

Coronavirus. Herausforderungen. Digitale Lösungen. Namics.

A Merkle Company



Coronavirus/COVID-19 – Welche Massnahmen Sie als Digital Lead & Marketeer jetzt ergreifen sollten



Stärken Sie die kontaktlose Kundenbeziehung



Treten Sie mit Ihren Kunden in Kontakt



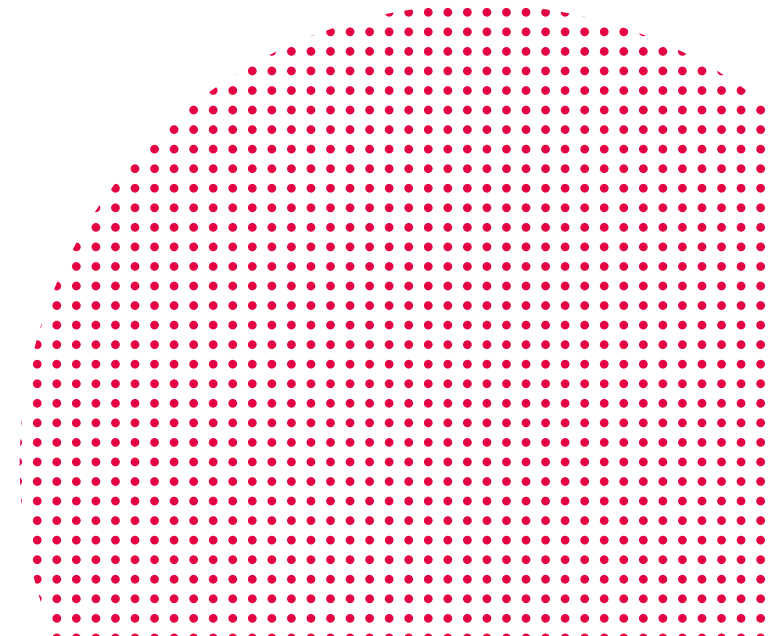
Motivieren Sie Ihre Kunden zur Interaktion



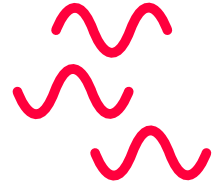
Bauen Sie Vertrauen auf



Machen Sie Ihr Team handlungsfähig



Stärken Sie die kontaktlose Kundenbeziehung



Kunden werden manche Verhaltensweisen dauerhaft ändern, mutiges Handeln kann Sie jetzt auf den Erfolg vorbereiten.

- **Quick Win:** Identifizieren Sie, wie Sie vorhandene Mar-Tech-Fähigkeiten effektiver nutzen können, um die Zugänglichkeit von Produkten und Dienstleistungen zu skalieren und in welcher Form Sie Self-Services anbieten können.
- **Quick Win:** Überprüfen oder überspringen Sie unwesentliche Schritte in Ihrer Go-to-Market Strategie.
- Beurteilen Sie den aktuellen Status und evaluieren Sie, was auf digitale Kanäle umgestellt werden kann und wie Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen kontaktlos verfügbar machen können.
- Stellen Sie sicher, einen qualitativ hochwertigen Kundenservice bieten zu können, indem Sie KI und Automatisierung evaluieren.
- Planen Sie mögliche Optionen im Wasserfallmodus, um Budgets zu priorisieren und die Time-to-Market drastisch zu verkürzen, wo immer dies erforderlich ist.

Treten Sie mit Ihren Kunden in Kontakt



Definieren Sie Ihr Marketing und Ihren Kundenservice im Hinblick auf sich ändernde Präferenzen neu und setzen Sie diese in Marketinginvestitionen und -strategien um.

- **Quick Win:** Verstärken Sie Ihren Fokus auf Web-Marketing und Web-Support, um die Normalität in diesen verrückten Tagen aufrechtzuerhalten und sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten zu verschaffen, die nur langsam reagieren.
- **Quick Win:** Setzen Sie die Prioritäten für die Kommunikationskanäle auf Basis der Relevanz für Ihre Kunden neu. Berücksichtigen Sie die gesamte Bandbreite an Kanälen und Formaten, auch solche, die für Ihre Marke neu sind.
- Erwägen Sie Verlagerungen von realen Ereignissen zu digitalem Marketing und Investments, um auf veränderte Präferenzen zu reagieren.
- Ziehen Sie Markenbotschaften in Betracht, die für Ihre Kunden von hoher Relevanz sind und finden Sie Wege, diese zu kommunizieren, da sie einen Mehrwert für Ihre Marke darstellen können.
- Stellen Sie digitale Kanäle in den Vordergrund (E-Mail, Website, SMS, Apps), damit Sie und Ihre Kunden schnell auf sich rapide verändernde Ereignisse reagieren können.
- Achten Sie auf spezifische regionale Ereignisse und reagieren Sie entsprechend, indem Sie die Auswirkungen und Optionen an die betroffenen Kunden kommunizieren.

