

FEBRUAR 2025



Leitfaden CX-Optimierung mit OKRs: Ihr Schlüssel zum Erfolg

10 CX-ERFOLGSFAKTOREN, DIE SIE KENNEN MÜSSEN



INHALT



Seite

- 02-03 Übersicht
- 04-06 Leitfadenschritte
- 07 CX-Exzellenz
- 08 Über die Autoren
- 09 Kontakt

LEITFADEN CX-OPTIMIERUNG MIT OKRs



- 01 **Verständnis der CX-Ziele**
- 02 **Formulieren von Objectives**
- 03 **Definieren von Key Results**
- 04 **Zuweisen von Verantwortlichkeiten**
- 05 **Implementierung der CX-Maßnahmen**

LEITFADEN CX-OPTIMIERUNG MIT OKRs

06

**Monitoring und
Anpassung**

07

**Evaluieren und
Lernen**

08

Kommunikation

09

**Nachhaltige
Verankerung**

10

CX-Exzellenz



01

Verständnis der CX-Ziele

Zieldefinition:

- Beginnen Sie mit einer umfassenden Analyse der aktuellen Customer Experience Ihrer Organisation. Identifizieren Sie, welche spezifischen Aspekte der CX verbessert werden müssen, sei es die Kundenzufriedenheit, Kundenbindung oder die Effizienz Ihrer Kundeninteraktionen.
- Nutzen Sie Kundenfeedback, interne Datenanalysen und Marktstudien, um Schwächen und Chancen zu erkennen. Entwickeln Sie darauf basierend klare, eindeutige Ziele, die Ihr Unternehmen anstrebt.

02

Formulieren von Objectives

Entwicklung spezifischer Ziele (Objectives):

- Stellen Sie sicher, dass die formulierten Ziele nicht nur spezifisch, sondern auch messbar, attraktiv, realistisch und terminiert (SMART) sind.
- Beispiel: „Die Kundenzufriedenheit in den nächsten sechs Monaten um 10% erhöhen.“
- Hierbei kann das Einbringen von Mitarbeitermeinungen und der Perspektive des Kunden helfen, die Ziele spezifischer und attraktiver zu gestalten.

03

Definieren von Key Results

Erarbeitung quantifizierbarer Ergebnisse (Key Results):

- Für jedes Ziel sollten Sie 2-5 Key Results gemeinsam mit den Mitarbeitenden definieren, die den Fortschritt klar messen können. Diese Resultate sollten spezifisch und ambitioniert formuliert werden.
- Beispiel-Objektiv: „Die Kundenzufriedenheit in den nächsten sechs Monaten um 10% erhöhen.“
 - Key Result 1: „Den NPS (Net Promoter Score) um zwei Prozentpunkte steigern.“
 - Key Result 2: „Die Anzahl der positiven Kundenbewertungen auf Online-Plattformen um 25% erhöhen.“

04

Zuweisen von Verantwortlichkeiten

Teamorganisation:

- Bilden Sie ein interdisziplinäres Team, das für die Umsetzung der OKRs verantwortlich ist. Stellen Sie sicher, dass die Teammitglieder über die nötigen Fähigkeiten und Ressourcen verfügen, um die gesetzten Ziele zu erreichen.
- Klare Verantwortlichkeiten minimieren Unsicherheiten und schaffen Accountability. Dokumentieren Sie die Rollen und ermutigen Sie Teammitglieder, eigene Ideen einzubringen.

05

Implementierung der CX-Maßnahmen

Aktionen planen:

- Entwickeln Sie einen strukturierten Aktionsplan mit konkreten (und zeitlich überschaubaren) Aktivitäten, der alle Schritte zur Umsetzung der CX-Maßnahmen umfasst, um die definierten Key Results zu erfüllen. Berücksichtigen Sie dabei Faktoren, wie beispielsweise technologische Implementierungen oder Änderungen in den Prozessen. Überlegen und planen Sie im Detail, welche Schritte nötig sind und mit welchen Aufwendungen Sie diese abschließen können.
- Führen Sie regelmäßige Workshops und Schulungen durch, um das Bewusstsein für die Bedeutung einer hohen Customer Experience zu schärfen und Kompetenzen bei den Mitarbeitern auszubauen.

