

Neu im
Customer Success ?

Jetzt losgehen mit dem
Starter Set !

WAS IST EIGENTLICH CUSTOMER SUCCESS MANAGEMENT?

Customer Success Management (CSM) ist eine Geschäftsstrategie, die darauf abzielt, die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kunden zu optimieren, um deren langfristigen Erfolg zu sichern.

Dies wird durch eine **proaktive Unterstützung der Kunden bei der Erreichung ihrer Ziele** sowie durch die Bereitstellung von Tools, Ressourcen, und Schulungen erreicht.

Die Bedeutung von Customer Success Management (CSM) wird immer größer: Immer mehr Unternehmen stellen CSM-Manager, wie die 178.000 Nutzer auf LinkedIn, die im Oktober 2022 eine Position als CS-Manager angaben. Die Customer Success Association (CSA) wurde gegründet, um CS-Manager und Unternehmen mit den neuesten Informationen und Entwicklungen in der Branche zu versorgen und zählt weltweit über 55.000 Mitglieder. Es gibt mehrere Konferenzen wie die Customer Success Conference, den Customer Success Summit und die Recurring Revenue Conference, die CS-Managern die Möglichkeit geben, sich zu treffen und Erfahrungen und Ideen auszutauschen.

LEARNINGS

- Was ist Customer Success Management?
- Was macht man ein Customer Success Manager ?
- Welche Fähigkeiten sollte ein Customer Success Manager haben?
- Tipps zum Loslegen!

JETZT ANMELDEN

Zum nächsten Online-Seminar
"Level Up Customer Success"

WAS MACHT MAN ALS CUSTOMER SUCCESS MANAGER?

Der LinkedIn Emerging Jobs Report hat 2020 den Aufstieg von Customer Success Manager als einen der **Top-Jobs** in der Branche bestätigt. Mit einer jährlichen Wachstumsrate von 34% im letzten Jahr belegte der Customer Success Manager den sechsten Platz in der Liste der aufstrebenden Jobs.

Dies unterstreicht die wachsende Bedeutung von Customer Success in der heutigen Geschäftswelt und die Notwendigkeit für Unternehmen, auf eine erstklassige Kundenbetreuung zu setzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Als Customer Success Manager sind Sie für den Erfolg Ihrer Kunden verantwortlich und spielen eine entscheidende Rolle bei der Bindung von Kunden. Wenn Sie eine Karriere im Bereich des Customer Success Managements anstreben, ist dies der **perfekte Zeitpunkt, um einzusteigen und Ihre Fähigkeiten und Erfahrungen zu entwickeln**, um in diesem aufstrebenden Bereich erfolgreich zu sein.

Die Aufgaben eines Customer Success Managers umfassen unter anderem:

- Die Zusammenarbeit mit Kunden, um deren Bedürfnisse und Ziele zu verstehen und sicherzustellen, dass sie bei der Nutzung der Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich sind.
- Die Entwicklung und Umsetzung von Strategien zur Verbesserung der Kundenerfahrung und zur Steigerung des Kundenerfolgs.
- Das Bereitstellen von Schulungen und Support, um Kunden bei der effektiven Nutzung der Produkte oder Dienstleistungen zu unterstützen.
- Die Identifizierung von Upsell- und Cross-Sell-Möglichkeiten und die Zusammenarbeit mit Vertriebs- und Marketingteams, um diese zu realisieren.
- Das Einholen von Kundenfeedback und die Zusammenarbeit mit internen Teams, um Probleme zu lösen und Kundenbedürfnisse zu erfüllen.
- Das Erstellen von Berichten und Analysen zur Bewertung der Kundenbindung und des Erfolgs sowie zur Verbesserung der Prozesse und Systeme im Bereich des Kundenerfolgs.

Insgesamt ist der Customer Success Manager ein wichtiger Vermittler zwischen dem Unternehmen und den Kunden und spielt eine zentrale Rolle bei der Bereitstellung einer hervorragenden Kundenerfahrung und bei der Gewährleistung des Erfolgs von Kunden.

WELCHE FÄHIGKEITEN SOLLTE EIN CUSTOMER SUCCESS MANAGER HABEN?

