

EXPERIENCE MANAGEMENT TRIFFT PROZESSMANAGEMENT

Wie Erlebnisse nachhaltig wirken

Berlin, 08.05.2026

Dipl.-Ing. Markus Johann Schmid, BSc



STEIERMARK

„Die Kundenerfahrung ist das nächste große Wettbewerbsfeld.“

Jerry Gregoire – CIO bei Dell

Prozesse und Projekte Steiermark



STEIERMARK

Unterschiede CEM und XM (1)

Customer Experience Management (CEM / CXM)

Fokus: Erlebnisse von KundInnen entlang ihrer gesamten Reise mit einem Unternehmen (Customer Journey).

Ziel: Zufriedenheit steigern, Loyalität aufbauen, Weiterempfehlungen fördern.

Unterschiede CEM und XM (2)

Experience Management (XM)

Fokus: Ganzheitliches Erlebnis-Ökosystem – nicht nur Kunden, sondern auch **MitarbeiterInnen, Marken und Produkte**.

Ziel: Alle Erlebnisse messen, verstehen und aktiv gestalten, die das Unternehmen beeinflussen.

Definition Experience Management

*„Beim **Experience Management (XM)** geht es primär darum, jede Interaktion, die jemand mit einem Unternehmen hat, zu erfassen und zu analysieren.*

*Dabei kann es sich um **Kunden, Mitarbeitende, Auftraggeber oder Lieferanten handeln.**“*



Perspektiven auf Prozesse



Hintergrund Prozessoptimierung

*Arbeiten alle
Abteilungen auf das
gleiche Ziel hin?*

*Ist die Ausgangslage
messbar, um später
Verbesserungen
beurteilen zu können?*

*Wer „bestimmt“ nach
welchen Vorgaben ein
Prozess optimiert
wird?*

*Jeder Prozess existiert
einmal, es kann jedoch
mehrere Varianten
geben.*

Methode Experience Scoring (1)

Prozess	Customer Experience	Employee Experience	Brand Experience	Product Experience	Experience Score
Prozess 1	x	x	x	x	
Prozess 2	x	x	x	x	
Prozess 3	x	x	x		

Match: Touchpoint und Ereignis bedeuten das Gleiche (Eintrag „x“)

Methode Experience Scoring (2)

Prozess	Customer Experience	Employee Experience	Brand Experience	Product Experience	Experience Score
Prozess 1	5	7	2	8	560
Prozess 2	7	2	8	3	336
Prozess 3	4	2	1	-	8

Score: 1 unwichtig – 10 wichtig

Maßnahmenplan (1)

1. Strategie und Ziele
festlegen

2. Vorbereitungen
durchführen

3. Experience Journey(s)
skizzieren

4. Feedback einholen

5. Personas beschreiben

6. Experience Journey Maps
modellieren

Maßnahmenplan (2)

7. Entscheidungspunkte
ableiten und bewerten

8. Experience Journey mit
Geschäftsprozessen
verknüpfen

9. Verbesserungspotenziale
ableiten, bewerten und
umsetzen

10. Kennzahlen definieren

11. Ergebnisse
kommunizieren

12. Verbesserungsprozesse
definieren

Erfolgsmessung

Wesentlich:

Subjektive Wahrnehmungen und objektive Prozessdaten konsequent miteinander verknüpfen.

Erprobte Kennzahlen:

- Customer Satisfaction Score (CSAT)
- Net Promoter Score (NPS)
- Customer Effort Score (CES)

Entscheidend:

Kontinuierliche Feedback-Loops, die Erlebnisse in kurzen, regelmäßigen Abständen erfassen und dadurch Trends sichtbar machen.

Welche Erlebnisse willst du mitgestalten?



FRAGEN?



