



WELCOME LETTER FROM DOTT

ANDY POLAINE
HOCHSCHULE LUZERN

I had travelled for 13 hours on five different trains from Germany to Cornwall in the UK to present at a conference. Tired and late, I arrived at the hotel and was presented with a beautifully hand written welcome letter from the conference organiser. She had really understood what it feels like to be in my shoes at that time and it set the tone for the rest of the experience.



THE DESIGNFUL COMPANY

CORNELIA FLOIMAYR
A1 TELEKOM AUSTRIA

The designful company –
How to build a Culture of Nonstop
Innovation

Autor: Marty Neumeier

Alles was man über Customer Experi-
ence Design wissen muss - unterhalt-
sam, knackig, hands on. Die perfekte
Urlaubslektüre!



VERSICHERUNG: SCHADENSBEISPIEL EINES KUNDEN

FULVIO ELIA
AXA WINTERTHUR

Aufzeigen, wie Kundenbedürfnisse ernst genommen werden, um die Dienstleistung zu verbessern.



MULTIMEDIALE ANWENDUNGEN ALS TEIL DER CX IM RETAIL

TILLMANN SPOHR

*

Aufgrund des sich stark beschleunigenden Wandels in unserer Welt als Konsumenten, habe ich mich gefragt wo liegen die nächsten - aber auch nahen - Meilensteine: diese liegen sicherlich in der zunehmenden Integration von Web- und Multimedia Anwendungen. Insbesondere die Gruppe der „Digital Natives“ erwarten eine Wii Experience auch beim Shopping. This future is now!

WWW.YOUTUBE.COM/WATCH#V=JDIOFNCAOCK&FEATURE=RELATED



GARDENA TURBINEN- VERSENKREGNER T380

LUKAS ACKERMANN
UNIVERSITÄT ST. GALLEN/ETH ZÜRICH

Um meine wenigen Quadratmeter Rasen bequem zu bewässern, habe ich geplant, gekauft, noch mehr gekauft, geschwitzt, den Rasen aufgerissen, ... und mich zum Schluss spitzbübisch gefreut.



MILCHTÜTE

SIMON BLAKE
HPI SCHOOL OF DESIGN THINKING

Eine Milchtüte, die mir beim alltäglichen Öffnen jedesmal eine persönliche Niederlage bereitet: Bisher habe ich es nicht geschafft, die Tüte zu öffnen, ohne Milch zu verschütten. Das heisst jedesmal Küche putzen, wenn ich eine Milchtüte öffne. Liegt es daran, dass ich zu ungeschickt bin, oder ist das Öffnungssystem schlecht gestaltet?



DID YOU KNOW? TECHNOLOGY.

ISABELLE HALLER
SWISSCOM

Autor: Karl Fisch/Scott McLeod/Jeff
Bergmann

Wenn es ein B.G. (before Google) gab,
müsste es auch ein A.G. (after Google)
geben... oder nicht?

WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=MMZ5QYBKSVM



PERSÖNLICHE KUNDENAKQUISE

SAMY LIECHTI
BLACKSOCKS

Die persönliche Ansprache wird immer seltener. Direct Marketing, Newsletter und ähnliches sind Usus.



KUNDENBETREUUNG HILFT VIA REMOTE CONTROL

MELANIE STÄHLER
VODAFONE

Ich hatte neulich ein Problem mit meinem Handy, ich konnte plötzlich keine E-Mails mehr empfangen. Ich rief die Kunden-Hotline an und mir wurde sofort und schnell geholfen. Ich erlaubte dem Kundenbetreuer den Zugriff auf mein Handy und er richtete alles so ein, dass es wieder funktionierte. So konnte er mir auch direkt zeigen, wie es geht.



BRAND EINS: WIE ES EUCH GEFÄLLT

DENIS DE MESMAEKER
ORELL FÜSSLI WIRTSCHAFTS-
INFORMATIONEN/ROMANZINI

Verlag: brand eins – Wirtschaftsmagazin

Um den Bericht von Heft 03 / 2010
S. 124. Es geht darum, dass ein Produzent
von Schallplatten den Kunden von
Anfang an die Produktion einbezieht.
Es wird erzählt, was bei diesem einmaligen
Versuch geklappt hat, was nicht
welche Erfahrungen er damit gemacht
hat.



SPEEDPORT W 503 V

**MELANIE WELLMANN
DEUTSCHE TELEKOM**

Das Fundstück wurde in den letzten Monaten angepasst, um die Customer Experience deutlich zu verbessern.

