



Customer Journey Mapping-Tool-Vergleich

Mit dem richtigen Mapping Tool zu mehr Kundenzentrierung

Stellen Sie sich vor, wie Ihr Unternehmen durch gezielte Ansprache zu dem richtigen Zeitpunkt mit maßgeschneiderten Inhalten nicht nur Kunden begeistert, sondern auch deren Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflusst. Interesse geweckt?

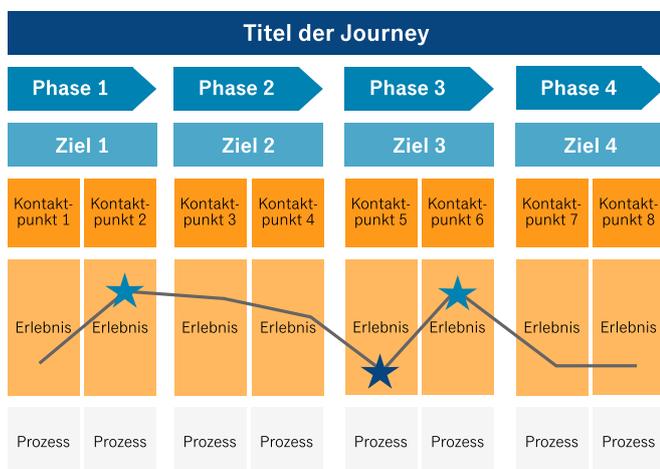
Erfolgreich langfristige Beziehungen zu Ihren Kunden aufzubauen erfordert nicht nur Verständnis für Ihre Customer Journey, sondern auch die Kunst, diese bewusst zu gestalten. Die zunehmende Komplexität des Kundenverhaltens entlang verschiedener Touchpoints wird zu einer spannenden Herausforderung. Unternehmen, die diese Herausforderung meistern, werden nicht nur Kunden gewinnen, sondern auch einen Wettbewerbsvorteil erlangen.

Möchten Sie erfahren, wie Ihr Unternehmen diese Herausforderung mit Hilfe von Customer Journey Mapping erfolgreich meistern kann? Lesen Sie weiter und entdecken Sie den Weg zur optimalen Kundenzentrierung!

Was ist Customer Journey Mapping?

Das Customer Journey Mapping ist eine Methode, alle Kontaktpunkte der Kunden entlang des gesamten Kaufprozesses während der Interaktion mit einem Unternehmen zu visualisieren. In der Darstellung werden alle relevanten Interaktionskanäle gegen die Phasen des Kaufentscheidungsprozesses gestellt. Das geschaffene Raster zeigt die angesteuerten Touchpoints und Verwendungsanlässe der jeweiligen Kundensegmente. Das Erlebnis an den jeweiligen Touchpoints kann zusätzlich beschrieben werden. Zur besseren Verständlichkeit werden Customer Journeys als zusammenhängende Storyline dargestellt. Aus der Visualisierung sollte hervorgehen, an welchen Punkten der Customer Journey ein positives, neutrales oder negatives Erlebnis hervorgeht. Dabei werden die gesamte Produktpalette, die zur Verfügung gestellten Kanäle sowie alle Online- und Offline-Touchpoints berücksichtigt. Somit ist das Customer-Journey-Mapping ein Werkzeug, welches eingesetzt werden kann, um sowohl die User Experience im digitalen Bereich als auch die umfassende Customer Experience systematisch zu optimieren.

Die Grundlage für das Customer Journey Mapping bildet ein klar definierter Rahmen. Hierbei gilt es festzulegen, in welchem Kontext das Mapping eingesetzt werden soll. Interessant ist nicht nur die eigentliche Kundenreise, also welche Touchpoints durchlaufen worden sind, sondern auch die Frühphase des Entscheidungsprozesses. Die Informationen über den Impuls und den Anlass für das Interesse eines Kunden sollten in dem Prozess des Customer Journey Mappings berücksichtigt werden. Somit muss im Rahmen der Zielsetzung definiert werden, wie detailliert der Analyseprozess sein soll. Demzufolge ist die Frage zu klären, welche Kundensegmente betrachtet werden sollen. Aus Kundenperspektive können innerhalb des Customer Journey Mappings bei vorausgegangener Zielgruppenanalyse der jeweilige Kundenprozess und die dazugehörigen Kundenbedürfnisse und -anforderungen analysiert werden. Dies vermittelt Unternehmen einen Überblick, welche Prozessschritte in der Interaktion mit dem Kunden relevant sind und wo Schwerpunkte zu setzen sind. Somit werden idealtypische Verläufe der Customer Journey durch das Gesamtgefüge an Touchpoints abgebildet.



