

What's next



Enterprise

Die digitale Transformation neu denken

In der digitalen Transformation entwickelt sich das Kunden-Engagement rasant: Wer nicht mithalten kann, fällt zurück. Dabei ist es aber noch nicht zu spät. Unser Leitfaden soll Unternehmen unterstützen, sich auf dem Weg der digitalen Transformation zurechtzufinden. Mit der richtigen Strategie überdauern Sie nicht nur die digitale Revolution der sich ständig wandelnden Kundenerfahrung, sondern können daran wachsen und sich weiterentwickeln.

Sylvia Lohr

Posted 29 Oktober 2019



Viele Unternehmen kämpfen mit der digitalen Transformation. Dabei könnte alles so einfach sein: Raus mit dem Alten und rein mit dem Neuen. Wäre das nicht schön? Jeder weiß, dass Wandel so nicht funktioniert. Egal, ob Großunternehmen, Betrieb oder Regierungsbehörde, man kann nicht einfach alte Technik ausrangieren und eine Software installieren, die auf magische Weise alles zum Besseren verändert.

Ein Blick in Ihren Kundenservice offenbart, wie einschneidend diese Aufgabe sein kann. All die verwendete Hardware, Verteilertechnik, diverse Großgeräte, Kabel, Telefone und vieles mehr – oft vergraben unter einer dicken Staubschicht. Anlagen, die für den laufenden Betrieb benötigt werden – und deren Investition sich mitunter noch nicht amortisiert hat – und doch durch digitale Lösungen ersetzt werden sollten.

Schwierig ist auch die Tatsache, dass Sie Ihren Kundenservice nicht für ein paar Monate stilllegen und runderneuern können. Selbst wenn, müssen Sie vorher herausfinden, wie Sie all die neuen Technologietrends aufgreifen und umsetzen wollen, die wie Pilze aus dem Boden schießen: vom Messaging über Smart-Speakers bis hin zu Cross-Channel-Analyse der Kundenreisen.

Digitale Transformation für Kundenerfahrungen

Bevor Sie sich jedoch mit der eigentlichen Technologie-Umsetzung beschäftigen, gilt es, eine Reihe an Aspekten zu beachten, die Ihnen helfen, einen Plan zu formulieren, um bei der Umsetzung der digitalen Transformation voranzukommen. Lassen Sie uns einen kurzen Blick darauf werfen:

1. Unternehmenskultur und Kommunikation –

Stellen Sie vorab sicher, dass Ihr Führungsteam im Boot ist. Denn sie sind es, die letztlich all Ihre Pläne umsetzen müssen. Führen Sie und übertragen Sie Führungsaufgaben, nicht nur als Kontrollinstrument, sondern um funktionsübergreifende Teams auf das gemeinsame Ziel auszurichten und den Projektstatus im gesamten Unternehmen zu ermitteln und zu kommunizieren. Da es bei der digitalen Transformation letztlich um Innovation und kontinuierliche Prozessverbesserung geht, die auch immer ein gewisses Risiko birgt, schaffen Sie ein geeignetes Anreizsystem für Ihre Mitarbeiter, statt das von allen Beteiligten eingegangene Risiko stillschweigend zu tolerieren. Das motiviert und schafft Vertrauen.

2. Digitale Geschäftsstrategie –

Finden Sie die aktuellen Pain-Points anhand vorliegender Daten und leiten Sie Maßnahmen davon ab, die geeignet sind, diese Problempunkte zu verbessern.

Klassifizieren und priorisieren Sie diese und bewerten Sie zusammenfassend deren ROI, um die kritischsten Maßnahmen zu identifizieren. Überlegen Sie, wie Sie die Effizienz Ihres Kundenservices über Self-Service hinaus steigern können. Denken Sie z. B. auch an Ihre Kundendienstmitarbeiter und Support Agents und wie Sie deren Arbeitsalltag vereinfachen können.

3. Organisatorische Ausrichtung –

Auch hier sind, wie bei Punkt 2, Ihre Daten maßgebend. Sie werden benötigt, um fundiert Entscheidungen zu treffen und Finanzmittel für bestimmte Projekte zu bewilligen. Daten ermöglichen es Ihnen, zu Beginn eine konkrete Einschätzung der Ausgangssituation zu treffen, im weiteren Verlauf den Projektfortschritt zu überwachen und bei Bedarf anzupassen. Dabei ist ein hohes Maß an Flexibilität entscheidend, denn kein Projekt verläuft exakt wie geplant. Reagieren Sie deshalb frühzeitig auf Veränderungen, um unnötige Kosten zu vermeiden.

4. Omni-Channel-Roadmap –

Beginnen Sie einfach, in schnellen, aber kurzen Zyklen und verbessern und erweitern Sie schrittweise den Funktionsumfang. Rom wurde auch nicht an einem Tag erbaut und das sollte auch nicht das Ziel Ihrer Kundenbindungsstrategie sein. Wieder sind Daten Ihr bester Freund. Leiten Sie Kennzahlen ab, die Ihnen dabei helfen, den Überblick über das tatsächliche Geschehen zu behalten und um die Kundenerwartungen zu analysieren (z. B. welche Kommunikationskanäle sie bevorzugen). Vergessen Sie dabei zwei Dinge nicht: Ermitteln Sie zuvor deren Ausgangssituation, um Verbesserungen auch messbar zu machen. Kommunizieren Sie ferner die Verbesserungen gegenüber Ihren Kunden und Mitarbeitern; sie werden begeistert darüber sein!

Natürlich ist dies nur ein Überblick über den digitalen Transformationsprozess des Kundenservices. Es sind weitaus mehr Aspekte zu beachten, wobei einige direkt von Ihren individuellen Unternehmensanforderungen abhängen. In unserem Leitfaden erfahren Sie mehr darüber, was Sie beachten sollten, wenn Sie erstklassige Kundenerfahrungen anstreben, und wie Sie, Ihre Kunden und Ihre Mitarbeiter von diesem Weg profitieren werden.

Tags: [Digitale Geschäftsstrategie](#), [Digitale Transformation](#), [Kommunikation](#), [Kunden-Engagement](#), [Kundenerfahrung](#), [kundenservice](#), [Leitfaden](#), [Omni-Channel-Roadmap](#), [Organisatorische Ausrichtung](#), [Unternehmenskultur](#)

More Information



Laden Sie sich jetzt unseren Leitfaden zur digitalen Transformation herunter.

Überdenken Sie die Digitale Transformation neu und erfahren Sie mit unserem Leitfaden mehr über Techniken und Vorgehensweisen für Ihren modernen und erfolgsorientierten Kundenservice.

[Download](#)



About Sylvia Lohr

Sylvia Lohr ist Regional Marketing Managerin in der Enterprise Division bei Nuance. Neben den Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortet sie auch die osteuropäischen Länder und die Türkei. Ursprünglich aus der analogen Welt kommend, hat sie die digitale Kommunikation maßgeblich vorangetrieben und versteht die Anforderungen der Transformation. Sie ist überzeugt, dass nur integrierte, kundenzentrierte Kampagnen erfolgreich sind und entwickelt innovative, zielgruppen-spezifische und vertriebsorientierte Marketingstrategien und setzt diese um. Sie lebt in der Nähe von Frankfurt und fährt in ihrer Freizeit gerne Motorrad.

[View all posts by Sylvia Lohr](#)