Z.B.:

- Installation: Kabel in unterschiedlichen Farben, um die Zuordenbarkeit für den Kunden zu vereinfachen.
- Betrieb: Reduktion auf das Wesentliche. Tasten am Gerät haben nur noch eine Funktion. Die Kurzanleitung verbessert das Installationserlebnis.



PATAGONIA FOOTPRINT CHRONICLES

CHRISTINA HALL
SAP

Kunden haben Transparenz: Patagonia Footprint Chronicles

Konsumenten haben oft nicht die Information die sie brauchen, um umweltbewusst und sozialgerecht einzukaufen. Patagonia offenbart nicht nur was sie gut machen oder schlecht machen, sondern laden Kunden ein zur Verbesserung beizutragen.

LINK: [HTTP://WWW.PATAGONIA.COM/WEB/EU/CONTRIBUTION/PATAGONIA.GO?ASSETID=35684](http://www.patagonia.com/web/eu/contribution/patagonia.go?assetid=35684)



FORERUNNER 405

NICOLE BRANDES
PHONAK/SONOVA

Der Forerunner 405 von Garmin in Verbindung mit Connect.Garmin verbindet alles was ambitionierte Läufer suchen: Die messen gerne, die sammeln Kilometer, Höhenmeter und Durchschnittswerte, sie verfolgen den Fortschritt und teilen dies gerne mit Gleichgesinnten. Dies kompakt, leicht und einfach zu bedienen.

[HTTP://CONNECT.GARMIN.COM/DASHBOARD](http://connect.garmin.com/dashboard)



WERBEGESCHENK MIETERVERBAND DES KANTON BERN

PATRIC VIFIAN
SWISSCOM

Werbegeschenk in Form einer
Hustentabletten-Schachtel
des Mieterverbandes Kanton Bern

In einer sehr witzigen und überraschen-
den Form werden Mietern Informatio-
nen rund um die Rechte von Mietern
vermittelt sowie neue Mitglieder ange-
wonnen.



GARTENFEST MAL ANDERS

CORNELIA BRAUER
PHONAK/SONOVA

Customer Experience auch mal im Privatbereich. Es gibt Einladungen und Einladungen. Diese «Einladung» zu einer Gartenparty besticht durch Originalität und schafft Vorfreude auf das bevorstehende Fest. Die Gäste werden bereits im Vorfeld eingebunden.

[HTTP://ROGERUNDNIKI.BLOGSPOT.COM/](http://rogerundniki.blogspot.com/)



PERSONAL SHOPPING IN HUGO BOSS STORES

MATTHIAS HÜSGEN
VODAFONE

Hugo Boss bietet in eigenen Shops über den Shop-Locator ein Personal Shopping an. Personal Shopping heisst: Vereinbarung eines konkreten Termins für ein persönliches betreutes Shopping-Erlebnis über eine Eingabemaske. Schön und einfach gestalteter Premium-Service und eine klare Differenzierung zum Shopping Erlebnis im Kaufhaus.

[HTTP://WWW.HUGOBOSS.DE/](http://www.hugoboss.de/)



THE FUN THEORY

**VERENA GÖLKE
SULZER**

Das Fun Theory Projekt zeigt auf eindruckliche Weise wie man alltägliche Interaktionen zu einem Erlebnis werden lassen kann, das Menschen bewegt. Spannend zu überlegen, wie man das auf den eigenen Business Kontext übertragen könnte.

WWW.THEFUNTHEORY.COM



MIGIPEDIA

BEN PROSKE
MIGROS

Migros öffnet sich ab Juni dem Kundendialog auf der Informations- und Austauschplattform MIGIPEDIA. Konsumenten können Migros-Produkte bewerten und kommentieren. Die Kundenmeinung soll dabei - ohne Zensur - im Vordergrund stehen.

BETA.MIGIPEDIA.CH



STROMER

NICO CASTAGNA
SWISSCOM

Ulkige E-Bikes für die Ü65-Bevölkerung?
Nein, da bist du hier falsch! Ich verkörpere die moderne urbane Mobilität in ansprechendem und individuellen Design, gekoppelt mit einer prise Ökostrom, persönlichem Mechaniker und Fahrtwind bei 40km/h. Teste mich!

BETA.MIGIPEDIA.CH



KEEP IT SIMPLE

JULIA URBAHN
SWISSCOM

Keep it simple — Das Lied von der Glocke: «Loch gegraben, Bronze rin, Glocke fertig. Bim bim bim!»

Nein, ich bin kein Kulturbanause (oder vielleicht doch?). Aber diese Kurzversion von Schillers Lied von der Glocke repräsentiert die Swisscom-Werte Einfachheit und Lebensfreude ganz gut. Ein Wermutstropfen allerdings: Eventuell hat in diesem Fall die Qualität gelitten...