Was ist ein Customer Journey Mapping Tool?

Customer Journey Mapping Tools sind leistungsstarke Instrumente, die Unternehmen dabei unterstützen, den Weg ihrer Kunden entlang aller relevanten Interaktionen in Vorkauf- Kauf- und Nachkaufphase umfassend zu verstehen und zu optimieren. Diese Tools ermöglichen eine visuelle Darstellung der gesamten Customer Journey, einschließlich sämtlicher Touchpoints, die ein Kunde mit einer Marke hat – sei es digital über Websites und soziale Medien oder physisch durch den Besuch von Geschäften und den Kontakt mit dem Kundenservice.

Ein zentraler Nutzen dieser Tools liegt in der Visualisierung und ist somit ein Hilfsmittel bei der Analyse der Kundeninteraktionen, wodurch Unternehmen positive Erlebnisse identifizieren können, aber auch Herausforderungen und kritische Momente erkennen. Durch die Identifikation und detaillierte Analyse der Touchpoints können Schwachstellen erkannt und gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um das Kundenerlebnis zu optimieren. Customer Journey Mapping Tools ermöglichen zudem die Darstellung von Zielgruppen, was Unternehmen dabei hilft, die unterschiedlichen Bedürfnisse und Präferenzen verschiedener Kundengruppen besser zu verstehen. Diese Erkenntnisse wiederum dienen als Grundlage für die Personalisierung von Erlebnissen, was die Kundenbindung stärken kann. Ein weiterer Vorteil besteht in der Möglichkeit, Kundenfeedback direkt in die Customer Journey Maps zu integrieren, um eine umfassendere Analyse auf der Grundlage realer Kundenerfahrungen zu ermöglichen. Viele dieser Tools sind darüber hinaus kollaborative Plattformen, die Teams die gemeinsame Arbeit an der Erstellung, Analyse und Optimierung von Customer Journeys ermöglichen.

Die zeitliche Darstellung der Customer Journey sowie Integrationen mit anderen Marketing-, CRM- oder Analytics-Tools sind weitere Funktionen, die diese Tools zu wertvollen Ressourcen machen. Insgesamt tragen Customer Journey Mapping Tools dazu bei, dass Unternehmen flexibel auf die Bedürfnisse ihrer Kunden reagieren können, um so ein konsistentes und ansprechendes Kundenerlebnis zu bieten.

Wann macht ein Einsatz Sinn?

Der Einsatz von Customer Journey Mapping Tools macht in verschiedenen Szenarien Sinn, besonders wenn Ihr Unternehmen stärker auf den Kunden ausgerichtet werden soll und es darum geht, die Interaktionen und Erfahrungen Ihrer Kunden mit Ihrem Produkt oder Service zu verstehen und zu verbessern. Der klare Vorteil liegt in der visuellen Darstellung der gesamten Kundenreise. Im Gegensatz zu anderen Anwendungen, wie beispielsweise Excel, das eher für tabellarische Daten geeignet ist, bieten Customer Journey Mapping Tools eben diese visuelle Darstellung, die das Verständnis und die Kommunikation erleichtert. Die Tools bieten ebenfalls eine klare Strukturierung von Informationen. Im Vergleich zu einer Darstellung in Tabellenform, bieten Mapping Tools eine intuitive Strukturierung, die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Interaktionen verdeutlicht. Mapping Tools helfen dabei, die Interaktionen über verschiedene Touchpoints und Kanäle hinweg zu verbinden. Dies ermöglicht eine ganzheitliche Sicht auf die Kundenreise und erleichtert die Identifizierung von kritischen Phasen oder Problembereichen in der Kundenreise. Zusätzlich kann eine

Integration von Emotionen und Erlebnissen in die Darstellung der Kundenreise helfen, um die Kundenzufriedenheit besser zu verstehen. Solche Erkenntnisse sind entscheidend, um negative Kundenbewertungen oder Abwanderungen zu reduzieren und funktionierende Kontaktpunkte und Maßnahmen weiter auszubauen. Somit wird Hilfe geboten, Kundenerlebnisse zu optimieren und die Zufriedenheit zu steigern.