Dipl.-Ing. Markus Johann Schmid, BSc

Linked 



Download Whitepaper



Experience Management

Mit Prozessmanagement Erlebnisse für Unternehmen gestalten

Dipl.-Ing. Markus Johann Schmid, BSc - 21.08.2025

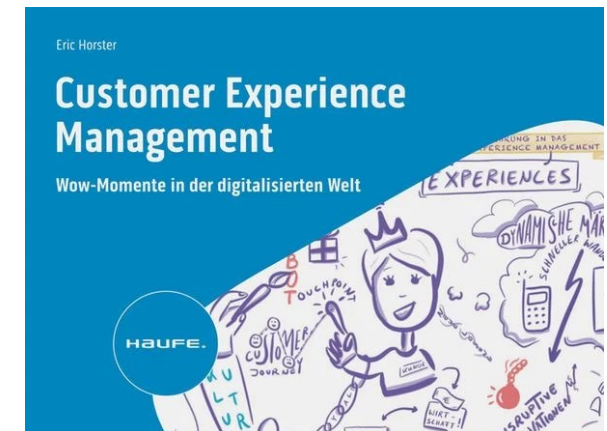
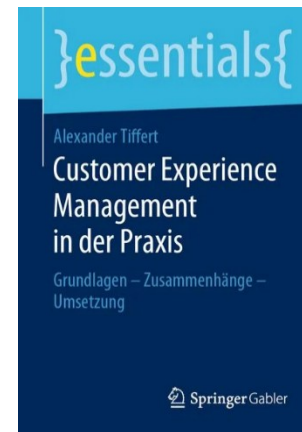
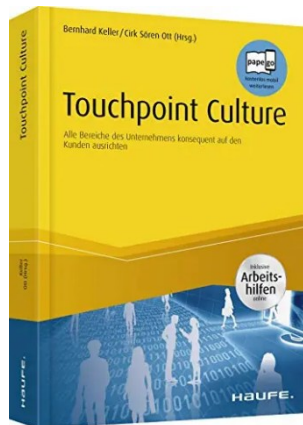
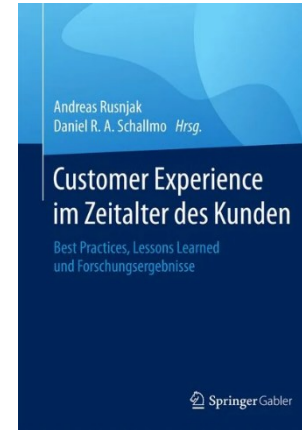
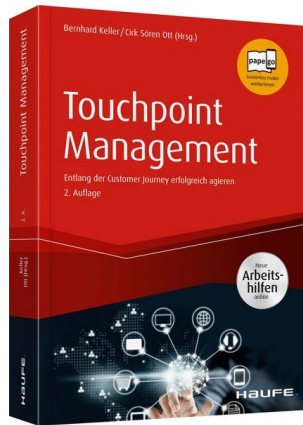
Die digitale Transformation macht Produkte und Services komplexer – analoge und digitale Komponenten greifen ineinander und erschweren es Kunden, den Kern eines Angebots zu erfassen. Entscheidend wird deshalb das von den Unternehmen gebotene Gesamterlebnis: die sogenannte Experience Economy.¹

Die Art und Weise, wie Unternehmen heute wahrgenommen werden, hängt längst nicht mehr nur von Produkten. Prei-

darf, sondern stattdessen den Menschen in den Mittelpunkt stellen muss. Darüber hinaus bietet es praxisnahe Impulse, wie Organisationen diese Transformation erfolgreich gestalten können.

Beispielhaft wird hier primär die Customer Experience Journey herangezogen, da sie unter den vorgestellten Experience Journeys die am weitesten verbreitete ist und anschauliche, verständliche Use Cases bietet

Lese-Erlebnisse



Quellen / Weiterführende Literatur

- **Buchberger, Oliver:** Customer Journey – warum sie so kompliziert und sich trotzdem lohnt, <http://www.omkantine.de/customer-journey-warum-sie-so-kompliziert-ist-und-sich-trotzdem-lohnt/>, Abrufdatum: 18.04.2024.
- **Freepik:** Medium shot smiley dj at party, https://www.freepik.com/free-photo/medium-shot-smiley-dj-party_31124603.htm#fromView=search&page=1&position=0&uuid=12549e2b-361f-4326-bc64-8414ff607423&query=food+music+event+stock+photo, Abrufdatum: 20.08.2025.
- **iStock:** Geduldsspiel, <https://www.istockphoto.com/de/foto/geduldsspiel-gm171353147-21130047?searchscope=image%2Cfilm>, Abrufdatum: 20.08.2025.
- **NTT DATA Business Solutions:** <https://nttdata-solutions.com/de/experience-management-xm/>, Abrufdatum: 17.08.2025.
- **Schmid, Markus Johann:** Customer Journey Mapping im Mode-Einzelhandel - Optimierung der Customer Experience entlang der Geschäftsprozesse, Masterarbeit, Kapfenberg 2021.
- **Schmid, Markus Johann:** Agiles Prozessmanagement - Einsatzgebiete agiler Methoden im Prozessmanagementkreislauf, Whitepaper, Graz 2024.
- **Schmid, Markus Johann:** Experience Management - Mit Prozessmanagement Erlebnisse für Unternehmen gestalten, Whitepaper, Graz 2025.

Customer Experience Journey

