

# Smarter Commerce – Cross-channel Experience Assessment

*Optimierung der Kanalstrategie zur  
Wertmaximierung*

---

## Highlights:

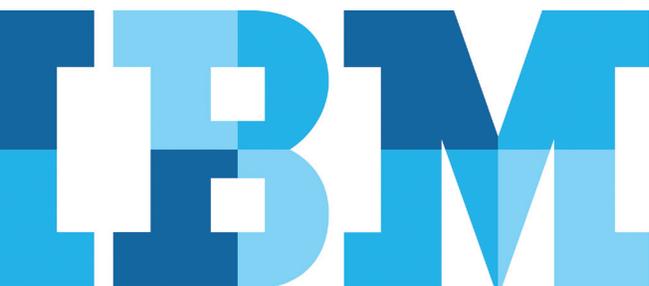
- Zeitnahe Entwicklung einer gesamtheitlichen Kanalstrategie, die die derzeitigen Trends und Prioritäten der Kunden reflektiert
  - Beurteilung der Maturität der derzeitigen Kompetenzen des Unternehmens in seinen Kundenkanälen und Festlegung von zukünftigen Kompetenzen, die die Kanalstrategie unterstützen
  - Identifizierung, Analyse und Priorisierung der Möglichkeiten, wie das kanalübergreifende Kundenerlebnis nachhaltig verbessert werden kann. Entwicklung von Customer Journey Maps, die die zukünftige Customer Experience charakterisieren
  - Entwicklung der Roadmap und des Case for Change
- 

Social Networking, Mobilität, die omnipräsente Verfügbarkeit der digitalen Kanäle, gestiegene Kundenerwartungen und eine zunehmende und branchenübergreifende Transparenz sind nur einige der vielfältigen Faktoren, die die Interaktionen von Unternehmen mit ihren Kunden fundamental verändert haben. Kunden werden immer anspruchsvoller und Unternehmen sehen sich deshalb mit steigenden Anforderungen konfrontiert. Die Unternehmen stellen sich diesen mit neuen Interaktionsmodellen und verbesserten Kompetenzen, über die verfügbaren Kanäle zu kommunizieren. So muss sich heutzutage ein Unternehmen die Frage stellen, in welche Kanäle es investieren und welche Kompetenzen es verbessern soll, um seinen Kunden so den grösstmöglichen Mehrwert in der Interaktion zu bieten.

## Ausrichtung der Investitionen auf die Kundenerwartungen

Die wenigsten Unternehmen wissen nicht, wie sie die Interaktionen mit ihren Kunden verbessern können. Die wahre Herausforderung für die Unternehmen liegt darin, sich für die effektivsten Massnahmen zu entscheiden, ohne dabei deren Abhängigkeiten zu anderen Elementen des Betriebsmodells zu vernachlässigen. Die wichtigsten Fragen, die sich dabei stellen, sind:

- Welches sind die entscheidenden Momente in der Interaktion mit unseren Kunden?
- Wie können wir Kompetenzen, die es braucht, um einen Mindeststandard anbieten zu können, von denjenigen Kompetenzen unterscheiden, die uns erlauben, uns von unserer Konkurrenz zu differenzieren?
- Was können wir bezüglich Innovationen im Bereich Customer Experience von unseren Konkurrenten oder anderen Branchen lernen?
- Was sind unsere derzeitigen Schwachpunkte und welches sind die Kompetenzen, die sich die Kunden von uns wünschen?



- Welche Rollen sollen wir unseren Kanäle zuschreiben (Web, Mobile, IVR, Contact Center, Filiale, etc.)?
- Wo, wann und wieviel sollen wir investieren?
- Welches sind die zentralen Elemente einer intelligenten und nachhaltigen Customer Experience?
- Wie können wir den Business Case erfolgreich umsetzen?

Die Beantwortung dieser Fragen bedarf einer durchdachten und bewährten Herangehensweise, um sowohl die Anforderungsseite zu verstehen – Was wünschen und schätzen die Kunden? - als auch die Angebotsseite – Wie antworten die Unternehmen auf diese Anforderungen in ihrem Kanalmix?

## Wie kann IBM Ihrer Unternehmung helfen?

In einem 4-6-wöchigen Projekt führen unsere Industrie-, Business- und Kanal-Spezialisten eine Analyse Ihrer Kundenkanäle durch. In intensiven Innovationsworkshops werden eine umfassende Kanalstrategie definiert und eine Reihe von Kompetenzen identifiziert, die diese Strategie unterstützen. Zusätzlich werden wir in Customer Experience Workshops branchenübergreifende Best Practices ausleuchten und diese zur Erstellung einer Roadmap nutzen, die der Realisierung der angestrebten kanalübergreifenden Customer Experience dient.

## Vorteile unseres kanalübergreifenden Customer Experience Accelerators

- Zeitnahe Entwicklung einer markengerechten Kanalstrategie
- Etablierung von Design Prinzipien, Schlüsselkompetenzen und einer Investitionsstrategie für jeden Kanal
- Identifizierung und Priorisierung von Opportunitäten zur Kanalinnovation
- Katalogisierung von technischen Anforderungen zur Realisierung der Kanalstrategie

## Über IBM Strategy & Transformation

IBM Strategy & Transformation repräsentiert den Bereich Management Consulting der IBM. Unsere Practice berät und unterstützt ihre Kunden mit umsetzbaren Strategien. Der Fokus liegt dabei auf Technologiebasierten Business Transformationen – von der Strategie zur Implementierung – und auf erhöhter Effizienz funktionsübergreifender Zusammenarbeit.

### Ihr Kontakt:

**Marcel Kuster**

E-Mail: [marcel.kuster@ch.ibm.com](mailto:marcel.kuster@ch.ibm.com)

### Weitere Informationen finden Sie auf unserer Internetseite:

Smarter Commerce: [ibm.co/GSZsRO](http://ibm.co/GSZsRO)

Strategy and Transformation: [ibm.co/GXwDXX](http://ibm.co/GXwDXX)




---

© Copyright IBM Corporation 2012 Alle Rechte vorbehalten

IBM und das IBM Logo sind eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Marken anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt. Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfrage der Leistungen bestimmen sich ausschliesslich nach den jeweiligen Verträgen.

Die vorliegende Veröffentlichung dient ausschliesslich der allgemeinen Information.



Please Recycle

---