Kundensicht

Wenn Ihr Unternehmen verschiedene Kommunikationskanäle (z.B. Website, soziale Medien, E-Mail, physische Filialen) verwendet, kann ein Mapping Tool Ihnen helfen, die Kundeninteraktionen über diese Kanäle hinweg zu verfolgen und zu verbessern. Bevor Sie also beispielsweise eine neue Geschäftsstrategie implementieren, können potenzielle Auswirkungen auf die Customer Journey verstanden und mögliche Risiken und Vorteile antizipiert werden.

Unternehmenssicht

Des Weiteren dient ein Customer Journey Mapping Tool zu Mitarbeiter-Schulungen und Sensibilisierung. Es hilft dabei, Mitarbeiter in verschiedenen Abteilungen Ihres Unternehmens über die Bedeutung einer konsistenten und nahtlosen Kundenerfahrung aufzuklären. So wird ein ganzheitliches Verständnis im Unternehmen geschaffen und gezielt Maßnahmen ergriffen, um festgelegte Ziele zu erreichen.

Langfristige Betrachtung

Es gilt zu beachten, dass das Customer Journey Mapping nicht nur ein einmaliger Prozess ist. Customer Journeys sind dynamisch und ändern sich im Laufe der Zeit, abhängig von den sich wandelnden Bedürfnissen und Verhaltensweisen der Kunden sowie internen Unternehmensentscheidungen. Mapping-Tools helfen dabei, das Mapping kontinuierlich zu aktualisieren und weiterzuentwickeln.

Der Tool Vergleich

Im folgenden Tool-Vergleich wird eine Auswahl der bekanntesten Customer Journey Mapping Tools miteinander verglichen - Cemantica, Lucidchart, Miro und Smaply. Jedes dieser Tools bietet eine Kombination von Funktionen und Stärken, um Unternehmen Customer Journey Mapping zu ermöglichen. Durch die Berücksichtigung von funktionalen und nicht-funktionalen Kriterien, einschließlich Benutzerfreundlichkeit, Kollaborationsmöglichkeiten, Integrationsoptionen, Sicherheit und mehr, kann ein Eindruck gewonnen werden, welches Tool zu den jeweils individuellen Anforderungen passen könnte.

Im Folgenden werden die Tools kurz vorgestellt:

cemantica

Cemantica ist ein Customer Journey Mapping Tool, das sich auf die emotionale Dimension der Kundenreise konzentriert. Es bietet Analysefunktionen, um Einblicke in das Verhalten und die Emotionen der Kunden zu gewinnen. Durch Echtzeit-Kollaboration können Teams zusammenarbeiten, um detaillierte Customer Journey Maps zu erstellen und zu optimieren.

Lucidchart

Lucidchart ist ein benutzerfreundliches Customer Journey Mapping Tool, das eine intuitive Benutzeroberfläche für die Erstellung von visuellen Darstellungen der Kundenreise bietet. Neben der Erstellung von Journey Maps kann es auch für Diagramme, Flussdiagramme und andere visuelle Darstellungen genutzt werden.

miro

Miro ist eine vielseitige Plattform für visuelle Zusammenarbeit, die weit über Customer Journey Mapping hinausgeht. Neben der Erstellung von Journey Maps ermöglicht es Miro Workshops, Brainstorming-Sitzungen und Teamkollaboration. Es bietet hohe Anpassungsfähigkeit und Integration mit anderen Tools, um umfassende visuelle Lösungen zu ermöglichen.

