



Medienmitteilung

nexa und die HWZ Zürich präsentieren die 6. CEX-Studie zum Thema Customer Experience:

Customer Experience: Potential weiterhin gross

Zürich, 12.12.22 – 51 Prozent der Schweizer Unternehmen haben erkannt, dass das Kundenerlebnis weiter an Bedeutung gewinnt. Knapp die Hälfte der Befragten ist heute der Meinung, dass sich das von ihrem Unternehmen angebotene Kundenerlebnis im Vergleich zum Vorjahr auch entsprechend verbessert hat. Um die Kundenzufriedenheit und -loyalität weiter zu steigern und gleichzeitig die eigene Marke zu stärken, investieren Unternehmen primär in ihre IT-Systeme, in Schulungen für ihre Mitarbeitenden und die Optimierung digitaler Kanäle.

Die 6. CEX-Studie der HWZ-Hochschule für Wirtschaft Zürich, die jährlich in Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen nexa Consulting durchgeführt wird, ist eine Langzeitstudie, die Entwicklungstrends bei der Customer Experience in der Schweiz aufzeigt.

«Die Optimierung der Customer Experience gleicht mehr einem Marathon als einem Sprint. Die Ergebnisse zeigen erfreuliche Fortschritte in den letzten Jahren – belegen aber auch, dass es noch enorme Spielräume für weitere Verbesserungen gibt», sagt Prof. Dr. Michael Grund, Leiter Departement für Marketing und Business Communications an der HWZ. 51 Prozent der 139 teilnehmenden Unternehmen unterschiedlichster Branchen aus der Deutsch- und Westschweiz, die zwischen August und Oktober in der jährlichen Studie befragt wurden, sind der Auffassung, dass das Thema Customer Experience in ihrem Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr weiter an Relevanz gewonnen hat. Die drei grössten Herausforderungen in der Deutsch- und Westschweiz sind: Der Mangel an Verfahren, die eher als konservativ wahrgenommene Unternehmenskultur und der Mangel an Fachkenntnissen. Auffallend: Seit Beginn der Studie gehört die Unternehmenskultur zu den grössten Herausforderungen, um unter anderem digitale Kanäle weiter zu stärken, Innovation und Entwicklung von Produkten zu beschleunigen und Kundenanalysen zu professionalisieren.

In diesem Jahr verzeichnet der CX-Reifegrad den stärksten Zuwachs aller Zeiten und den höchsten Wert seit der Einführung der Studie im Jahr 2017. Anne-Laure Vaudan, Managing Partner von nexa, betont: «Die Unternehmen zeigen eine positive Stimmung, was wahr-

scheinlich Resultat der zahlreichen Customer Experience-Projekte ist, die während der Pandemie in einem beschleunigten Tempo durchgeführt wurden. Dies ist auch das Ergebnis gezielter Investitionen und einer immer besser strukturierten internen CX-Organisation.»

Prioritäten für 2023

Der hauptsächliche Anlass für Investitionen im Kontext des Kundenerlebnisses sind die Steigerung und Stärkung der Kundenzufriedenheit, der Kundenloyalität und der Markendifferenzierung. Die Prioritäten 2023 untermauern die in der Studie aufgezeigten Herausforderungen, was das Kundenerlebnis betrifft. Daher investieren Unternehmen primär in IT-Systeme, Schulungen der Mitarbeitenden und die Optimierung digitaler Kanäle.

Was die für das Kundenerlebnis vorgesehenen Budgets betrifft, rechnen die Unternehmen mit einem gleichbleibenden oder geringfügig steigenden Einsatz von Geldmitteln.

Die Durchführung dieser Studie ist das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit zwischen der HWZ-Hochschule für Wirtschaft in Zürich (Michael Grund) und nexa Consulting (Anne-Laure Vaudan und Giuseppe De Vincenti).

Mehr Informationen

Sie haben Fragen zur Studie? Sie wünschen sich mehr Details? Wir stehen Ihnen zur Verfügung, um sich über das Thema auszutauschen und es zu vertiefen.

Link zur Studie: <https://fh-hwz.ch/news/swiss-cex-studie-2022-potential-weiterhinggross>

Kontakt Studie

Giuseppe De Vincenti
Managing Partner
nexa Consulting
Spitalgasse 28
3011 Bern
T +41 79 400 47 86
gdevincenti@nexa.ch

Medienkontakt

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Dario Schmieder
Lagerstrasse 5, Postfach
8021 Zürich
T +41 43 322 26 12

dario.schmieder@fh-hwz.ch
www.fh-hwz.ch

nexa Consulting

nexa ist ein Beratungsunternehmen, das sich auf den Bereich Customer Experience spezialisiert hat. nexa ist bestrebt, Unternehmen dabei zu unterstützen, sich auf dem Markt zu differenzieren und Wachstum zu generieren, indem sie ihren Kunden unvergessliche Erlebnisse bieten. Die Vision von nexa hinsichtlich der Customer Experience ist von Grund auf ganzheitlich und stellt den Kunden in den Mittelpunkt geschäftlicher Anliegen. Das Unternehmen hat Instrumente zur Bewertung der Customer Experience entwickelt, um den Reifegrad zu analysieren und die Umsetzung in den Unternehmen zu erleichtern. nexa.ch

HWZ-Hochschule für Wirtschaft Zürich

Mit 2'500 Studierenden und rund 800 Dozierenden aus der Praxis ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe sowie über 100 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings. Die HWZ ist institutionell akkreditiert durch den Schweizerischen Akkreditierungsrat. fh-hwz.ch
