

NÄHER AM KUNDEN

CRM IN DER TRANSFORMATION

Soziale Medien, mobile Kommunikation, Business Analytics oder Embedded Devices – die Digitale Transformation hat uns schon längst erreicht und Unternehmen nutzen immer mehr Kanäle, mit denen sie die Kundenansprache, den internen Betrieb und sogar ihre Geschäftsmodelle verändern können. Einen Mehrwert haben viele jedoch noch nicht daraus ziehen können, weil sie sich nicht rechtzeitig und auf die richtige Art und Weise auf die Digitale Transformation eingestellt haben. Worauf müssen Unternehmen achten, wenn sie ihr Customer Relationship Management (CRM) an die neue digitale Welt anpassen wollen?

WAS IST DIE DIGITALE TRANSFORMATION?

Die Digitale Transformation bezeichnet zum einen den technologischen Wandel durch neue digitale Technologien wie soziale Medien, mobile Kommunikation und Business Analytics. Zum anderen bezieht sich die Transformation auf die Veränderung des Fundaments jedes Unternehmens in seiner Strategie, Struktur, Kultur und seinen Prozessen durch Potenziale digitaler Medien. Die Folge der Digitalen Transformation ist die durchgängige Vernetzung aller Wirtschaftsbereiche und die Anpassung der Akteure an die neuen Gegebenheiten der digitalen Ökonomie. Dies betrifft u. a. Entscheidungen in vernetzten Systemen wie Datenaustausch und -analyse, Berechnung und Bewertung von Optionen sowie die Initiierung von Handlungen und Einleitung von Konsequenzen.

WAS ZEICHNET DAS DIGITALE ZEITALTER AUS?

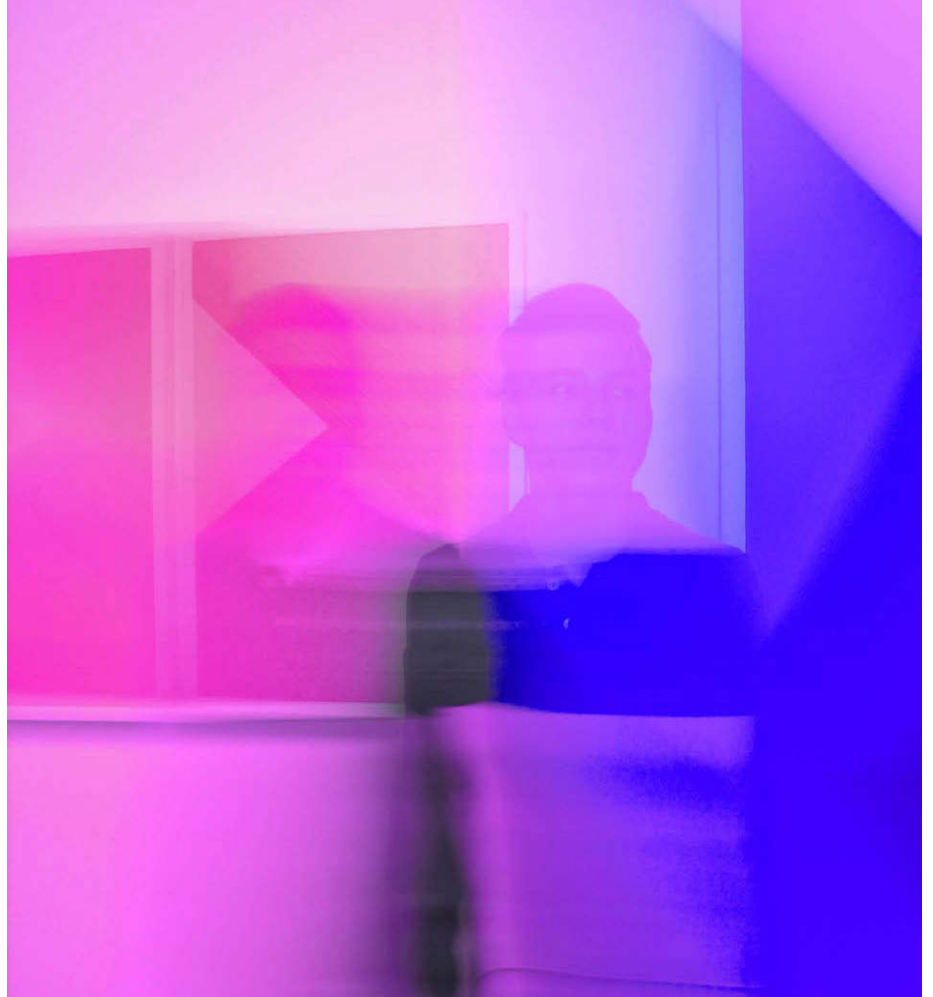
Das digitale Zeitalter beschreibt einen Umbruch – ausgelöst durch die Digitalisierung – der laut Experten ähnlich viele Lebensbereiche betrifft wie die industrielle Revolution ab der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts. Ein wesentliches Merkmal dabei ist die Digitalisierung der weltweit gespeicherten Informationsmenge. Denn im Jahr 1993 waren schätzungsweise nur drei Prozent der Informationsspeicherkapazität digital. Im Jahr 2007 war sie bereits auf 94 Prozent angestiegen. Durch Smartphones mit GPS-Signal können Personen genauestens lokalisiert werden. Dadurch können Location Based Services anhand des Standortes des Nutzers verschiedene Angebote bereitstellen. Die Geschwindigkeit der Entwicklung neuer Technologien ist sehr schnell, sodass Geräte nach kurzer Zeit nicht mehr dem State-of-the-Art entsprechen. Informationen sind einfach zu jeder Zeit und überall zugänglich. Auch Netzwerke oder Produkte können überall abgerufen werden. Dadurch, dass Kunden jederzeit erreichbar sind, können auch stets relevante Angebote abgegeben werden. Gleichzeitig können Nutzer Produkte und Dienste nutzen, wann immer sie wollen.