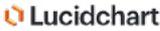
smaply

Smapply ist ein Tool, das sich auf detaillierte Analysefunktionen und umfassende Darstellungen der Kundenreise spezialisiert hat. Neben Journey Maps bietet es Funktionen wie User Personas und Service Blueprints, um eine ganzheitliche Sicht auf die Kundenerfahrung zu ermöglichen. Es eignet sich gut für Unternehmen, die eine gründliche Untersuchung und Optimierung ihrer Kundenprozesse anstreben.

Die nachfolgende Tabelle bietet eine erste Übersicht der hier zu vergleichenden Customer Journey Mapping Tools.

Die Standorte der verschiedenen Anbieter variieren zwischen Israel (Cemantica), USA (Lucidchart & Miro) und Österreich (Smapply). Auch die jeweilige Unternehmensgröße variiert zwischen Kleinunternehmen wie Cemantica und Smapply mit 11-50 Mitarbeitern und Konzernen wie Lucidchart und Miro mit 1.001-5.000 Mitarbeitern. Einsatzbereiche der Tools decken eine breite Masse an Branchen ab. Bei den unterstützten Sprachen der Tools sind Deutsch, Englisch, Spanisch und Französisch der Standard, wobei Lucidchart insgesamt mehr Sprachen unterstützt als die anderen 3 Toolanbieter.

Verschiedene Produktversionen werden bei allen vier Anbietern angeboten. Sie bieten alle eine Testversion und eine kostenpflichtige Version an. Eine kostenlose Version wird nur von Cemantica, Lucidchart und Miro angeboten. Die Lizenzierung und Kosten der verschiedenen Modelle variieren je nach Funktionsumfang, Teamgröße und gewähltem Plan. Es ist ratsam, die aktuellen Preise und Pläne der Anbieter zu überprüfen.

				
Standort des Anbieters	Israel	USA	USA	Österreich
Unternehmensgröße	11-50 MA	1.001-5000 MA	1.001-5000 MA	11-50 MA
Einsatzbereich / Eignung	Banken, Gesundheitswesen, Einzelhandel, Gastgewerbe, Finanzdienstleistungen, Lieferdienste	Für jeden	Software-Unternehmen (UX-/UI-Designer, Agile-Trainer, Produktbesitzer/-Manager), Grafik/Web-Design, Marketing & Werbeagenturen, Kreativwirtschaft, Beratung	Consulting, Bank & Finanzen, Employee Experience, Telekommunikation, Healthcare, Public Services, Design Thinking, Tourismus, Bildung
Unterstützte Sprachen	Deutsch Englisch Französisch Niederländisch	Deutsch, Englisch Französisch Niederländisch Italienisch Schwedisch Russisch, Polnisch Portugiesisch Japanisch, Spanisch Chinesisch, Koreanisch	Deutsch, Englisch, Spanisch, Französisch, Japanisch	Englisch Spanisch
Testversion				
Kostenlose Version				
Kostenpflichtige Version				
Pricing monatlich Jährlich kostengünstiger	Standard: 20€/ User Expert: 70€/ User Enterprise: 110€/ User	Kostenlose Version Individuell: ab 8€ / User Team: ab 9€/ User Unternehmen: auf Anfrage	Free Starter: 10\$/ User Business: 20\$/ User Enterprise: auf Anfrage	Free Basic: 19€/ User Pro: 29€/ User Enterprise: auf Anfrage
Cloud oder On-Premise	Cloud	Cloud	Cloud	Cloud

Einsatzgebiete und Anwendungsfälle der Journey Mapping Tools

Die Customer Journey Mapping Tools Cemantica, Lucidchart, Miro und Smaply sind vielseitige Tools. Jedes dieser Tools ist auf die Visualisierung von Customer Journeys spezialisiert und bietet ein breites Spektrum an Einsatzgebieten und Anwendungsfällen, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse und Herausforderungen von Unternehmen zugeschnitten sind.