06

Monitoring und Anpassung

Regelmäßige Fortschrittsüberprüfungen:

- Etablieren Sie regelmäßige Meetings zur Überprüfung des Fortschritts (z. B. monatlich oder quartalsweise). Nutzen Sie Dashboards, um KPIs visuell darzustellen und verschiedene Perspektiven zu integrieren, um einen umfassenden Überblick über den Zustand der CX zu gewinnen.

Flexibles Anpassen:

- Seien Sie bereit, die OKRs und Maßnahmen anzupassen, wenn neue Erkenntnisse gewonnen werden oder sich Rahmenbedingungen ändern. Das iterative Lernen ist essenziell für den Erfolg sowie für das langfristige Wachstum in der CX-Strategie.

07

Evaluieren und Lernen

Ergebnisanalyse:

- Am Ende des definierten Zeitrahmens analysieren Sie die Ergebnisse und evaluieren, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden. Halten Sie sowohl erfolgreiche Strategien als auch Herausforderungen fest.

Wissensmanagement:

- Dokumentieren Sie den gesamten Prozess, um wertvolle Erfahrungen festzuhalten, die als Grundlage für künftige Initiativen dienen können. Analysieren Sie, was funktioniert hat und identifizieren Sie Lernchancen wie Best Practices zur Verbesserung.

08

Kommunikation

Transparente Kommunikation:

- Halten Sie alle Stakeholder über den Fortschritt und die Ergebnisse auf dem Laufenden. Kommunizieren Sie Erfolge und Herausforderungen klar, um das Engagement der Mitarbeiter und das Vertrauen der Führungskräfte zu stärken.
- Fördern Sie eine Feedback-Kultur, in der Anregungen und Kommentare willkommen sind und die Zusammenarbeit im Team gestärkt wird.

09

Nachhaltige Verankerung

Kulturelle Integration:

- Ziel ist es, die Prinzipien der Customer Experience und die Nutzung von OKRs in den Unternehmensalltag zu integrieren. Schaffen Sie ein Umfeld, in dem Kundenorientierung und kontinuierliche Verbesserung als Teil der Unternehmenskultur gelten.
- Überprüfen Sie regelmäßig, inwieweit die neue Kultur verankert ist und passen Sie Ihre Strategien entsprechend an, um sicherzustellen, dass sie relevant bleiben.

10

CX-Exzellenz

ÜBER DIE AUTOREN



Oliver Kern

GESCHÄFTSFÜHRER - SKOPOS CONNECT GMBH

Oliver Kern ist Mitgründer und seit 2015 Geschäftsführer der SKOPOS CONNECT GmbH. Er ist Marktforscher aus Leidenschaft und verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Online-Forschung mit den Schwerpunkten Consumer Insight Forschung, Innovationsmanagement und Customer Experience Management.

Oliver Kern berät Kunden wie z. B. GLS, Porsche, REWE, TeamViewer, Union Investment und Viessmann rund um methodisch und technisch anspruchsvolle VoC-Programme, sowohl im B2C- als auch im B2B-Umfeld.

[Kontakt mit Oliver aufnehmen.](#)

