



Voice of the STIHL Customer: Strategie und Erfolgsgeheimnisse

Referenten: Jan Zilke (STIHL), Oliver Kern (SKOPOS CONNECT)

Shift/CX Konferenzwoche 2025

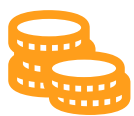
10.03.2025



▶ Die SKOPOS Group

Wir sind ein inhabergeführtes Unternehmen, das sich engagierte Ziele setzt und noch eine Menge vor hat.

Short Facts



20,2 Mio.
Umsatz 2023



26%
Wachstum Durchschnitt
letzte 3 Jahre



1995
gegründet



180
Mitarbeitende



3
Standorte
in DE



>60
Länder
in Projekten

Die SKOPOS Group

Market Research

- ▶ Produktforschung
- ▶ Kommunikationsforschung
- ▶ Marken- und Zielgruppenforschung



Data Science & KI

- ▶ Analytics & Reportings
- ▶ Dashboards & Data Visualization
- ▶ Data-Science-Beratung



UX Research & Usability

- ▶ User Research
- ▶ Ideation & Design
- ▶ UX- und Usability-Testing



Mystery Research

- ▶ Mystery Shopping, Calling & Mailing
- ▶ Store Checks & Audits, Jugendschutztests
- ▶ Customer Journey Experience



Communities & CX

- ▶ Insight Communities
- ▶ CX-Management
- ▶ Plattform-Integration & Beratung



HR Research

- ▶ Mitarbeiterbefragungen
- ▶ Interne Kundenbefragungen
- ▶ Führungskräfte-Coaching & Team-Workshops





Unser Customer Experience Serviceangebot

Wir sind der CX-One-Stop-Shop für Strategie, Implementierung, Analytics und Ableitung von Maßnahmen.



ANALYTICS & KI

- Systematische Auswertung und Bereitstellung von relevanten Insights aus Kundenerfahrungen.
- **Ziel:** Ständiges Lernen; konkrete Erkenntnisse gewinnen, die in Strategie und CX-Maßnahmen einfließen.

IMPLEMENTIERUNG

- Aufbau einer skalierbaren und datenbasierten Plattform zur Erfassung von Kundenfeedback.
- **Ziel:** Aufbau eines integrierten Feedback-Systems, das wertvolle Einblicke entlang der Customer Journey ermöglicht.



Unser Customer Experience Serviceangebot

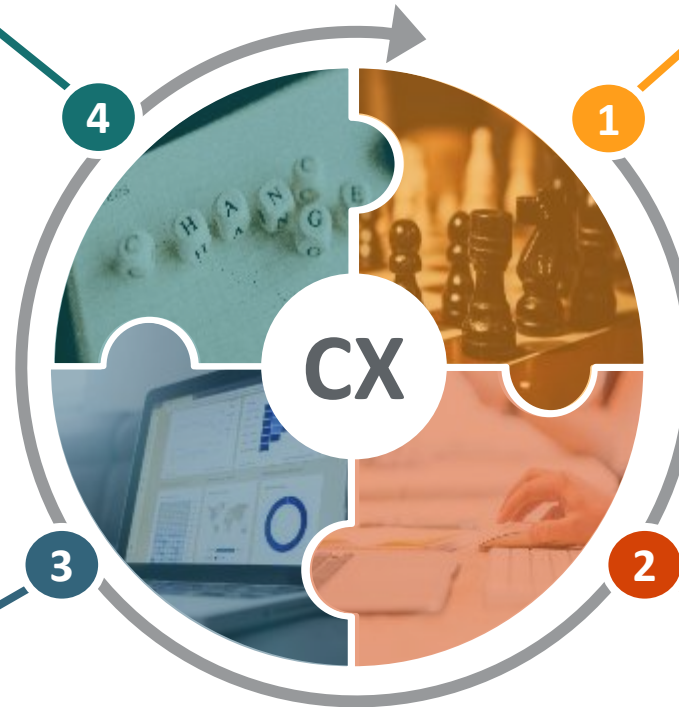
Wir sind der CX-One-Stop-Shop für Strategie, Implementierung, Analytics und Ableitung von Maßnahmen.

