

# Inventar und Checkliste: Nächste Schritte

Für den Erfolg im Zeitalter der KI ist der Aufbau von tiefgreifenden Kundenbeziehungen unerlässlich. Doch nur wer den eigenen Fortschritt auch verfolgt, kann KI zielführend einsetzen.

Jedes Unternehmen hat einen anderen Ausgangspunkt, wenn es darum geht, tiefgreifende Kundenbeziehungen aufzubauen. Und das ist völlig okay. Worauf es ankommt ist, dass Sie auf dem richtigen Weg sind.

Nutzen Sie diese Checkliste, um mehr über den derzeitigen Stand Ihrer Kundenbeziehungen zu erfahren und praktische Optimierungsschritte zu erhalten.

Wie bereits erwähnt, dient Ihnen diese Selbsteinschätzung als Stütze, um herauszufinden, wo genau Sie sich derzeit auf dem Weg zu tiefgründigeren Kundenbeziehungen befinden. Füllen Sie die Checkliste aus, um mehr darüber zu erfahren, wo Sie stehen und was Sie noch verbessern können. Sie werden schnell erkennen, dass die Checkliste Ihnen als nützlicher Ausgangspunkt dienen kann, um die Ratschläge aus unserem Leitfaden in handfeste Ziele für Sie umzuwandeln.

## Und so funktioniert's

In den vier Abschnitten finden Sie jeweils Fragen zum aktuellen Stand Ihrer Kundenbeziehungen. Bewerten Sie sich selbst auf einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „Stimme voll und ganz zu“ steht. Addieren Sie am Ende Ihre Punkte und ermitteln Sie so, wie gut Ihre Kundenbeziehungen aktuell abschneiden.

## Bewusstseinsphase

1. Die Inhalte auf unserer Website sind klar, dialogorientiert und prägnant, sodass sie gut auffindbar sind und von KI einfach verarbeitet werden können.
2. Wir haben unsere Contentstrategie um nicht-textbasierte Formate wie beispielsweise kurze Videos erweitert.
3. Wir haben unsere Inhalte mithilfe von Influencern und unserer Community vielfältiger gestaltet.
4. Wir beziehen die Expertise unserer Kundschaft mit ein, um unsere Werbebotschaften richtig zu platzieren.
5. Wir nutzen Tools für Social Media, Contentmanagement und Werbestrategien von HubSpot.



## Überlegungsphase

1. Wir verwenden unsere KI-gestützten Bots, um in der Überlegungsphase personalisierte Inhalte auf die individuellen Bedürfnisse potenzieller Kunden und Kundinnen zuzuschneiden.
2. Wir kommunizieren mit unseren Kunden und Kundinnen sowie mit Leads über verschiedene Kanäle hinweg und bieten unserer Zielgruppe somit die Interaktionswege, die sie bevorzugen.
3. KI ist bei der Contenterstellung ein fester Bestandteil, um sicherzustellen, dass Inhalte für unsere potenziellen Kunden und Kundinnen möglichst relevant sind.
4. Mithilfe der Tools von HubSpot (z.B. SMS, Bots) optimieren wir Kundeninteraktionen und pflegen Leads über die gesamte Customer Journey hinweg.



## Kaufphase

1. KI-gestützte Tools helfen unseren Vertriebsmitarbeitenden dabei, tiefgehende Analysen und maßgeschneiderte Beratung zu bieten, die sich den Problemen unserer Kunden und Kundinnen annimmt.
2. Wir nutzen KI-gestützte Tools, um den Kaufprozess zu beschleunigen, personalisierte Kundenerlebnisse zu schaffen und nachhaltige Beziehungen zur Kundschaft zu fördern.
3. Unsere Tools ermöglichen es unseren Kunden und Kundinnen, die besten Tools für sich selbst zu entdecken und zu erwerben.
4. Unsere Kunden und Kundinnen können sich selbstständig mit unseren Vertriebsmitarbeitenden in Verbindung setzen und nützliche Informationen einholen.
5. Sales Hub und Commerce Hub bieten uns Tools, die unsere Vertriebsprozesse vereinfachen.