Verhaltensbezogene Analysen

Verhaltensbezogene Analysen im Kontext von Customer Journey Mapping-Tools beziehen sich auf die Fähigkeit dieser Tools, das Verhalten von Kunden entlang ihrer Customer Journey oder ihres Pfads durch verschiedene Interaktionspunkte zu erfassen und zu analysieren. Dies umfasst die Sammlung, Visualisierung und Analyse von Daten, die das Kundenverhalten und die Interaktionen mit einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem Unternehmen beschreiben. Es ermöglicht den Benutzern, tiefe Einblicke in das Kundenverhalten zu gewinnen und ihre Kundenreisen basierend auf verhaltensbezogenen Daten zu optimieren. Lucidchart bietet den Nutzern die Möglichkeit, Verhaltensdaten manuell hinzuzufügen und zu annotieren. Es kann in Kombination mit anderen Analyse- und Datenvisualisierungstools verwendet werden, um verhaltensbezogene Analysen durchzuführen. Cemantica bietet ebenfalls Analyse-Tools zur Identifizierung von Mustern im Kundenverhalten, die zur Optimierung des Kundenerlebnisses verwendet werden können. Miro und Smaply konzentrieren sich währenddessen stärker auf andere Aspekte der Visualisierung und Zusammenarbeit.

Es ist wichtig zu beachten, dass diese Tools in erster Linie Werkzeuge zur Erstellung und Visualisierung von Customer Journey Maps sind. Die Durchführung umfassender verhaltensbezogener Analysen erfordert oft die Integration mit spezialisierten Analyse- oder BI-Plattformen sowie die manuelle Dateneingabe.

verhaltensbasierte
Analysen



Kundenprofile und Personas

Kundenprofile und Personas sind wichtige Konzepte im Zusammenhang mit Customer Journey Mapping-Tools. Sie dienen dazu, die Zielgruppen und Kunden besser zu verstehen und in den Prozess des Customer Journey Mappings einzubeziehen. Kundenprofile sind detaillierte Beschreibungen der verschiedenen Arten von Kunden, die ein Produkt oder eine Dienstleistung nutzen. Sie sind hilfreich, um eine allgemeine Vorstellung davon zu bekommen, wer die Zielgruppe ist. Personas sind fiktive, aber detaillierte Repräsentationen von idealen Kunden oder Benutzern. Sie gehen über einfache Informationen hinaus und enthalten Geschichten, Motivationen, Bedürfnisse und Herausforderungen. Alle vier Tools ermöglichen das Erstellen von Kundenprofilen und Personas und Integration in Customer Journey Maps, was entscheidend ist, um eine klare Vorstellung von den verschiedenen Kundenperspektiven zu erhalten und gezielte Ansätze zur Verbesserung des Kundenerlebnisses zu entwickeln.

Kundenprofile/
Personas



Kundenerlebnis-Management

Kundenerlebnis-Management im Zusammenhang mit Customer Journey Mapping Tools bezieht sich auf die Fähigkeit dieser Tools, das gesamte Kundenerlebnis entlang der Customer Journey zu erfassen und zu analysieren. Das Ziel des Kundenerlebnis-Managements ist es, sicherzustellen, dass die Kunden bei jeder Interaktion mit einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem Unternehmen eine positive und konsistente Erfahrung machen. Customer Journey Mapping Tools spielen dabei eine zentrale Rolle, da sie es ermöglichen, die Customer Journey in ihren verschiedenen Phasen und Interaktionspunkten detailliert zu visualisieren. Kundenerlebnis-Management ist eine Stärke von Cemantica, Lucidchart und Smaply. Diese Tools bieten spezielle Funktionen zur Unterstützung der Gestaltung und Verbesserung des Kundenerlebnisses über verschiedene Berührungspunkte hinweg.



Skalierbarkeit

Die Skalierbarkeit variiert zwischen den Tools. Während sich Cemantica und Smaply für mittlere bis große Projekte eignen, sind es bei Lucidchart und Miro kleine bis mittlere Projekte. Es ist ratsam, die individuellen Anforderungen eines Unternehmens und die voraussichtliche zukünftige Nutzung zu berücksichtigen, um sicherzustellen, dass das gewählte Tool mit dem Wachstum des Unternehmens Schritt halten kann.



