

Diese 5 Faktoren beeinflussen Ihre Churn-Rate

Was bedeuten die Begriffe Churn und Churn-Rate?

Der Ausdruck Churn wird in der Geschäftswelt häufig verwendet, aber was ist damit genau gemeint? Wenn wir von Churn sprechen, meinen wir damit die Kundenabwanderung. Diese Verlustrate bezeichnet die Entscheidung von Kunden, ihre Verbindung oder Geschäftsbeziehung mit einem Unternehmen zu beenden. Die Churn-Rate ist ein Indikator für den Anteil an Kundenverlusten über einen spezifisch messbaren Zeitraum. Es ist daher sehr wichtig, dass Sie Ihre Churn und Churn-Rate kennen, um einen Einblick in die Entwicklung Ihres Unternehmens zu erhalten.

Eine hohe Churn-Rate deutet darauf hin, dass Ihre Kunden mit Ihrem Unternehmen nicht zufrieden sind, wodurch wichtige Aufträge verloren gehen können. Wenn Sie besser verstehen, was Ihre Churn und Ihre Churn-Rate beeinflusst, bauen Sie langfristig bessere Kundenbeziehungen auf. Folgende Faktoren könnten sich möglicherweise auf Ihre Churn auswirken.

1

Schlechter Kundenservice

Schlechter Kundenservice ist eine der Hauptursachen für eine zunehmende Churn-Rate in Unternehmen. Alle Kunden erwarten einen schnellen und effizienten Service, und wenn sie diesen nicht erhalten, werden sie mit hoher Wahrscheinlichkeit zu einem Anbieter mit besserer Dienstleistung wechseln. In der heutigen Gesellschaft haben Kunden wesentlich mehr Auswahlmöglichkeiten, und das wissen sie auch!

Es besteht die Möglichkeit, den Kundenservice mit einem CRM-System zu verbessern und die Kundendienstmitarbeiter darin schulen, wie sie dieses für eine gesteigerte Kundenzufriedenheit einsetzen können. Durch das Sammeln und Dokumentieren von negativem Kundenfeedback haben Sie die Chance, Lösungen zur Behebung des Problems zu implementieren und somit die Churn-Rate zu senken.

2

Geringer Anpassungsgrad

Die Fähigkeit, ein Produkt oder eine Dienstleistung individuell anzupassen, hat im heutigen Geschäftsumfeld zunehmend an Bedeutung gewonnen. Kunden erwarten von Unternehmen Verständnis und maßgeschneiderte Lösungen für ihre Bedürfnisse. Wenn der Kunde das Gefühl hat, dass ein Unternehmen seine Erwartungen nicht erfüllt, wird er sich mit großer Wahrscheinlichkeit für einen anderen Anbieter entscheiden.

Durch die kontinuierliche Erfassung von Kundendaten in Ihrem CRM wird es wesentlich einfacher, die Kundenanforderungen, die an Ihr Unternehmen und Ihr Angebot gestellt werden, zu erfüllen. So erhalten Sie Einblick in die Bedürfnisse Ihrer Kunden und sind in der Lage, Ihr Angebot leichter anzupassen.

3

Fehlende Kundenkommunikation

Eine aktive Kundenkommunikation ist für den Aufbau einer dauerhaften Kundenbeziehung unerlässlich. Wenn Sie nicht aktiv mit Ihren Kunden kommunizieren, könnten Sie und Ihr Unternehmen leicht in Vergessenheit geraten. Denn welche Wertschätzung empfinden Sie wohl als Kunde, wenn das Unternehmen, mit dem Sie Geschäfte machen, Sie nie kontaktiert?

Bauen Sie Kundenbeziehungen einfacher mithilfe eines CRM-Systems auf. Sie können alle wichtigen Kundeninformationen im CRM-System speichern und somit jederzeit die komplette Kommunikation mit den Kunden nachvollziehen. Hat jemand Geburtstag oder ist in einem Unternehmen etwas Bedeutsames vorgefallen? Nutzen Sie die Informationen in Ihrer Kundenkommunikation zur Vertiefung der Beziehung. Bessere Kundenbeziehungen senken Ihre Churn-Rate, das versprechen wir!

4

Die Benutzerfreundlichkeit ist nicht optimal

Das angebotene Benutzererlebnis ist ein wichtiger Faktor zur Beeinflussung Ihrer Churn und Ihrer Churn-Rate, insbesondere wenn Ihr Unternehmen im B2C-Bereich tätig ist. Kunden erwarten eine nahtlose und benutzerfreundliche Bedienung, und wenn es dabei zu Hindernissen kommt, beeinträchtigt dies ihre Wahrnehmung gegenüber dem Unternehmen sowie dem Produkt. Je mehr Hindernisse vorhanden sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass Kunden zu einem anderen Anbieter wechseln.

Schaffen Sie ein verbessertes Nutzererlebnis, indem Sie jene Hindernisse herausfiltern, auf die Kunden im Laufe ihrer Customer Journey stoßen können. Gibt es eine Möglichkeit, das Erlebte zu verbessern, um Barrieren abzubauen?

5

Sind Ihre Preise angemessen?

Kunden sind und bleiben sehr preisbewusst, insbesondere wenn die allgemeine Wirtschaftslage angespannt ist. Für Unternehmen, die im B2C-Sektor tätig sind, ist dies besonders spürbar, da jene Kunden häufiger auf Preise achten. Die meisten Kunden erwarten einfach ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis!

Verringern Sie Ihre Churn durch die genaue Untersuchung der Preise Ihrer Mitbewerber. Kann Ihr Unternehmen mit den Angeboten der Konkurrenz mithalten oder sind Sie zu teuer? Manchmal lässt sich am Preis nichts machen. Doch was können Sie Ihren Kunden stattdessen anbieten? Ergänzen Sie Ihr Angebot einfach mit anderen Werten, wie zum Beispiel einem unschlagbaren Kundenservice!

Wie lässt sich Churn reduzieren?

Damit Ihr Unternehmen erfolgreicher wird und expandieren kann, ist es wichtig, einige der Faktoren zu verstehen, die sich auf Ihre Churn auswirken können.

Ein unzureichender Kundenservice, ein schlechtes Produkt, hohe Preise, keine Möglichkeit der kundenspezifischen Anpassung usw. sind zusammengefasst Beispiele für Punkte, welche die Churn beeinflussen. Einige der Gründe für Churn sind allgemeiner Natur, andere wiederum eher branchenspezifisch. Durch den Aufbau engerer Kundenbeziehungen erkennen Sie einfacher die Ursache für hohen Churn, sodass Sie in Folge notwendige Gegenmaßnahmen einleiten können.

Mithilfe eines CRM-Systems besteht die Möglichkeit, Kundendaten zu analysieren und anhand der gewonnenen Erkenntnisse Maßnahmen zur Trendwende einzuleiten. Seien Sie proaktiv und beheben Sie Fehler direkt nach ihrer Entdeckung, nicht erst, wenn es zu spät ist, denn nur so kann Ihr Unternehmen im Laufe der Zeit weiter wachsen!

?

Sind Sie neugierig, was ein CRM-System für Ihr Unternehmen und Ihre Churn tun kann? Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen, wir helfen Ihnen gerne dabei, den nächsten Schritt in Ihren Kundenbeziehungen in Angriff zu nehmen!