MAßNAHMEN

- Umsetzung konkreter CX-Maßnahmen zur Optimierung von Produkten, Services und Prozessen.
- **Ziel:** Kunden positiv begleiten, Erwartungen übertreffen und Marktanteile sichern.

ANALYTICS & KI

- Systematische Auswertung und Bereitstellung von relevanten Insights aus Kundenerfahrungen.
- **Ziel:** Ständiges Lernen; konkrete Erkenntnisse gewinnen, die in Strategie und CX-Maßnahmen einfließen.



STRATEGIE

- Entwicklung einer umfassenden CX-Strategie für das Unternehmen
- **Ziel:** Leitbild und Rahmenwerk für CX-Programm schaffen.

IMPLEMENTIERUNG

- Aufbau einer skalierbaren und datenbasierten Plattform zur Erfassung von Kundenfeedback.
- **Ziel:** Aufbau eines integrierten Feedback-Systems, das wertvolle Einblicke entlang der Customer Journey ermöglicht.

A 3D-rendered target with concentric white and gold rings and a gold arrow hitting the bullseye, set against a gold background.

Status Quo & Strategie Voice of the STIHL Customer

**STIHL
AUF EINEN
BLICK**

STIHL ist
als Familienunternehmen zu

100%
IN FAMILIENHAND



STIHL macht einen
Umsatz von rund
5 Mrd. €
pro Jahr



weltweit rund
2.800
Patente und Patentanmeldungen

65,9%
EIGENKAPITALQUOTE



STIHL ist seit 1971 die meistverkaufte
Motorsägenmarke weltweit

GRÜNDUNG 1926
Innovationen seit fast
100 Jahren

STIHL: Spitzentechnologie für Arbeiten in und mit der Natur



STIHL produziert in
7
Ländern

verteibt Produkte über
44
Marketing- & Vertriebsgesellschaften

sowie durch
120
Importeure

bei STIHL arbeiten mehr als
19.000
Menschen



STIHL Produkte sind in mehr als
160
Ländern erhältlich

über **55.000**
Fachhändler/-innen rund um den
Globus verkaufen unsere Produkte



Unsere Ziele

Ziel des Gesamtvorhabens ist es, uns in die Lage zu versetzen, **Endkundenzufriedenheit STIHL-übergreifend zu erfassen**, zu konsolidieren und zu **steuern** - und damit die Grundlage zu schaffen, das Kundenerlebnis über alle Kontaktpunkte hinweg nachhaltig und stetig zu verbessern



Unser Ziel: Ein übergreifendes, aussagekräftiges Bild

Erfolgsfaktoren für eine belastbare Messung



**Journey-übergreifende
Transparenz**



**Harmonisierung
der Metriken für Touchpoint-Fit
und Aussagekraft**



**Konsolidierung
der Tools & Messpunkte**

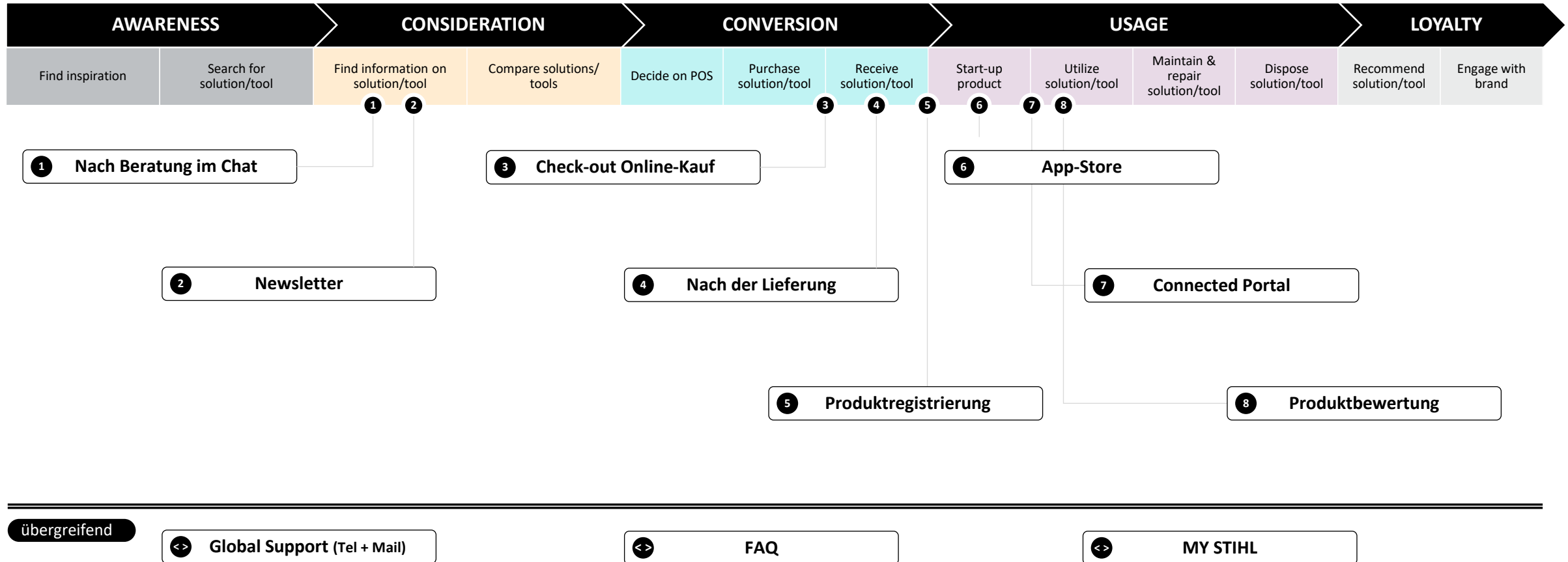
Der Weg dahin:

RICHTIGES TOOLING + KLARES ZIELBILD



Handlungsfelder für mehr Transparenz & Harmonie

Beispielhafte Touchpoints und Messpunkte entlang der STIHL Customer Journey





Consideration-Phase: Feedback zum Online-Berater

Ratgeber +

Online Produktberater >

- Ketten- und Schienenberater
- Profi Akkuberater
- iMOW® Berater
- Schneidwerkzeugberater

AKKU-PRODUKTBERATER

Finden Sie heraus, welche Akku-Geräte und Ladelösungen leistungsstarken STIHL Akku-Geräte auf Profiniveau empfehlen

1. GERÄTEKATEGORIEN
2. IHRE AUSWAHL
3. FLOTTENÜBERSICHT
4. LADEMANAGEMENT
5. ERGEBNISLISTE

Wie hat Ihnen dieser STIHL Online-Berater gefallen?

★ ★ ★ ★ ★

IHRE MEINUNG IST GEFRAGT!

Wie hat Ihnen dieser Online Berater gefallen? Nehmen Sie sich eine Minute Zeit und beantworten Sie drei Fragen.

Jetzt mitmachen

Nein danke



Wirkrichtungen Voice of the STIHL Customer Programm

Einordnung & Hierarchie des Erhebungsinteresses

Ebene 1 (Reporting):

Reporting für Unternehmensziele an Vorstand/Beirat/Bereichsleitung

Zufriedenheit mit der Marke STIHL
Zufriedenheit mit den Verkaufskanälen

Ebene 2 (Steuerung):

Überblick über Performance und Gaps zur Priorisierung und Ausrichtung für Führungskräfte

Identifikation von (Un-)Zufriedenheitstreibern
entlang des Customer Lifecycles
Identifikation kritischer Touchpoints & Prozesse

Ebene 3 (Optimierung):

Erhebung von Schwachstellen einzelner Touchpoints und Optimierungsansätzen aus Kundensicht für Abteilungen und Teams

