

JOCHEN SCHWEIZER GEWINNT CRM BEST PRACTICE AWARD 2016

02.12.2016 – **TEXT**



Jury belohnt Innovation für bessere Customer Experience



Foto: BARC GmbH

München, 2. Dezember 2016. Die CRM-Experten von Jochen Schweizer haben den CRM Best Practice Award 2016 - Best Customer Experience von acquisa und BARC - gewonnen. Der Preis wird seit 1999 von einer Jury namhafter Experten aus Wissenschaft, Praxis und Medien verliehen. Er zeichnet Unternehmen aus, die im Bereich Kundenmanagement Herausragendes leisten und innovative Projekte umsetzen. Der Fokus liegt dabei auf dem Kundenerlebnis. Die Jury begründet ihre Entscheidung damit, dass

Jochen Schweizer eine innovative Methode geschaffen hat, Nichtkäufer und Kaufabbrecher an sich zu binden und ihnen im Gedächtnis zu bleiben.

acquisa, das führende Magazin für Dialogmarketing und E-Commerce und das Forschungs- und Beratungsinstitut BARC verleihen den Award auf dem CRM Summit. Der Kongress setzt sich mit modernem Kundendialog, leistungsfähigem CRM und Marktforschungsergebnissen auseinander. Neben Analystenvorträgen werden Beispiele aus der Praxis und Softwarelösungen vorgestellt.

Die Jochen Schweizer GmbH wurde für ihre sympathische und kundenwertschätzende Methode zur Förderung von emotionaler Bindung von Nichtkäufern und Kaufabbrechern ausgezeichnet. Diese wurde gemeinsam mit feedback, dem Kundenbindungs- & Vertriebsunterstützungsspezialisten, entwickelt. Webshopbesucher, die ihren Kauf nicht fortsetzen, werden eingeladen, in neun Fragen Rückmeldung zu favorisierten Erlebnissen zu geben. Diese Antworten rund um Jochen Schweizer brachten Erkenntnisse über die Vorlieben der Webshop-Besucher. So zählt Fallschirmspringen zu den beliebtesten Erlebnissen der Befragten. 75% der Teilnehmer haben für weitere Umfragen ihre E-Mail Adressen hinterlassen. Aus diesen Nutzern ist ein einsatzfähiges Kunden-Panel entstanden, das regelmäßig in weiteren Runden befragt wird. So wurden beispielsweise neue Motive der Jochen Schweizer Geschenkverpackungen gemeinsam mit dem Kunden-Panel ausgewählt. Über die Ergebnisse werden die Teilnehmer regelmäßig durch werbefreie Mails informiert.

Diese Feedback-Runden involvieren die Kunden in Entscheidungsprozesse und sorgen für eine erhöhte Identifikation mit dem Unternehmen Jochen Schweizer. Diese Methode schafft es, einen signifikanten Anteil der Nicht-Käufer zu konvertieren.