## Verwendungsphase

1. Die schnelle Wertschöpfung ist eine Kennzahl, die wir nachverfolgen und aktiv optimieren möchten.
2. Wir verwenden sowohl Bots, um unseren Kunden und Kundinnen schnelle Hilfe zu liefern, als auch individuellen, persönlichen Support, der gewährleistet, dass jedes Kundenproblem gelöst wird.
3. Auch die von unseren Vertriebsmitarbeitenden verwendeten Tools sind KI-gestützt, damit der persönliche Support so erfolgsversprechend und bemerkenswert wie möglich bereitgestellt werden kann.
4. Tools wie etwa Bots oder eine Wissensdatenbank unterstützen die Verwendung unserer Produkte.



## Addieren Sie jetzt Ihre Punktzahl.

**0–30**

### Verbesserungspotenzial

Laut Ihrem aktuellen Stand können Sie bei Ihren Kundenbeziehungen noch viel verbessern.

---

**31–59**

### Auf dem richtigen Weg

Sie sind auf dem richtigen Weg, es gibt jedoch noch Raum für Verbesserungen, um Ihre Kundenbeziehungen weiter zu optimieren.

---

**60+**

### Connector

Sie sind auf dem Weg zu nachhaltigen und tiefgehenden Kundenbeziehungen. Damit das so bleibt, sollten Sie Ihre Strategie regelmäßig überprüfen und eng mit Ihren Teams zusammenarbeiten.

## **Sie haben eine Punktzahl zwischen 0 und 30 erreicht**

Ihre Punktzahl lässt erkennen, dass es bei Ihnen noch Verbesserungspotenzial gibt. Das ist kein Grund zur Panik! Sehen Sie dies als eine Chance, um jetzt so richtig aktiv zu werden. KI ist noch ein relativ neuer Trend und Sie haben noch viel Zeit, auf den Zug aufzuspringen und diese neue Technologie in Ihre Strategie zum Aufbau von Kundenbeziehungen einzubinden.

Wir haben drei Ideen für Sie zusammengestellt, die Sie noch heute in die Tat umsetzen können:

### → **Bauen Sie auf persönliche Beziehungen**

Die besten Kundenbeziehungen sind persönlich. Setzen Sie sich tiefgründig mit den Bedürfnissen, Vorzügen und Herausforderungen Ihrer Kundschaft auseinander. Nutzen Sie das Gelernte, um setzen Sie es bei jeder tagtäglichen Interaktion und Kommunikation in die Tat um. Geben Sie beispielsweise Ihren E-Mails einen persönlichen Touch, schneiden Sie Ihre Werbebotschaften und Angebote genau auf Ihre Zielgruppe zu, und gestalten Sie die Customer Journey Ihrer Kundschaft individuell.

### → **Heben Sie sich mit ausgezeichnetem Content ab**

Verfeinern Sie Ihre Contentstrategie und erstellen Sie wirkungsvolle Inhalte, die gut bei Ihrer Zielgruppe ankommen. Lernen Sie die Kunst des Storytellings und inspirieren Sie Ihre Kunden und Kundinnen. Ihre Inhalte sollten kein Verkaufstechnik sein, sondern Lösungen für echte Probleme bereitstellen. Dies können Sie erreichen, indem Sie Ihre Inhalte auf die Herausforderungen Ihrer Kundschaft zuschneiden und ihnen neue Erkenntnisse bieten, die zu weiteren Interaktionen einladen. Nutzen Sie KI-gestützte Tools, um die Contenterstellung zu optimieren und Ihre Inhalte wirksam zu platzieren. Vermeiden Sie es beispielsweise, potenzielle Kunden und Kundinnen mit Nachrichten zu überhäufen. Setzen Sie bei Ihrer Contentstrategie auf Qualität statt Quantität.

### → **Beziehungen müssen menschlich bleiben**

Der KI-Trend ist nicht aufzuhalten, doch unterschätzen Sie niemals die Macht einer echten, menschlichen Beziehung. Lassen Sie immer wieder herzliche, mitfühlende und authentische Elemente in Ihre Kundeninteraktionen einfließen. Raten Sie Ihre Mitarbeitenden dazu an, bei Kundengesprächen aktiv zuzuhören, eingängige Unterhaltungen zu führen und personalisierten Support anzubieten. Nutzen Sie KI dabei als Tool, nicht jedoch als Ersatz für den persönlichen Umgang mit Ihrer Kundschaft. Ihre Vertriebsmitarbeitenden sollten darauf bedacht sein, vertrauenswürdige Beratung zu liefern und die Probleme Ihrer Kunden und Kundinnen zu lösen. Ob Sie Livechats, personalisierte Telefonate oder persönliche Interaktionen anbieten möchten - jedes Format bietet Möglichkeiten, mit denen sich Ihre Kunden und Kundinnen ernst genommen und wertgeschätzt fühlen.

## **Sie haben eine Punktzahl zwischen 31 und 59 erreicht**

Sie sind auf dem richtigen Weg dazu, ein echter Connector zu werden. Die grundlegenden Elemente Ihrer Strategie sind bereits vorhanden. Jetzt ist es an der Zeit, Ihrer Strategie den letzten Feinschliff zu geben.

Wir haben drei Ideen für Sie zusammengestellt, die Sie noch heute in die Tat umsetzen können:

### **→ Weiten Sie Ihre Strategie auf die gesamte Customer Journey aus**

Studien ergaben, dass Unternehmen, die tiefgreifende Beziehungen zu ihren Kunden und Kundinnen aufbauen, letztendlich die erfolgreichsten sind. Führen Sie sich jeden einzelnen Berührungspunkt, jede Interaktion und jede Herausforderung vor Augen, die eine Customer Journey beinhalten kann. Nutzen Sie das Potenzial der Daten und Tools, die Ihnen in HubSpot zur Verfügung stehen, und schaffen Sie personalisierte Kundenerlebnisse über die gesamte Customer Journey hinweg. Mit einem solchen ganzheitlichen Ansatz für Ihre Kundenbeziehungen können Sie sich schon bald als Connector bezeichnen.

### **→ Finden Sie die richtige Balance**

Es ist wichtig, dass Sie sowohl auf den menschlichen Kontakt ausgerichtete Taktiken sowie KI-gestützte Tools verwenden. Nutzen Sie beispielsweise KI-gestützte Tools wie den Content-Assistenten oder ChatSpot, um Leads zu pflegen, und setzen Sie dann auf menschliche Interaktionen, um die Deal- und Customer-Lifecycle-Phasen persönlicher zu gestalten. Die Mischung macht's, wenn es darum geht, positive Käuferlebnisse zu schaffen, die Kundentreue zu fördern und neue Wege zum Unternehmenswachstum zu erschließen. Ihre Customer Journey sollte sowohl persönlich als auch skalierbar sein und Automatisierung dort einsetzen, wo sie zu Verbesserungen führt, nicht aber die menschliche Komponente ersetzt.

### **→ Setzen Sie auf Multichannel-Engagement**

Fokussieren Sie sich nicht nur auf einen einzigen Kanal, wenn es um die Kommunikation mit Ihrer Kundschaft geht. Nutzen Sie das Potenzial aller Ihnen zur Verfügung stehenden Kanäle, um Ihrer Zielgruppe gerecht zu werden. Seien Sie in den sozialen Medien aktiv und bieten Sie E-Mail-Marketing und Livechats an. Jeder dieser Berührungspunkte erweitert Ihre Reichweite und bietet einen guten Rahmen für tiefgreifende Interaktionen.