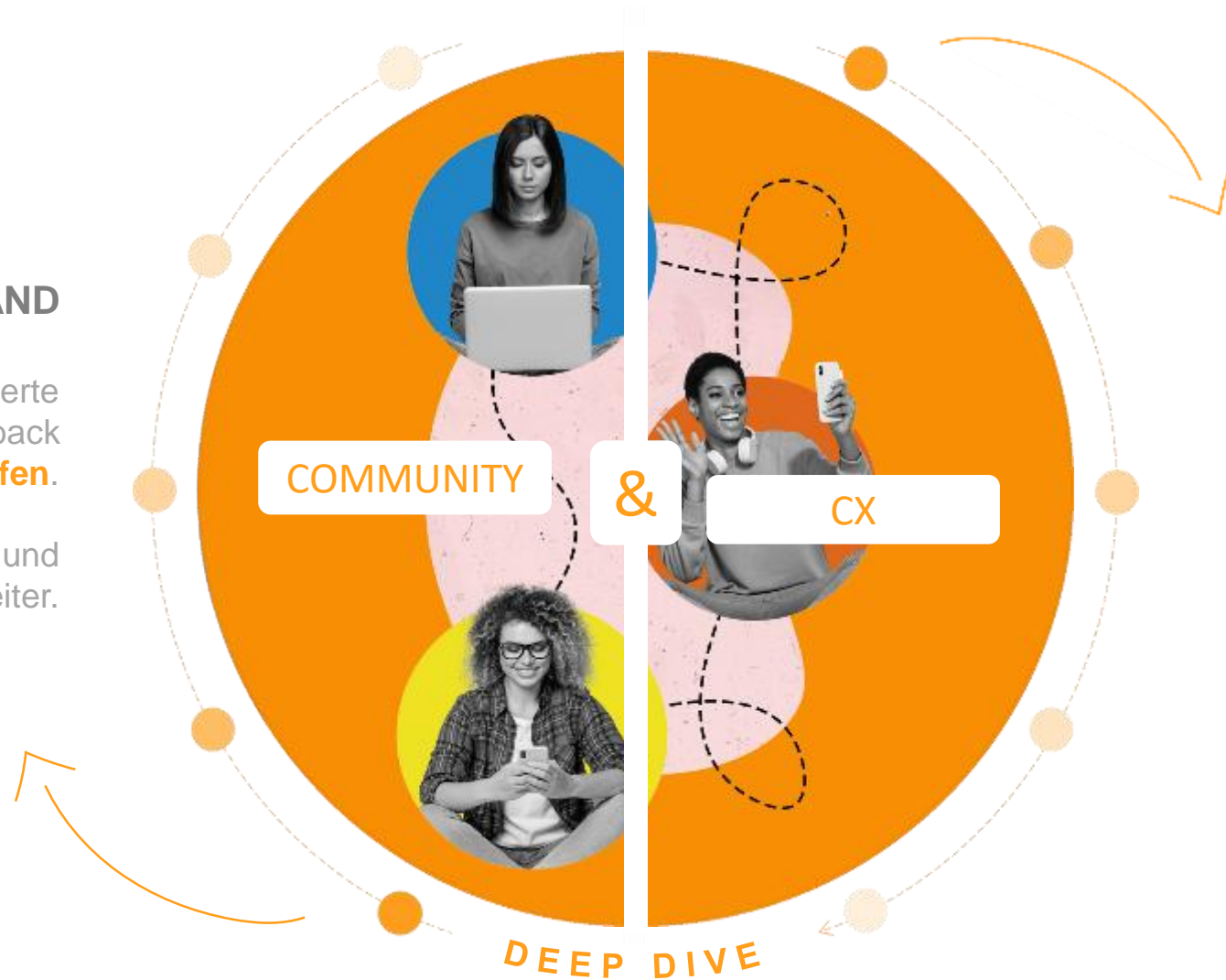
Erhebung von Bedürfnissen aus Kundensicht für
Touchpoints & Prozesse

▶ Die Kunden-Community als Innovationstreiber

DEN KUNDEN BEI DER HAND

Kunden stehen als verlängerte Werkbank bereit, um das Feedback zu **vertiefen**.

So entwickeln wir Produkte und Services **kundenzentriert** weiter.



DEN KUNDEN IM BLICK

Kunden können **jederzeit** Feedback geben.

Wir **hören zu** und liefern **kontinuierlich** die wichtigsten Zahlen und Fakten.

Key Take-aways



Key Take-aways

Keine Geheimnisse, aber wichtig für den Erfolg des Voice of the STIHL Customer Programms:



CX-Erfolg braucht mehr als CX-Expertise – frühzeitige IT-Einbindung und Datenintegration sind entscheidend.

Customer Obsession entsteht nicht von allein – und nicht bei allen gleichermaßen.



Kennzahlen sind wichtig – das eigentliche Potenzial liegt aber im offenen Feedback.



Hier unseren
**Leitfaden zur CX-
Optimierung mit OKRs**
herunterladen:

