



## Kurzbeschreibung & Zweck

Der Customer Effort Score (CES) ist eine Methode zur Messung des Aufwands, den Kunden betreiben müssen, um mit einem Unternehmen zu interagieren, sei es bei einem Kauf, einer Serviceanfrage oder einer Problemlösung. Das Ziel ist es, zu verstehen, wie einfach oder schwierig es für Kunden ist, ihre Ziele zu erreichen, dadurch die Kundenzufriedenheit und -bindung zu verbessern.

## Ereignisse

Informationen sammeln

## Dimensionen

Servicequalität

## Aufwand

2 - gering

## Kompetenz

2 - Beginner

## Dauer

bis 1h

## Rahmenbedingungen & Vorbereitung

**Du brauchst dafür:** Für die Durchführung eines CES benötigt man eine einfache Umfrage, die Kunden direkt nach einer Interaktion mit dem Unternehmen bewertet, wie viel Aufwand sie betreiben mussten.

**Vorbereitung:** Es sollten präzise und verständliche Fragen vorbereitet werden, die gezielt nach dem wahrgenommenen Aufwand der Kunden fragen, sowie ein geeignetes System zur Erfassung und

## Wofür gut geeignet?



Der Customer Effort Score (CES) ist besonders gut geeignet, um Prozesse zu identifizieren, die den Kunden übermäßig belasten, sei es beim Kauf, der Nutzung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen. Unternehmen können mit dem CES gezielt Problembereiche aufdecken, in denen Kunden auf Hindernisse stoßen, entsprechende Verbesserungen einleiten. Der CES ist auch ein wichtiger Indikator für die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde weiterhin bei dem Unternehmen bleibt. Darüber hinaus kann der CES zur Verbesserung der Customer Journey insgesamt beitragen, indem er Unternehmen hilft, reibungslose und einfache Erfahrungen für ihre Kunden zu schaffen. Der CES kann auch in verschiedenen Branchen eingesetzt werden, um den Erfolg von Implementierungen oder Veränderungen in den Kundendienstprozessen zu messen, er dient als ergänzendes Werkzeug neben anderen Kundenzufriedenheitsmetriken wie dem Net Promoter Score (NPS) oder der Kundenzufriedenheit (CSAT).

## Fragen und Antworten

### Frage 1: Wie wird der Customer Effort Score (CES) berechnet?

Der CES wird in der Regel durch eine Umfrage gemessen, bei der Kunden gebeten werden, auf einer Skala zu bewerten, wie viel Aufwand sie für eine Interaktion mit dem Unternehmen betreiben mussten.

### Frage 2: Warum ist der CES wichtiger als andere Kundenzufriedenheitsmetriken?

Der CES ist besonders effektiv, weil er direkt misst, wie einfach oder schwierig es für Kunden ist, ihre Ziele zu erreichen. Einfachere Kundenerfahrungen führen oft zu höherer Zufriedenheit und Loyalität.

### Frage 3: In welchen Bereichen kann der CES angewendet werden?

Der CES kann in vielen Bereichen eingesetzt werden, einschließlich Kundendienst, Produktnutzung, Online-Shopping und After-Sales-Support, um den Kundenaufwand in verschiedenen Interaktionen zu messen.

### Frage 4: Wie kann ein Unternehmen auf einen schlechten CES reagieren?

Ein Unternehmen sollte die Prozesse analysieren, die zu einem hohen Aufwand geführt haben, Maßnahmen ergreifen, um diese zu vereinfachen, beispielsweise durch bessere Schulungen, optimierte Abläufe oder verbesserte Kommunikationskanäle.



## Kurzbeschreibung & Zweck

Der Customer Effort Score (CES) ist eine Methode zur Messung des Aufwands, den Kunden betreiben müssen, um mit einem Unternehmen zu interagieren, sei es bei einem Kauf, einer Serviceanfrage oder einer Problemlösung. Das Ziel ist es, zu verstehen, wie einfach oder schwierig es für Kunden ist, ihre Ziele zu erreichen, dadurch die Kundenzufriedenheit und -bindung zu verbessern.

