Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

14.06. 2019

Schweizer Konsumenten räumen ethischem Handeln grossen Stellenwert ein

Von PPS

- 73 Prozent der Befragten Schweizer wünschen sich den Einsatz innovativer Technologien für bessere Kauferlebnisse
- 74 Prozent halten ethisches Handeln für wichtiger als noch vor einem Jahr

(Zürich)(PPS) **Salesforce, weltweit führender Anbieter von CRM-Lösungen, veröffentlicht bereits zum dritten Mal den «State of the Connected Customer Report» (bit.ly/31xmwoL), eine Untersuchung zum Kundenverhalten. Zentrales Ergebnis: Unternehmen müssen sich nicht nur im Hinblick auf ihre individuelle Kundenansprache neu erfinden, sondern die Kundeninteraktion ganzheitlich umgestalten. Gleichzeitig zeigt die Studie, dass Unternehmenswerte immer wichtiger werden und Kaufentscheidungen beeinflussen.**

Für die internationale Studie wurden über 8’000 Verbraucher und B2B-Einkäufer aus 16 Ländern befragt, darunter 535 aus der Schweiz. Die Erkenntnisse können Unternehmen dabei helfen, ihren Kundenerfolg zu steigern.

Kunden erwarten vernetzte, kanalübergreifende Erfahrungen

Die Salesforce Studie zeigt, dass die Erwartungshaltung von Kunden sich grundsätzlich geändert hat. 71 Prozent der Schweizer wünschen sich schnelle und

kanalübergreifende Erfahrungen, bei denen ihre Präferenzen über die unterschiedlichen Touchpoints hinweg bekannt sind und berücksichtigt werden. Überdies möchten 70 Prozent in Echtzeit mit Unternehmen kommunizieren.

Unternehmenswerte beeinflussen Kaufentscheidungen

Erstmals wurde in der diesjährigen Studie deutlich, dass Unternehmen nicht nur ethisch handeln und dabei das Wohl ihrer Mitarbeiter, Partner und Kunden im Auge haben, sondern sich aktiv für Gleichstellung, Philanthropie und Nachhaltigkeit engagieren sollten. Für 74% Prozent der Befragten hat die Bedeutung ethischen Handelns im Jahresvergleich zugenommen. 74 Prozent kaufen gezielt bei ökologisch nachhaltigen Anbietern ein. Auch interessieren sich immer mehr Menschen für die Einstellung von Firmen im Hinblick auf
Gleichberechtigung und Gleichstellung. Und viele entscheiden sich bewusst für Unternehmen, die sich sozial engagieren.

Vertrauen ist wichtiger denn je

Vertrauen ist seit jeher eine wichtige Grundlage von Kundenbeziehungen. Da sich gegenwärtig die Datensicherheitslücken häufen, wird die Vertrauensbildung immer wichtiger. Vier von fünf Personen (80%) in der Schweiz haben sich bereits von Unternehmen, die ihr Vertrauen missbraucht haben, abgewendet. Zudem glauben 69 Prozent, dass Unternehmen bezüglich der Nutzung persönlicher Daten nicht transparent genug sind. Weltweit gesehen sind Kunden der Meinung, dass Ehrlichkeit die wichtigste Voraussetzung für Vertrauen ist. Dabei dienen Sicherheit und Verlässlichkeit als Massstab für die Vertrauenswürdigkeit von Organisationen, dicht gefolgt von Transparenz, ethischem Handeln und Glaubwürdigkeit.

Kundenerwartungen treiben Innovation und digitale Transformation

Innovation wird sowohl durch neue Produkte als auch eine bessere Kundeninteraktion geprägt. Davon losgelöst ist die Messlatte für Innovationen höher denn je: Fast drei

Viertel (73%) der Kunden in der Schweiz erwarten von Unternehmen den Einsatz neuer Technologien für bessere Kundenerlebnisse. Treiber der digitalen Transformation wie KI, Spracherkennung und vernetzte Geräte haben steigenden Einfluss auf die Kundenerfahrung. 91 Prozent der befragten Millennials und 92 Prozent der Generation X in der Schweiz nutzen vernetzte Geräte. Ebenfalls ist mit 61% Prozent die Mehrheit gegenüber dem Einsatz von KI zur Verbesserung der Kundenerfahrung aufgeschlossen.

Der «State of the Connected Customer Report» wird weltweit anlässlich der Salesforce Connections 2019 (sforce.co/2K8RX0i) (17. bis 19. Juni in Chicago) veröffentlicht und steht bereits jetzt unter bit.ly/31xmwoL für Sie zum download bereit. Auf der Konferenz tauschen sich Marketing-, E-Commerce- und Serviceentscheider führender Marken zu Themen wie der digitalen Transformation und Kundennähe aus. Stephanie Buscemi, Chief Marketing Officer von Salesforce, wird auf der dortigen Keynote eine Reihe von Innovationen im Produktportfolio des Unternehmens vorstellen.

Über den State of the Connected Customer Report

Die Studie enthält Daten aus 16 Ländern in Europa, Nordamerika und dem Asiatisch-Pazifischen Raum: Australien, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Hongkong, Indien, Irland, Italien, Japan, Kanada, Neuseeland, Schweiz, Singapur, Spanien, Thailand und USA. Kulturell bedingte Verzerrungen beeinflussen die Ergebnisse/können die Ergebnisse beeinflussen.

Weitere Informationen
• Blog «The New Rules of Customer Engagement: Key Trends from Global Research» (https://sforce.co/2KeIBDb) von Vala Afshar, Chief Digital Evangelist bei Salesforce.
• Download «State of the Connected Customer Report»: https://bit.ly/31xmwoL

Über die Organisation:

Über Salesforce
Salesforce, die Customer Success Platform und der weltweit führende Anbieter von Customer Relationship Management (CRM)-Software, ermöglicht Unternehmen, sich in einer komplett neuen Art und Weise mit ihren Kunden zu vernetzen. Weitere Informationen zu salesforce.com (NYSE: CRM) zu finden unter salesforce.com/de.

Pressekontakt:

Salesforce.com Germany GmbH
Erika-Mann-Str. 31
80636 München

Kategorie
Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/schweizer-konsumenten-raeumen-ethischem-handeln-grossen-stellenwert-ein*