

DEUTSCHE AUSGABE

VERBESSERN SIE IHRE DIGITALE CX:

INTERESSANTE EINBLICKE FÜR MARKETING-INNOVATOREN

Wie deutsche Marken ihre Customer-Experience-Strategie (CX-Strategie) angesichts pandemiebedingter Einschränkungen und erhöhter Datenschutzanforderungen neu ausrichten.

800

MARKETER

8,000

VERBRAUCHER

ERFAHREN SIE, WIE IHRE REAKTION AUSFIEL

Damit Sie die Auswirkungen von CX auf Ihr Unternehmen besser verstehen können, haben wir in Zusammenarbeit mit Vanson Bourne zwischen Juli und August 2021 eine Umfrage unter 8000 Verbrauchern und 800 Marketer in Australien, Brasilien, Frankreich, Deutschland, Japan, Singapur, UK und den USA durchgeführt. Nachfolgend einige interessante Ergebnisse aus dem Bericht zur Umfrage in Deutschland.

KUNDENVERHALTEN

Die deutschen Marketer passen sich dem veränderten Kundenverhalten an.

83%

haben ihre digitale CX-Strategie in den vergangenen 18 Monaten geändert, insbesondere als Reaktion auf die COVID-19-Pandemie

87%

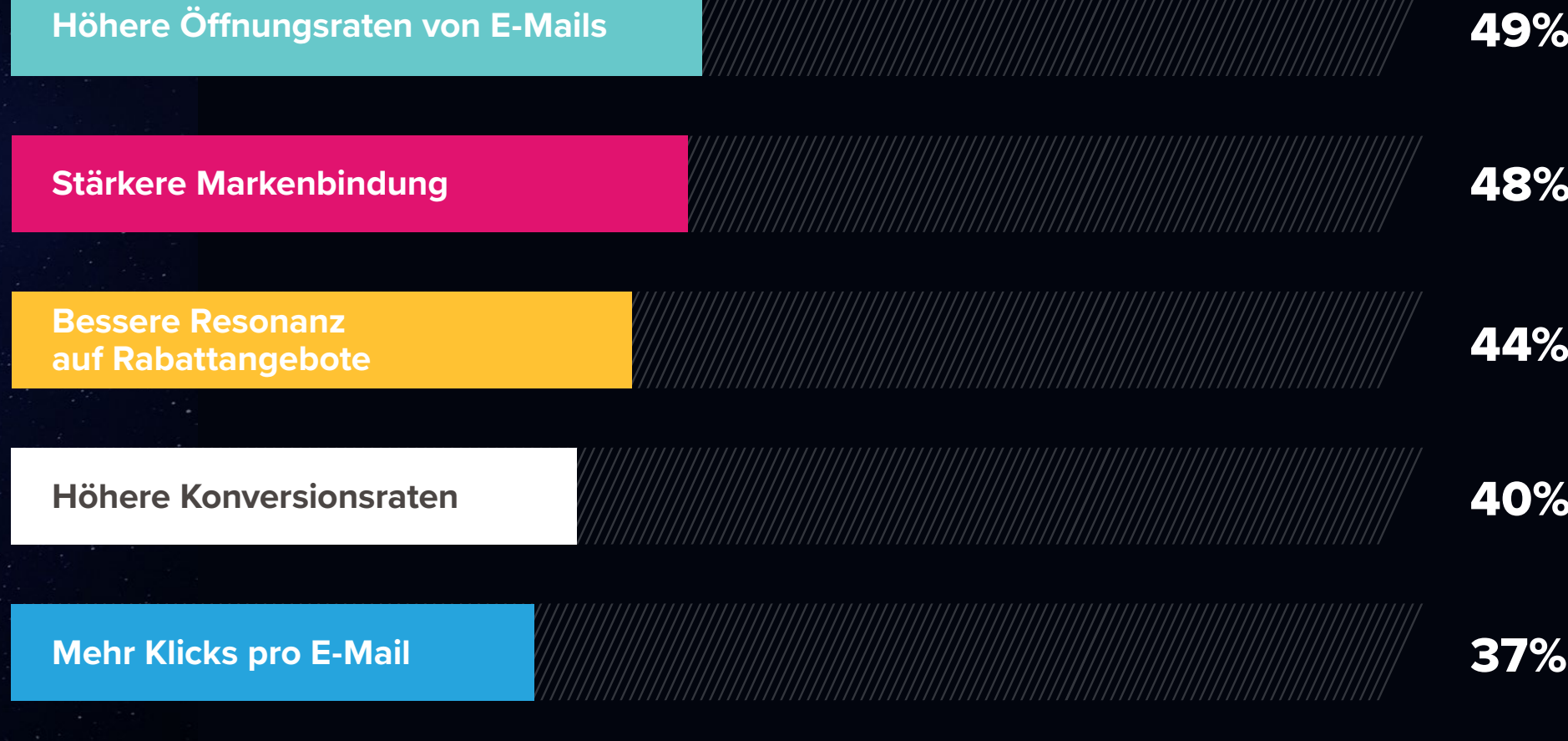
geben an, dass die Erfassung von First-Party-Daten für ihr Unternehmen heute wichtiger ist als noch vor zwei Jahren