BLS DESTINATION LÖTSCHBERG

MICHAEL FLASCHKA
PRICEWATERHOUSECOOPERS

Eindrückliches (und erfolgreiches) Beispiel, wie sich ein Bahnunternehmen anhand einer attraktiven Destination resp. dem zu erzielenden Kundenerlebnis neu positioniert. ‚Eifach amächlich‘ :-)

WWW.LOETSCHBERGER.CH



BUILDING GREAT CUSTOMER EXPERIENCE

ANNIKA RINER
BASLER VERSICHERUNGEN

Autor: Colin Shaw

Dies ist das erste Buch, bei dem ich das Gefühl hatte, es geht wirklich um Customer Experience, um das Erlebnis des Kunden mit einer Firma ... und nicht nur mit einer Marke. Dieses Buch hat mich dazu inspiriert wirklich anders zu denken.



TRIBE

PASCAL SCHLUECHTER
BANQUE CANTONALE VAUDOISE

Autor: Seth Godin

Seth Godin zeigt in seinem Buch wie wichtig die Experience in einer Beziehung ist und wie die Beziehung aufgebaut werden kann. Es ist für mich eines der Top Bücher 2009.

..



JOVOTO: MARKTPLATZ FÜR KREATIVE KOMPETENZEN

MEIK SCHNEIDER
SWISSCOM

jovoto ist ein Marktplatz für kreative Konzepte. «Wir bringen die, die Ideen haben, mit denen zusammen, die Ideen suchen - auf faire Art, die Spaß macht.» Das sagen die Betreiber über sich selbst. Tatsächlich scheint der Mix aus Social Community und «Handwerker-Börse für Kreative» sehr gut anzukommen.

WWW.JOVOTO.COM/



FORESIGHT METHODS CARDS

BERNHARD SCHINDLHOLZER
**CUSTOMER EXPERIENCE LABS/
UNIVERSITÄT ST. GALLEN**

Eine Sammlung von Methoden, die am Institut für Foresight & Innovation an der Universität Stanford entwickelt wurden. Während sich Design Thinking mit dem nächsten Produktlebenszyklus beschäftigt, geht Foresight Thinking 2-5 Lebenszyklen in die Zukunft. Dadurch können strategische Fragestellungen besser adressiert werden.



SEALIFE KONSTANZ: TICKETS ZUHAUSE AUSDRUCKEN!

DANIEL MUTHER
ZÜRCHER KANTONALBANK

Customer Experience lebt auch von Mund zu Mund Propaganda: Dieses Erlebnis spart Besuchern des Sealife Konstanz Zeit und Nerven (vor allem nützlich für Familien mit kleinen Kindern).



START WITH WHY: HOW GREAT LEADERS INSPIRE ACTION

ANJA FEHLAU
SAP

«Start with why» – Jedes Unternehmen weiß, WAS es macht. Die meisten wissen, WIE sie es machen. Aber nur wenige wissen, WARUM sie es machen. Letztere Unternehmen jedoch inspirieren und führen. Das WARUM – der Glaube an die Sache und die «Daseinsberechtigung» eines Unternehmens, eines Produkts oder eines Services – sollte im Zentrum eines jeden Customer Experience Designs stehen.

WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=U4ZOJKF_VUA



BOSE LIFESTYLE® V-CLASS®

**LISA ECCLESIE
SWISSCOM**

Ich bin ein Fan von Bose. Dies weil sie es als Unterhaltungstechnik - Spezialisten schaffen, höchste Tonqualität in einfachster anwendbarer Technik anzubieten. Bose involviert ihre Kunden im Design aktiv mit und schafft es so der Zeit voraus neue Technologien auf den Markt zu bringen. Das Bose Lifestyle V-Class Gerät vereint für mich höchste Funktionalität mit Einfachheit - eine wahre Freude :-).



STADTRAD

MANJA LIEBRENZ
ERGO VERSICHERUNGSGRUPPE

Ein Rad - ein StadtRAD in Hamburg.
Einfach aufsteigen und abfahren! Das
StadtRAD ist spontan und individuell
mobil. Ob als Berufstätiger, Freizeitleiter
oder Tourist erfährt man Hamburg auf
eine besondere Art und Weise – ganz nah
am Puls der Stadt. Es gibt jede Menge
Leihstationen im gesamten Stadtgebiet
und man kann das Rad rund um die Uhr
auszuleihen und wieder abzugeben –
so einfach, wie Fahrradfahren selbst.

