung.at
16	19.11.2024	Descoped	Support	555-43753-3249	timmy@digitalberatung.at
17	20.11.2024	Descoped	Design	555-43753-3250	joany@digitalberatung.at

## Roadmap workshop: Evaluation of actionable improvements



# 04 Fazit

They talk about NPS. They run surveys. They have dashboards.

But when it comes to real decisions?  
Product P&Ls, budgets, and internal politics still win.

# CX as .//AI Service



# Fragen?

# Danke für die Aufmerksamkeit!

Ich Sorge dafür, dass CX und Nutzerzentrierung fester Bestandteil unseres Denkens und Handelns werden – strategisch, skalierbar, wirksam. Mit 18 Jahren UX/CX-Erfahrung, Leidenschaft für ResearchOps, sowie Human Centered Design als Führungsprinzip begleiten mein Team und ich Unternehmen bei der digitalen Transformation – mit Fokus auf echten Mehrwert für Nutzende & Business.



## Martin Rausch-Beschnitt

Director Strategy & Experience

**E-Mail:** [Martin.Rausch-Beschnitt@mai-group.com](mailto:Martin.Rausch-Beschnitt@mai-group.com)

**Telefonnr.:** +49 221 46758951

**Danke.**