Als Customer Success Manager ist es wichtig, eine Kombination aus technischem Fachwissen und zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu haben. Ein erfolgreicher CS Manager sollte in der Lage sein, mit Kunden auf Augenhöhe zu kommunizieren, Probleme zu identifizieren und Lösungen zu finden, um sicherzustellen, dass Kunden mit den Produkten oder Dienstleistungen des Unternehmens erfolgreich sind. Zu den Fähigkeiten, die ein guter CSM benötigt, gehören:

- **Ausgezeichnete Kommunikationsfähigkeiten:** Ein CS Manager sollte in der Lage sein, sich auf die Bedürfnisse des Kunden einzustellen und in der Lage sein, komplexe Konzepte einfach und verständlich zu erklären.
- **Technisches Verständnis:** Ein CS Manager sollte ein tiefes Verständnis für die Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens haben, um Kunden bei technischen Fragen und Problemen unterstützen zu können.
- **Kundenorientierung:** Ein guter CS Manager sollte sich auf die Bedürfnisse und Ziele des Kunden konzentrieren und in der Lage sein, Probleme aus der Perspektive des Kunden zu betrachten.
- **Analytisches Denken:** Ein CS Manager sollte in der Lage sein, Daten zu sammeln und zu analysieren, um den Kundenbedarf zu verstehen und fundierte Entscheidungen zu treffen.
- **Teamarbeit:** Ein CSM sollte in der Lage sein, effektiv mit internen Teams wie Vertrieb, Marketing und Produktmanagement zusammenzuarbeiten, um sicherzustellen, dass Kundenbedürfnisse erfüllt werden und um Upsell- und Cross-Sell-Möglichkeiten zu identifizieren und zu realisieren.

Zusammenfassend sollte **ein erfolgreicher CS Manager eine Kombination aus technischen Fähigkeiten, Kundenorientierung, analytischem Denken und ausgezeichneten zwischenmenschlichen Fähigkeiten haben**, um Kunden erfolgreich zu machen und langfristige Beziehungen aufzubauen.

TIPPS ZUM LOSLEGEN!



STATUS QUO



ZIELE



STOLPER-
STEINE

Drei Tipps, wie man mit Customer Success Management beginnen kann:

Status quo ermitteln: Der erste Schritt in Richtung Customer Success besteht darin, den Status quo bei den Kunden zu ermitteln. Hierbei geht es darum, herauszufinden, ob die Kunden ohne die Lösung deines Unternehmens zukünftig klar kommen können oder nicht. Dazu kann man persönlich mit den Kunden sprechen oder eine automatisierte Umfrage durchführen. Auf diese Weise erhält man wichtige Informationen darüber, welche Probleme und Herausforderungen die Kunden haben und wie die Lösung des Unternehmens ihnen helfen kann, diese zu bewältigen.

Ziele des Kunden verstehen: Um Kunden erfolgreich zu machen, ist es wichtig, ihre Ziele zu verstehen und im Auge zu behalten, da sich diese auch ändern können. Um die Ziele der Kunden zu ermitteln, können verschiedene Methoden wie z.B. Interviews oder Umfragen angewendet werden. Dabei ist es hilfreich, wenn das Sales-Team die ermittelten Ziele des Kunden an den Customer Success Manager übergibt, da diese bereits in der Verkaufsphase besprochen wurden. Dadurch kann der Customer Success Manager auf den individuellen Bedarf des Kunden gezielt eingehen und diesen erfolgreicher machen. Ein guter Ansatz, um Kunden zu zeigen, wie viel näher sie ihrem Ziel bereits gekommen sind, besteht darin, auf verschiedene Kennzahlen und Erfolgsgeschichten zurückzugreifen. Diese helfen dabei, den Fortschritt der Kunden zu messen und ihnen aufzuzeigen, wie sie von der Nutzung der Lösung des Unternehmens profitieren können.

Stolpersteine identifizieren: Um Hindernisse auf dem Weg zum Erfolg der Kunden zu identifizieren, ist es wichtig, ihre Erfahrungen und Meinungen zu berücksichtigen. Hierfür können Feedback-Tools und Kundenbewertungen hilfreich sein. Anhand dieser Informationen können Stolpersteine erkannt werden, beispielsweise Schwierigkeiten beim Onboarding oder der Nutzung der Lösung. Auf Basis dieser Erkenntnisse können dann gezielte Maßnahmen wie Schulungen oder Verbesserungen im Onboarding-Prozess geplant werden.

Diese drei Tipps sollen helfen, den Fokus auf die Kunden zu richten und somit eine erfolgreiche Customer Success Strategie zu entwickeln.