WWW.STADTRADHAMBURG.DE/KUNDENBUCHUNG



NEWTON/IPAD ADS

CHRISTIAN HÜBSCHER
ZÜRCHER KANTONALBANK

Spannend finde ich, dass die Videos u.a. zeigen, wie stark (langfristig) die Vision von Apple wirkt, wie konsequent Jobs dahingehend ist (er hat Newton abgeschossen, als er zurück zu Apple gekommen ist) und wie sie das ganze dann (mit Augenzwinkern o.ä.) via diese Werbung in der Kommunikation mit den Kunden wieder aufnehmen. Hier sind mE sehr viele Ebenen von CX auf engstem Raum sichtbar.

[HTTP://TECH.FORTUNE.CNN.COM/2010/05/13/
IPAD-AD-APPLES-HOMAGE-TO-THE-NEWTON/](http://tech.fortune.cnn.com/2010/05/13/ipad-ad-apples-homage-to-the-newton/)



NEW YORKER

ROGER KIRBY
SWISSCOM

Verlag: Conde Naste

Ein sehr angenehme Magazin zu lesen weil... 1. Inhalt ist unterschiedlich und interessant. 2. Minimale Werbungen. Man kann sie fast ignorieren. 3. Witzige Comics. 4. Sehr informative Leserbriefe. 5. Angenehmes Layout und Typographie. 6. Sehr gute Book Reviews. Insgesamt ein Vergnügung zu lesen.



POSTFINANCE SPRÜNGLI TRUFFES

PATRIC MARCHAND
POSTFINANCE

Die grösste Kundenbindungsmassnahme (ohne Sales-Absichten) von PostFinance mit Sprüngli Truffes löste eine überwältigende Flut von emotionsgeladenen Schreiben aus.



LESEGERÄT FÜR E-FINANCE-LOGIN

BENJAMIN MÜLLER
POSTFINANCE

Das gelbe Kästli prägt seit drei Jahren das Kundenerlebnis im Online-Banking von PostFinance. Das Kundenurteil: unpraktisch, aber sehr, sehr sicher. Convenience und Sicherheitsempfinden stehen bei Finanzdienstleistungen oft in einem Spannungsfeld.



DIGITAL UX STRATEGIES – A ROADMAP FOR THE POST 2.0 WORLD

MARKUS MUND
SWISSCOM

Digitale User Experience wird die Kernkompetenz moderner Technologieunternehmen werden müssen. Die betrifft dann mehr als nur den Webauftritt oder einzelne Applikationen, sondern muss in die Gesamt-DNA der Organisation einfließen. Dies ist eine enorme Herausforderungen für traditionelle Unternehmen.



INNOCENT DRINK - SMOOTHIE

ELISABETH GOGG
A1 TELEKOM AUSTRIA

innocent schafft einen Dialog mit den EndverbraucherInnen, der einfach bewegt und zum Schmunzeln anregt. Dadurch trinkt sich der Smoothie noch leichter und schmeckt um einiges besser als die Konkurrenz.



BUSINESS STRIPPED BARE (AUDIOBOOK AUF I-PHONE)

LOURDES MARTINS
SWISSCOM

Author: Richard Branson

Richard Branson ist ein Weltklasse-
Entrepenuer. Er hat den Virgin Brand
einfach «gestreched» in so viele diverse
Geschäfte (Airlines, Musik, usw.).
Dennoch ist er immer der Virgin Brand
Customer Experience treu geblieben –
inspirierend!



DAS AUTO ALS GESCHENK

NICOLE KNUCHEL
SWISSCOM

Das Erlebnis, als ich mein neues «kleines» Auto gekauft habe, war ganz riesig! Die Garage schaffte es, mich dermassen zu überraschen, dass ich niemals auf die Idee käme, mein Auto für einen Service einer anderen Garage anzuvertrauen.



IWC IPHONE APPLIKATION

MARC PARMENTIER
COMPARIS.CH

Das Fundstück schafft echten Mehrwert: Der potentielle Kunde sieht nicht nur die Uhren im Katalog, sondern kann eine IWC Uhr direkt am eigenen Handgelenk erleben. Dies bedeutet eine wichtige Pre-Sales Hilfestellung für den Kunden und positioniert gleichzeitig die Marke IWC als Trendsetter.



DRAG QUEEN

MARKUS HOHL
TELEFONICA O2 UK

Dragging a reluctant audience from a passive «I am just watching, I know all about it anyway» to participation and actively creating the experience. The audience only came to watch but if they had just watched the Drag Queen's performance would have been not very interesting. Gradually getting everyone to participate ended up in a great experience for all - key for CX design.