Benutzerkollaboration

Echtzeit-Kollaboration ist ein wichtiger Aspekt für Teams, die gemeinsam an Projekten arbeiten. Alle vier Tools unterstützen die Echtzeit-Kollaboration, was bedeutet, dass mehrere Benutzer gleichzeitig an einem Projekt arbeiten können. Dies fördert die Effizienz, da Änderungen sofort sichtbar sind und eine reibungslose Zusammenarbeit ermöglicht wird. Die Möglichkeit, Kommentare hinzuzufügen, ist in allen Tools vorhanden. Benutzer können Kommentare zu verschiedenen Elementen hinzufügen, um Feedback zu geben, Ideen auszutauschen oder Anmerkungen zu machen. Dies erleichtert die Kommunikation und den Diskussionsprozess innerhalb des Teams. Die Versionierung ist in allen Tools außer Cemantica verfügbar. Versionierung ermöglicht es Benutzern, verschiedene Versionen eines Projekts zu speichern und auf frühere Iterationen zurückzugreifen. Dies ist besonders nützlich für das Prototyping, das Testen von Ideen und das Verfolgen von Änderungen im Laufe der Zeit. Cemantica bietet zwar keine spezifischen Informationen zur Versionierung, es ist jedoch möglich, dass sie ähnliche Mechanismen oder Möglichkeiten zur Verwaltung von Änderungen implementiert haben.



Benutzerfreundlichkeit

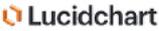
Die Benutzerfreundlichkeit variiert je nach Tool. Während Lucidchart mit seiner intuitiven Benutzeroberfläche besonders für Einsteiger attraktiv ist, bietet Miro eine hohe Anpassungsfähigkeit für visuelle Zusammenarbeit. Cemantica legt einen Schwerpunkt auf die emotionale Analyse der Customer Journey, während Smaply umfassende Analysefunktionen bietet. In Bezug auf Funktionalität bieten alle Tools die Möglichkeit, Customer Journey Maps zu erstellen, wobei Cemantica und Smaply sich auf Analyse und Detailgenauigkeit konzentrieren, während Miro vielseitige Kollaborations- und Workshop-Unterstützung bietet. Die Kollaboration wird durch Echtzeit-Kollaboration (Cemantica), Benutzerfreigaben und gemeinsame Bearbeitung (Miro), sowie Online-Zusammenarbeit und Kommentarfunktionen (Smaply) erleichtert. Diese Funktionen ermöglichen Teams, gemeinsam an Projekten zu arbeiten, Feedback auszutauschen und Ideen zu generieren. Die Integration von Daten und Tools variiert ebenfalls. Cemantica bietet Automatisierung und Datenintegration, Miro ermöglicht die Integration mit anderen Plattformen und Smaply unterstützt die Integration von Kundendaten und Automatisierung.



Schnittstellen

Die Tools bieten vielfältige Schnittstellen, die es den Benutzern ermöglichen, nahtlos mit anderen Plattformen und Diensten zu interagieren. Jedes Tool verfügt über spezifische Stärken in Bezug auf die Integration mit verschiedenen Diensten. Microsoft Teams ist in Lucidchart und Miro integriert, was eine nahtlose Zusammenarbeit innerhalb dieser Plattformen ermöglicht. Die Integration mit Slack ist bei allen Tools außer Smaply vorhanden, was die Kommunikation und den Informationsaustausch zwischen Teammitgliedern erleichtert.

Die Integration mit Google-Plattformen ist in verschiedenen Ausprägungen verfügbar. Cemantica, Miro und Smaply unterstützen Google teilweise. Lucidchart hingegen vollständig. Die Microsoft Visio-Integration variiert. Lucidchart ermöglicht das Importieren und Exportieren von Visio-Dokumenten, was die reibungslose Migration von Diagrammen ermöglicht. Miro bietet auch Import- und Exportmöglichkeiten für Visio-Dateien. Smaply und Cemantica bieten keine spezifische Integration mit Visio. JIRA, ein weitverbreitetes Tool für Projekt- und Aufgabenverwaltung, wird von allen Tools außer Smaply unterstützt. Dies erleichtert die Verbindung von Visualisierungen und Prozessen mit der Projektverfolgung und -verwaltung. Confluence, eine Plattform für Zusammenarbeit und Dokumentation, wird von Lucidchart und Miro unterstützt, was die Integration von Diagrammen und Visualisierungen in Dokumentationsprozesse ermöglicht.

