

Cookies erleichtern die Bereitstellung unserer Dienste. Mit der Nutzung unserer Dienste erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Cookies verwenden.

[Weitere Informationen](#) [OK](#)

#Eventkalender #Experten #Whitepaper

- [4](#)
- [rke](#)
- [dManagement](#)
- [mmerce](#)
- [aMarketing](#)
- [ialMedia](#)
- [vWork](#)
- [nt&Messe](#)
- [es](#)

Steff Neukam –Bloom

„Aus Customer Experience wird sich die Human Experience entwickeln“

17.12.19 | Redakteur: [Georgina Bott](#)



Steff Neukam ist Managing Director von Bloom. (Bild: Bloom / Jan Rasmus Voss)

Human Experience – die menschliche Dimension, die gerade in der digitalen Welt wichtig ist, wird sich 2020 weiter durchsetzen. Steff Neukam, Managing Director von Bloom, erklärt uns in seinem Trend-Statement, wieso das so ist und wie B2B Marketer die menschliche Komponente weiter stärken können.

Neben Agilität und Digital Upskilling geht es vor allem um Sinn, Vertrauen, Partizipation und Nähe zum Kunden. Aus Customer Experience wird sich die Human Experience entwickeln. Es wird das Jahr der „Human Experience“ - gestaltet durch digitale Tools: Marken, egal ob B2C oder B2B, sollten in ihrer Interaktion mit Kunden einen „human touch“ nicht verlieren und beim Design von Services und Produkten den Benutzer mitberücksichtigen.

In Dialog mit der Zielgruppe treten

Digitalisierung darf nicht nur mit einer guten User Experience gestaltet sein, sondern muss die viel größere Human Experience im Auge behalten. Totale Reibungslosigkeit als Ideal digitaler Services ist strategisch danebengeschossen. Das nächste Level der Customer Experience ist eine Balance zwischen Harmonie und Disharmonie, zwischen Sehnsucht und Belohnung. Diejenigen, die den Flow zwischen Über- und Unterforderung bewusst planen und gestalten, werden mit Kundenloyalität und einem zutiefst menschlichen Alleinstellungsmerkmal im Einheitsbrei der digitalen Welt belohnt werden.

MEHR ZUM THEMA

- < [PARK 7 GmbH - Büro für Digitale Wertschöpfung](#)
- < [FIS Informationssysteme und Consulting GmbH](#)
- < [Databyte GmbH](#)
- < [artegic AG](#)
- < [rpc – The Retail Performance Company](#)

[share me](#)

[share me](#)

[tweet me](#)

[share me](#)

[PDF](#)

[Weiterempfehlen](#)

[Drucken](#)

Insbesondere dieser Trend, sich für ein besseres Verständnis der Kundenbedürfnisse nicht nur auf Big Data beziehungsweise Verhaltensdaten zu verlassen, sondern direkt mit potenziellen Zielgruppen zu sprechen beziehungsweise in den Dialog zu treten spricht uns aus der Seele.

Jeder Kontaktpunkt zählt

Wenn wir uns über eine Marke informieren, ist zum Beispiel die Website nur ein Touchpoint auf der Customer Journey unter vielen. Auf unserer Kundenreise gehört zur Customer Experience jeder Kontaktpunkt des Unternehmens dazu. Diese wirken sich auf unsere Markenwahrnehmung aus und sollen aus der Sicht des Unternehmens positiv auf die Customer Experience einzahlen.

Zumindest auf den Owned Media Kanälen sollte die Marke also bitte stets erkennbar und erlebbar sein. Wenn die Kundenwünsche und -bedürfnisse bei der Informationsaufnahme sogar übertroffen werden, ist es wahrscheinlich, dass die Marke unentbehrlich wird.

ÜBER BLOOM

[Bloom](#) ist die agile Kreativagentur, die ihren Kunden jeweils ein individuelles und maßgeschneidertes Set-up aus Generalisten und Spezialisten bietet. Mit 70 festen Mitarbeitern an den Standorten München und Nürnberg begleitet die Agentur ihre Kunden in der B2B- und B2C-Kommunikation umfassend: von der Strategie über den Brand Purpose und die Umsetzung bis zur Steuerung der kompletten Implementierung in digitale und analoge Kommunikationskanäle.

KOMMENTAR ZU DIESEM ARTIKEL ABGEBEN

ANONYM MITDISKUTIEREN ODER EINLOGGEN **ANMELDEN**



Name eingeben...

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Zeichen: 0/5000		

Zur Wahrung unserer Interessen speichern wir zusätzlich zu den o.g. Informationen die IP-Adresse. Dies dient ausschließlich dem Zweck, dass Sie als Urheber des Kommentars identifiziert werden können. Rechtliche Grundlage ist die Wahrung berechtigter Interessen gem. Art 6 Abs 1 lit. f) DSGVO.

Kommentieren

Dieser Beitrag ist urheberrechtlich geschützt. Sie wollen ihn für Ihre Zwecke verwenden? Kontaktieren Sie uns über: support.vogel.de/ (ID: 46287272 / Trends)

[AGB](#) | [EWG](#) | [Hilfe](#) | [Kundencenter](#) | [Media](#) | [Datenschutz](#) | [Impressum](#)
Copyright © 2019 Vogel Communications Group

Bloom / Jan Rasmus Voss, PARK 7 GmbH - Büro für Digitale Wertschöpfung, FIS Informationssysteme und Consulting GmbH, Databyte GmbH, artecic AG, rpc – The Retail Performance Company,