## **Sie haben eine Punktzahl über 60 erreicht**

Ihre Punktzahl lässt erkennen, dass Sie sehr erfolgreich sind, wenn es um die Kommunikation mit Ihrer Kundschaft geht. Das ist sehr beeindruckend! Allerdings besteht immer Verbesserungspotenzial. Sie sind bestens für das Zeitalter der KI gewappnet. Erhalten Sie diese Erfolge aufrecht und bleiben Sie immer offen und flexibel, denn in den nächsten Jahren können wir weitere Innovationen erwarten. Es wird immer Möglichkeiten geben, um Ihre Strategien noch zu verfeinern und Ihre Kundenbeziehungen weiter zu optimieren.

Wir haben drei Ideen für Sie zusammengestellt, die Sie noch heute in die Tat umsetzen können:

### → **Nutzen Sie Ihre Kundendaten optimal**

Ihre Ergebnisse zeigen, dass Sie gute Beziehungen zu Ihrer Kundschaft pflegen. Nutzen Sie jedoch auch ihre Daten? Setzen Sie sich tiefgründig mit den Vorzügen, Verhaltensweisen und Herausforderungen Ihrer Kundschaft auseinander. Analysieren Sie aktuelle Trends und Zusammenhänge, um Ihre Kunden und Kundinnen besser zu verstehen. So können Sie auch dann auf die Bedürfnisse Ihrer Kundschaft eingehen, wenn sich diese in der Zukunft ändern.

### → **Optimieren Sie Daten kontinuierlich**

Selbst mit Ihrem Status als Connector gibt es immer noch Raum zur Verfeinerung Ihrer Kundenbeziehungen. Nutzen Sie beispielsweise A/B-Tests, um verschiedene Ideen auszuprobieren und zu messen, wie diese bei Ihren Kunden und Kundinnen ankommen. Testen Sie dabei verschiedene Werbebotschaften, Contentformate und Interaktionswege über mehrere Kanäle hinweg, um zu sehen, wie diese abschneiden. Analysieren Sie die Ergebnisse und lernen Sie aus ihnen, um Ihre Strategien dementsprechend anzupassen. Denken Sie immer daran, dass Optimierung ein kontinuierlicher Prozess ist, der über einen langen Zeitraum hinweg immer wieder überraschende Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigen kann.

### → **Anpassung basierend auf neuen Erkenntnissen**

Der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg ist es, nicht nur ständig neue Erkenntnisse zu gewinnen, sondern diese auch in die Tat umzusetzen. Nutzen Sie die Daten Ihrer Kundschaft wohlweislich und wenden Sie sie auf all ihre Entscheidungen und Strategien an. Ob es um die Personalisierung von Kundenerlebnissen, die Feinabstimmung Ihrer Contentstrategie oder die Optimierung Ihrer Interaktionswege geht, nehmen Sie ständig proaktiv Änderungen vor. Wenn Sie flexibel bleiben und immer auf die sich ständig weiterentwickelnden Bedürfnisse Ihrer Kundschaft eingehen, bleiben Sie ein Connector und Ihr Unternehmen lässt die Konkurrenz auch langfristig hinter sich, wenn es um Kundenbeziehungen geht.

# Legen wir los

Sie müssen sich nicht allein um bessere Kundenbeziehungen bemühen. Ihr persönlicher Customer Success Manager von Hubspot ist stets für Sie da und begleitet Sie Schritt für Schritt, wenn Sie Unterstützung benötigen.

Gemeinsam können wir das volle Potenzial Ihres Unternehmens ausschöpfen und außergewöhnliche Kundenerlebnisse schaffen, die den Erfolg und das Wachstum Ihres Unternehmens unterstützen. Nehmen Sie noch heute Kontakt mit Ihrem Customer Success Manager auf und lassen Sie uns gemeinsam loslegen.