Oliver.Kern@skopos-connect.de



Marc Zörnig

PRODUCT OWNER CX & AGILE COACH - SKOPOS CONNECT GMBH

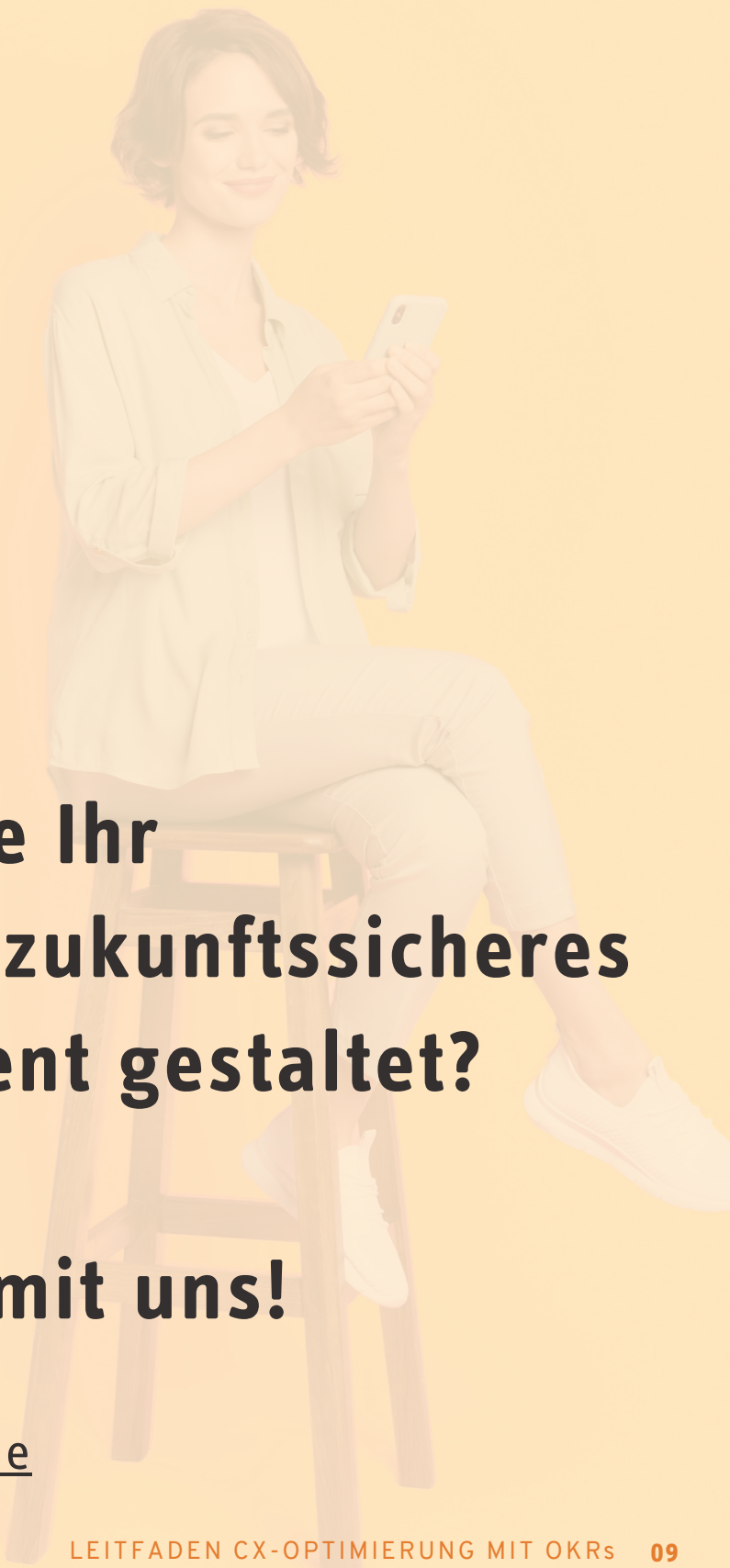
Marc Zörnig ist CX-Experte, New Work Consultant & Agile Coach mit über 15 Jahren Erfahrung in Marktforschung und Customer Experience Management. Er optimiert Kundenerfahrungen und sichert nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Nach seiner Ausbildung 2006 spezialisierte er sich auf CX, baute bei SKOPOS CONNECT später den Geschäftsbereich auf und leitete internationale Projekte für Bayer, REWE und Volkswagen. In 2024 kehrte er als Product Owner CX & Agile Coach zur SKOPOS GROUP zurück. Mit methodischer Expertise und agilen Ansätzen hilft Marc Unternehmen, die Lücke zwischen Wahrnehmung und Kundenerfahrung zu schließen.

[Kontakt mit Marc aufnehmen.](#)

Marc.Zoernig@skopos-connect.de

KONTAKT



**Neugierig, wie Ihr
Unternehmen zukunftssicheres
CX-Management gestaltet?**

Sprechen Sie mit uns!

www.skopos-connect.de