## Ereignisse

Informationen sammeln

## Dimensionen

Servicequalität

## Aufwand

2 - gering

## Kompetenz

2 - Beginner

## Dauer

bis 1h

## Wie kannst Du es nutzen?

### Schritt 1:

#### Definition des Ziels

Zu Beginn der CES-Implementierung sollte das Unternehmen klar definieren, welches Ziel mit der Messung des Customer Effort Scores verfolgt wird. Dies kann beispielsweise die Reduzierung des Aufwands beim Kundendienst oder die Vereinfachung des Bestellprozesses sein. Anschließend werden die spezifischen Kontaktpunkte oder Interaktionen ausgewählt, die bewertet werden sollen. Dies könnte der Kontakt mit dem Kundendienst, der Checkout-Prozess im Onlineshop oder die Nutzung einer bestimmten Funktion in einer Software sein. Die präzise Auswahl und Fokussierung auf diese Punkte hilft dabei, gezielt Verbesserungen vorzunehmen.

### Schritt 2:

#### Erstellung der CES-Umfrage

Im nächsten Schritt wird eine einfache und gezielte Umfrage erstellt, um den Aufwand zu bewerten, den die Kunden durch eine spezifische Interaktion auf sich nehmen. Üblicherweise erfolgt dies mit einer Frage wie "Wie einfach war es für Sie, Ihr Anliegen zu lösen?" mit einer Bewertungsskala von 1 bis 5 oder 1 bis 7, wobei 1 für sehr wenig Aufwand und 5 oder 7 für sehr viel Aufwand steht. Die Umfrage sollte so gestaltet sein, dass sie leicht zu beantworten ist und keine zusätzlichen Barrieren für den Kunden schafft. Bei Bedarf kann eine offene Frage hinzugefügt werden, um spezifisches Feedback zu erhalten.

### Schritt 3:

#### Durchführung und Erhebung

Die CES-Umfrage sollte direkt nach der jeweiligen Kundeninteraktion durchgeführt werden, um sicherzustellen, dass die Erfahrungen noch frisch im Gedächtnis des Kunden sind. Dies kann per E-Mail, in der App, über die Website oder auch telefonisch geschehen. Es ist wichtig, sicherzustellen, dass die Umfrage leicht zugänglich ist und der Kunde minimalen Aufwand betreiben muss, um daran teilzunehmen. Die gesammelten Daten sollten dann zentral erfasst werden, um eine konsistente Auswertung zu ermöglichen.

### Schritt 4:

#### Analyse der

Sobald die Daten gesammelt wurden, ist der nächste Schritt die Analyse. Hierbei wird der durchschnittliche CES-Wert berechnet und nach Touchpoints oder Interaktionen segmentiert. Diese Analyse hilft dabei, Problembereiche zu identifizieren, in denen der Kundenaufwand besonders hoch ist. Zusätzlich sollten auch die offenen Antworten durchgesehen werden, um qualitatives Feedback zu verstehen. Dies kann auf spezifische Herausforderungen oder unerwartete Probleme hinweisen, die in der quantitativen Analyse nicht sofort sichtbar werden.

### Schritt 5:

#### Umsetzung von Verbesserungen

Nachdem dann alles notiert wurde, gemeinsam im Team nach "QUICK WINS" fragen. Basierend auf den Ergebnissen der CES-Analyse sollten gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um die identifizierten Problemfelder anzugehen. Dies könnte die Optimierung von Prozessen, die Schulung von Mitarbeitern oder die Anpassung von Technologien umfassen. Es ist wichtig, die implementierten Veränderungen kontinuierlich zu überwachen und den CES in regelmäßigen Abständen erneut zu messen, um sicherzustellen, dass die vorgenommenen Änderungen tatsächlich zu einer Reduzierung des Kundenaufwands führen. Auf diese Weise kann das Unternehmen den CES als dynamisches Werkzeug nutzen, um die Kundenerfahrung stetig zu verbessern. Oft wird schon an dieser Stelle das erste Verbesserungspotenzial sichtbar.



## Deine Notizen