				
Microsoft-Teams	⊖	✓	✓	⊖
Slack	✓	✓	✓	⊖
Google	Google Workspace	Google Drive Google Docs Google Sheets Google Slides	Google Drive	Google Sheets
Visio	⊖	✓	✓	⊖
JIRA	✓	✓	✓	⊖
Confluence	⊖	✓	✓	⊖
Sonstiges	Nativ in die Microsoft Dynamics365 Customer-Engagement-Plattform integriert. Automatischer Datentransfer zwischen Cemantica und CRM und einfacherer Austausch/Export laufender Projekte.			

Daten-Import

In Bezug auf Daten-Import bieten alle Tools Möglichkeiten zur Integration von externen Daten. Dies ermöglicht die Nutzung vorhandener Informationen, um aussagekräftige Customer Journey Maps und Visualisierungen zu erstellen.

Die Tools bieten eine Vielzahl von Importformaten, um den Anforderungen ihrer Nutzer gerecht zu werden. Cemantica überzeugt durch seine Vielseitigkeit, da es den Import von Bildern, PDFs, Diagrammen und Tabellen im CSV-Format sowie Vektorgrafiken unterstützt. Dies ermöglicht es den Benutzern, eine breite Palette von Inhalten nahtlos in ihre Projekte zu integrieren. Lucidchart punktet mit seiner umfassenden Unterstützung von Vektorgrafiken, Bildern und Diagrammen/Tabelle im CSV-Format. Die Vielseitigkeit von Lucidchart erleichtert die Integration von bestehenden Diagrammen und Text-Tabellendaten. Miro bietet eine ähnliche Bandbreite an Importmöglichkeiten wie Lucidchart. Smaply ist stark darin, Bilder, Diagramme und Tabellen im CSV-Format sowie Vektorgrafiken zu importieren. Zusätzlich bietet es die Möglichkeit, JSON-Dateien und XLSX-Dateien zu importieren, was besonders für die Integration von Daten von Bedeutung sein kann.

Daten-Export

Die Exportmöglichkeiten der Customer Journey Mapping-Tools Cemantica, Lucidchart, Miro und Smaply variieren in Bezug auf die unterstützten Formate. Alle Tools bieten die Möglichkeit, Diagramme und Visualisierungen in Bild- und PDF- und CSV-Formaten zu exportieren. Zusätzlich bietet Smaply die Möglichkeit eines Exports in PPT und Lucidchart und Miro als Vektor-Datei.

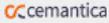
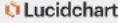
				
Bild	✓	✓	✓	✓
PDF	✓	✓	✓	✓
Tabelle CSV	✓	✓	✓	✓
PPT	⊖	⊖	⊖	✓
Vektor	⊖	✓	✓	⊖

				
Bild	✓	✓	✓	✓
PDF	✓	⊖	✓	⊖
Diagramme/ Tabelle CSV	✓	✓	✓	✓
Vektor	✓	✓	✓	✓
Zusätzlich		VSDX Microsoft Visio), Gliffy, Draw.io, COCX, PPTX	COCX, PPTX, XLSX	JSON-Dateien, XLSX

Sicherheit, Datenschutz und Support

Sicherheit und Datenschutz sind bei allen Tools durch Maßnahmen gewährleistet wie verschlüsselte Datenübertragung, Zugriffskontrollen und Datenschutzkonformität, um die Sicherheit sensibler Daten zu gewährleisten. Schulungs- und Supportoptionen variieren bei den Tools. Miro und Smaply bieten umfassende Schulungsressourcen und Supportmöglichkeiten, während kleinere Tools wie Lucidchart möglicherweise begrenzte Unterstützung bieten. Kostenlose Schulungen und Seminare werden nur von Smaply nicht kostenlos angeboten. Alle anderen Tools haben zahlreiche kostenlose Angebote.

	cemantica	Lucidchart	miro	smaply
E-Mail / Helpdesk	✓	✓	✓	✓
FAQ/Forum	–	✓	✓	–
Telefon Support	–	✓	–	✓
Chat	✓	–	✓	✓
24/7 Support	–	✓	✓	–
kostenlose Schulung	✓	✓	✓	–
kostenpflichtige Schulung	ab 439\$/Kurs			ab 1.800\$/Kurs

Wir unterstützen Sie gerne!

Die CINTELLIC Consulting Group verfügt über umfassende Erfahrung in der Entwicklung und Umsetzung von Customer Journey Mappings. Wir unterstützen Sie gerne dabei, Ihren Kunden eine starke Stimme zu geben! Kontaktieren Sie uns gerne für eine ausführliche Beratung.

CINTELLIC steht bereit, um mit Ihnen diese neuen Horizonte zu erkunden. Treten Sie mit uns in Kontakt, um Ihre spezifischen Bedürfnisse und Möglichkeiten im Kundenmanagement zu besprechen. Gemeinsam können wir die richtigen Strategien entwickeln, um Ihr Unternehmen für die Zukunft des CRM zu rüsten.

**von Florian Heinz
CINTELLIC Consulting Group**

Zusammenfassend bieten Cemantica, Lucidchart, Miro und Smaply jeweils einzigartige Stärken und Vorteile, die auf unterschiedliche Bedürfnisse von Unternehmen zugeschnitten sind. Die Auswahl eines Tools hängt von den spezifischen Anforderungen, Zielen und Präferenzen eines Unternehmens ab. Die umfassende Berücksichtigung der funktionalen und nicht-funktionalen Kriterien kann Unternehmen dabei helfen, das Tool zu finden, das am besten zu ihren individuellen Bedürfnissen passt und dazu beiträgt, Kundenerlebnisse zu optimieren und Geschäftsprozesse zu verbessern.

Fazit

Erkenntnisse aus einem Customer Journey Mapping werden genutzt, um Kommunikations-, Service- und Vertriebsmaßnahmen gezielt auf die Kundenbedürfnisse auszurichten. Es ergeben sich zudem neue Anforderungen für interne Prozesse und Ansatzpunkte, um ein konsistentes Markenerlebnis über alle Touchpoints hinweg zu schaffen, das den Bedürfnissen der Zielgruppe gerecht wird. Aus der Betrachtung des täglichen Lebens der Kunden und somit Identifizierung von Herausforderungen und Frustrationsmomente der Kunden ergibt sich der Input für eine gezielte Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen. Zudem werden neue Wachstumspotenziale realisiert, Daten erhoben und somit nachvollziehbare Veränderungen im Verhalten von Kunden und der Zufriedenheit an einzelnen Touchpoints gemessen. Eine fertiggestellte Customer Journey Map hilft, das Verhalten eines Kunden im Kaufentscheidungsprozess in Abhängigkeit des jeweiligen Kontaktpunktes besser nachvollziehen zu können. Die Visualisierung der Touchpoints und Interaktionen deckt Unstimmigkeiten bei der Abstimmung geplanter Kundenerlebnisse auf und bildet die Basis, suboptimale Erlebnisse im nächsten Schritt zu verbessern. Für eine optimale Ausgangssituation ist die Erstellung von Buyer-Personas und Zielgruppensegmenten zu empfehlen, auf deren Basis die individuellen Wege der Customer Journey Map aufgezeichnet werden. Das Customer Journey Mapping ist ein wirkungsvolles Instrument, um die Erlebnisse des Kunden mit einem Unternehmen zu gestalten und den Herausforderungen des digitalen Zeitalters gerecht zu werden.

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group



Stephan Klöckner
Senior Manager
CINTELLIC Consulting Group



Kontakt

Bequem per E-Mail an info@cintelllic.com

Oder besprechen Sie mit uns Ihr Anliegen persönlich via Online-Meeting / Rückruf. [Online-Terminvereinbarung](#).



Cintelllic GmbH
Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 65 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

CINTELLIC zählt zu den führenden Consultants in Deutschland.



Karriere bei CINTELLIC

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!
www.cintelllic.com/stellenangebote/