MÖGLICHKEITEN UND RISIKEN DER DIGITALEN TRANSFORMATION FÜR UNTERNEHMEN

Die Digitale Transformation bringt den Unternehmen die Möglichkeit der Interaktion in Echtzeit, sodass diese live auf Kundenwünsche reagieren, mit dem Kunden kommunizieren oder

Kampagnen initiieren können. Die GEDYS IntraWare löst dies z.B. unter anderem, mit dem Modul Service. Dies unterstützt das Change Management mit der strukturierten Planung, Durchführung und Überwachung von Änderungen – sei es in der IT, Organisation oder bei Prozessen. Zudem werden Kunden dank des Self Services direkt in die Wertschöpfungskette eingebunden, sodass das Service Center nicht zu bestimmten Zeiten erreichbar sein muss, damit Kunden Hilfe bekommen. Stattdessen wird die Hilfe genau dann angeboten, wenn der Kunde sie benötigt – rund um die Uhr. Self Services oder auch Selbstbedienungstechnologien sind die technischen Kommunikationsmöglichkeiten, die deren Benutzer (meist Kunden) dazu befähigen, selbständig eine Dienstleistung in Anspruch zu nehmen und stellen somit eine Schnittstelle zwischen ihnen und dem Anbieter (meist Unternehmen) dar.

Außerdem können Unternehmen durch neue digitale Produkte oder Services einerseits ihre Umsätze erhöhen, Kosten reduzieren und zugleich die Effizienz im Unternehmen durch eine produktivere Produktion steigern. Andererseits können sie auch die User Experience verbessern, sodass sich die Kundenbindung verstärkt. Es ist wichtig, den potenziellen Kunden an allen Anknüpfungspunkten bestmöglich abzuholen. Auf diese Weise kann z.B. ein Online Shop, dem Kunden entsprechende Produktvorschläge aufzeigen, die auch dem individuellen Geschmack des Kunden entsprechen. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass Unternehmen digitale Trends und Möglichkeiten besser durchdringen und ihr Verständnis für diese ändern.



GEDYS IntraWare GmbH
Die fortgeschrittene Digitalisierung bietet heute Unternehmen sämtlicher Branchen die Chance, sich Märkte oder Marktsegmente neu zu erschließen. Dies erfordert revolutionäre Ideen, kreative Lösungswege und neuartige Technologien. Als Software-Entwickler der ersten Stunde sehen wir uns dabei als engagierten, erfahrenen und kompetenten Partner. Mit unseren innovativen CRM-Produkten unterstützen wir weltweit Kunden auf Ihrem individuellen Weg Richtung Industrie 4.0. Der Erfolg unserer Arbeit spiegelt sich in der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit 30 Partnern, 3.600 installierten Produkten und 400.000 verkauften Lizenzen wieder.

Gleichzeitig muss ein Unternehmen seine traditionell geprägten Geschäftsmodelle an die agilen und innovativen Modelle führender digitaler Unternehmen anpassen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Schwierigkeit daran ist, die neuen Anforderungen in Einklang mit der bisherigen Unternehmensstruktur zu bringen. Auch bestehende Wertschöpfungsketten müssen überdacht und neu konzipiert werden, denn durch neue Daten, die stärkere Vernetzung und die digitale Automatisierung würden alte Wertschöpfungsketten mit Inputs überladen werden, sodass die Effizienz darunter leiden würde.

WELCHE ROLLE SPIELT CRM BEI DER DIGITALEN TRANSFORMATION?

Der bereits erwähnte Wandel durch die Digitale Transformation hat auch erhebliche Auswirkungen auf das Kundenmanagement, denn das Verständnis von der Beziehung zu relevanten Stakeholdern ändert sich ebenfalls: Dadurch, dass unabhängig von Zeit und Raum Kunden und Geschäftspartner – auch mobil – auf den medialen Plattformen vertreten sind, verändert

sich deren Kommunikationsverhalten. Die Erwartungshaltung gegenüber Unternehmen wird gesteigert, sodass Produkte ebenfalls unabhängig von Zeit und Raum verfügbar sein sollen. Es soll genau dann, wenn das Bedürfnis des Kunden vorhanden ist, auch eine Lösung bereitgestellt werden. Davon sind sowohl B2B als auch B2C CRM betroffen.

Aus diesen neuen Anforderungen ergibt sich für die Unternehmen wiederum die Chance, eine engere Bindung der Kunden zu erreichen, indem sie das Angebot zu einem individuellen Zeitpunkt über einen individuellen Kanal platziert. Vorausgesetzt ist dabei die Fähigkeit der Firma, sich in den Kunden hineinzuversetzen, um weder zu wenig Angebote abzugeben, noch den Kunden mit diesen zu überhäufen. Die Digitale Transformation liefert neue Geschäftschancen und erfordert neue Geschäftsmodelle sowie die Neuausrichtung der Kommunikation in Marketing, Vertrieb und Service. Unternehmen müssen ihre Strukturen, Strategien, Prozesse und Kultur anpassen, um im digitalen Wandel mithalten zu können. ■