Motivieren Sie Ihre Kunden zur Interaktion



Ermöglichen Sie Ihren Kunden selbstständige Aktivitäten.

- **Quick Win:** Ermutigen Sie die Kunden zur Nutzung von Self-Service-Tools, wann immer möglich, einschliesslich Online-Self-Service und Mobile Apps.
- **Quick Win:** Finden Sie Alternativen zu persönlichen Schulungen und Veranstaltungen.
- **Quick Win:** Stellen Sie Links zum Download von Apps und zum Self-Service Zugang sowie Links zu Anleitungen und Tutorials für Erstnutzer zur Verfügung.
- Erwägen Sie spezifische Kommunikation für Risikogruppen (z.B. Senioren), die auf einen persönlichen Service angewiesen sein könnten.
- Bereiten Sie sich auf eine veränderte Welt vor, planen Sie eine schnelle und direkte Kommunikation mit den Stakeholdern und einen schnellen Kundenservice.

Bauen Sie Vertrauen auf



Stellen Sie die besten verfügbaren Guidelines sowohl für Mitarbeiter als auch für Kunden zur Verfügung.

- **Quick Win:** Verstärken Sie die zusätzlichen Anstrengungen zur Unterstützung Ihrer Kunden und der Öffentlichkeit – bedenken Sie dies in Bezug auf die Öffnungszeiten von Call-Centern, Zweigstellen usw.
- **Quick Win:** Stellen Sie Informationen über Änderungen an Ihren Produkten, Dienstleistungen und der Verfügbarkeit von Zweigstellen zur Verfügung und kommunizieren Sie Regeländerungen, Ausnahmen, Erweiterungen, Verzögerungen, etc.
- Da es immer wichtiger geworden ist, in Kontakt zu bleiben und Updates auszutauschen, bereiten Sie sich auf regelmässige Kommunikation in einem Umfang vor, der für Ihre Kunden und Ihre Marke sinnvoll ist.
- Erwägen Sie vorübergehende Änderungen der Prozesse, Regeln und Qualifikationskriterien für bestimmte Leistungen oder Transaktionen, die betroffen sind.
- Planen Sie, wie Sie dynamische und regelmässig aktualisierte Informationen zur Verfügung stellen können, um dem sich stets ändernden Charakter der Pandemie gerecht zu werden.
- Erwägen Sie die Einrichtung einer Landingpage/Hub für Inhalte/Aktualisierungen im Zusammenhang mit COVID-19; werben Sie hierfür durch kurze E-Mails mit einem Link zum Inhalts-Hub.
- Bringen Sie Ihr Verständnis für das Geschehen fortlaufend auf den neuesten Stand.

Machen Sie Ihr Team handlungsfähig



Stellen Sie sicher, dass Ihr Team so aufgestellt ist, dass es mit den Auswirkungen aller hier genannten (digitalen) Massnahmen umgehen kann.

- **Quick Win:** Ernennen Sie ein hochrangiges, stark engagiertes COVID-19 Kernteam, das sich ausschliesslich darauf konzentriert.
- Skizzieren Sie verschiedene Szenarien und leiten Sie daraus Möglichkeiten und Pläne zur Digitalisierung und für Digital Marketing ab.
- Bringen Sie die vorübergehende Verlangsamung der Reaktion aufgrund reduzierter Mitarbeiterverfügbarkeit mit Prozessen und Tools in Einklang, die eine schnelle Entscheidungsfindung und Reaktion an den Kunden gewährleisten.
- Etablieren Sie Tracking Tools und Entscheidungskompetenzen und halten Sie ein Programm Management Office aufrecht (wenn möglich im agilen Modus).
- Ermöglichen Sie Ihrem Team die Interaktion über alle digitalen Kanäle und Touchpoints, die für Ihre Kunden relevant sind, ziehen Sie Automatisierungsoptionen in Betracht.
- Überwachen Sie den Prozess kontinuierlich und ermöglichen Sie eine schnelle und einfache Anpassung und Ergänzung von Regeln auf der Grundlage sich ändernder Bedingungen und des Feedbacks Ihrer Teams.

Vielen Dank. Namics.

A Merkle Company



www.namics.com



www.twitter.com/namics



www.facebook.com/namics



www.linkedin.com/company/namics-ag



www.xing.com/companies/namicsag



www.instagram.com/discover/namics