27%

sagen, dass es in den letzten 18 Monaten besonders wichtig war, genügend Daten über die Vorlieben der Verbraucher zu sammeln, um überzeugende digitale Erlebnisse zu schaffen

PERSONALISIERUNG

Deutsche Marketer geben an, dass die Einführung von mehr Personalisierung zu folgenden Verbesserungen geführt hat:



92% der Befragten in Deutschland geben an, dass sich der ROI ihres Unternehmens für Marketing-Tools im Jahr 2021 verbessert hat...

... allerdings geben

79%

an, dass ihre Technologie sie daran hindert, innovative oder kreative digitale Erlebnisse zu schaffen und zu liefern

VERBRAUCHERVERTRAUEN

Deutsche Marketer benötigen First-Party-Daten, um neue Insights zu gewinnen, die den Content, Kampagnen und eine bessere Kundenbindung fördern. Jedoch besteht zwischen Marken und Verbrauchern nach wie vor eine Vertrauenslücke:

Während

77%

der befragten deutschen Marketer der Meinung sind, dass die Kunden 2021 mehr Vertrauen in die Nutzung persönlicher Daten durch ihr Unternehmen haben als 2020, geben...

...36%

der deutschen Verbraucher an, immer noch nicht darauf zu vertrauen, dass alle Marken mit ihren persönlichen Daten korrekt umgehen

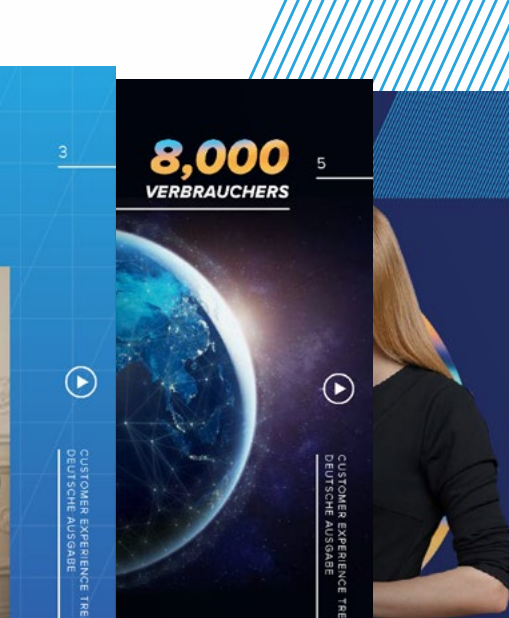
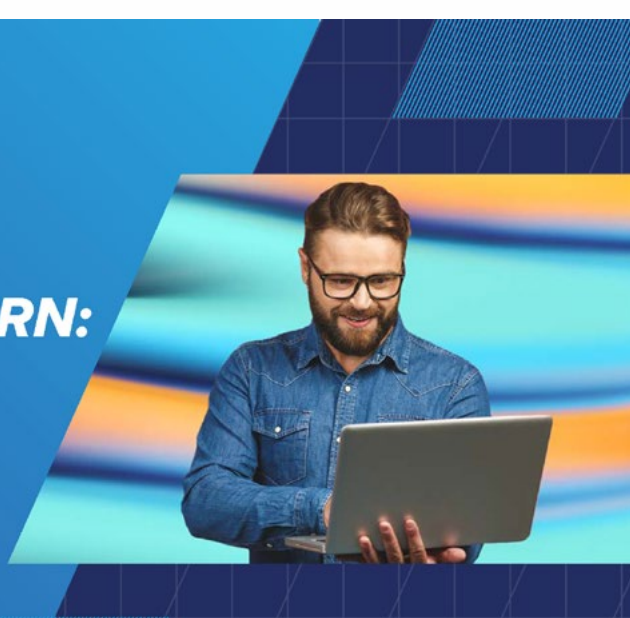
Um eine ansprechende Kundenerfahrung zu erreichen, müssen Marketing-Innovatoren First-Party-Daten sammeln und aktivieren, überzeugenden personalisierten Content erstellen und den Datenschutz ihrer Kunden respektieren.

ACQUIA
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

EINE MODERNE DIGITALE CX LIEFERN: EIN LEITFADEN FÜR MARKETING-INNOVATOREN

Customer Experience Trends Report, deutsche Ausgabe

ACQUIA.COM



Möchten Sie weitere Insights von deutschen Verbrauchern und Marketer erhalten?

LADEN SIE NOCH HEUTE IHR KOSTENLOSES EXEMPLAR DER DEUTSCHEN AUSGABE DES ACQUIA CX-TRENDS-REPORTS HERUNTER.

ERFAHREN SIE MEHR >