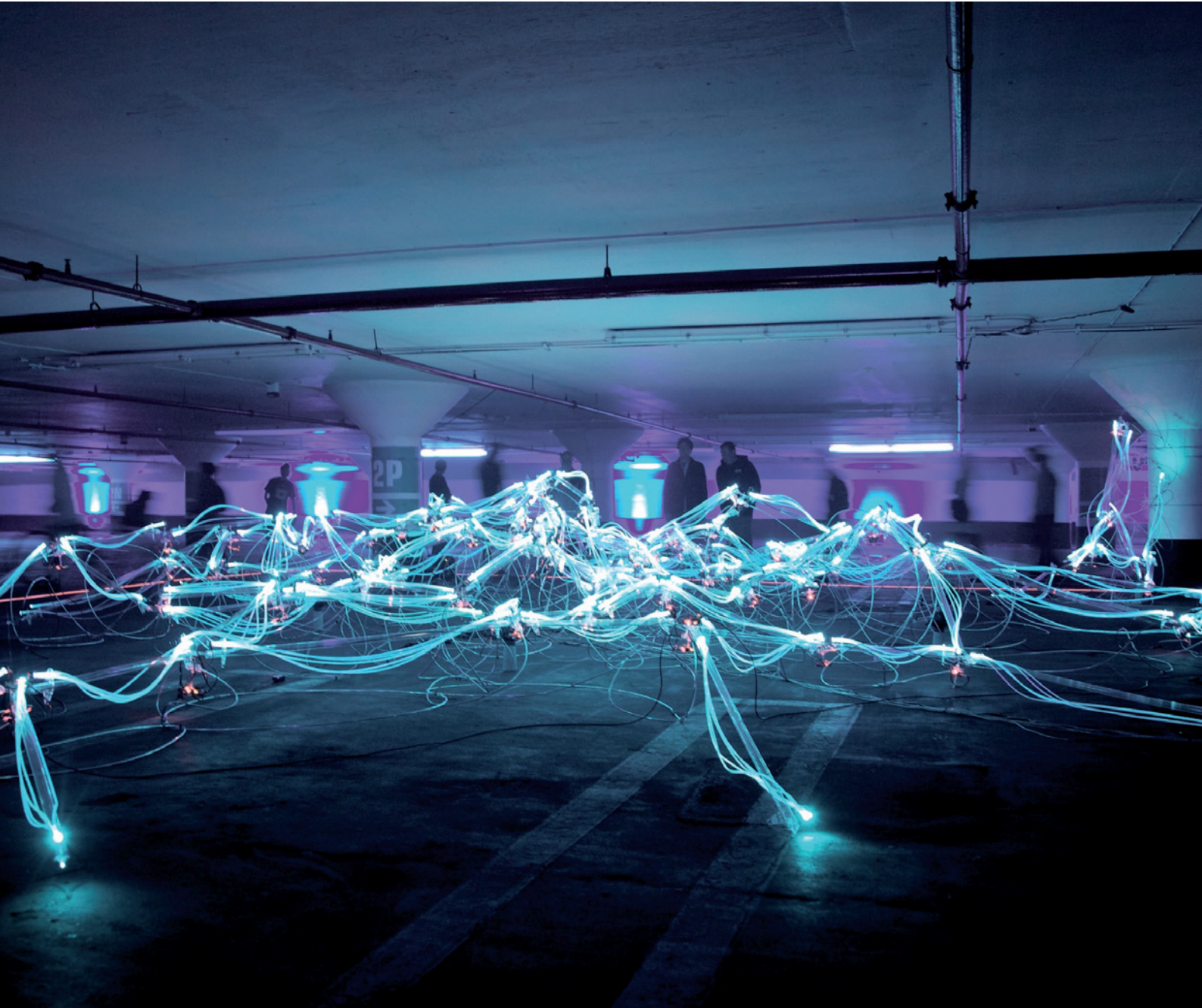


Digitalisierung Ihrer Kundenprozesse White Paper



**Erst die Basis - dann die Transformation.
So gelingt die Digitalisierung Ihrer Kundenprozesse.**

Prozesse richtig vorbereiten. Projekte erfolgreich durchführen.

Auf Kurs: Verpassen wir den digitalen Anschluss?

Gäbe es in der IT ein „Unwort des Jahres“, so müsste es rückblickend für das Jahr 2016 „Digitale Transformation“ lauten: zu oft wurde es heraufbeschworen und viel zu selten konnte klar gesagt werden, was sich im Einzelfall dahinter verbirgt. Im ersten Quartal des Jahres wurde Deutschland ein sehr geringer digitaler Reifegrad attestiert. Verglichen mit anderen Wirtschaftsnationen landeten wir gerade einmal im Mittelfeld, die „German Angst vor der Digitalisierung“ wurde gar heraufbeschworen. Dennoch hat sich viel getan: Industrieunternehmen, die schon lange auf Automatisierung in der Produktion setzen, zeigen sich offen gegenüber digitalen Trends wie Machine-To-Machine-Kommunikation oder Cloud-Lösungen, verfügen aber zu selten über eine Gesamtstrategie. Das Verlustpotential industrieller Wertschöpfung aufgrund mangelnder Digitalisierung schätzt Roland Berger Strategy Consultants in einer gemeinsamen Studie mit dem BDI bis zum Jahr 2025 im schlechtesten Fall gar auf 220 Milliarden Euro.

Wie sieht es vor diesem Hintergrund mit der Digitalisierung der CRM-Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service aus? Laut einer Roland Berger-Studie gemeinsam mit Google unter dem Titel *Die digitale Zukunft des B2B-Vertriebs* hinkt vor allem der Bereich Vertrieb in der Fertigungsindustrie der digitalen Entwicklung hinterher. In großen B2B-Unternehmen prägen noch immer Papiersammlungen, verstreute Excel-Tabellen und Outlook das Bild des Verkaufsprozesses, während Hochglanzprospekte schon längst schicken Dashboards, Echtzeit-Analysen und automatisierte Kundenprozesse versprechen.

Trotz all dieser Prognosen und des großen Hypes um die Digitalisierung ist es wichtig, sich nicht unter Druck setzen zu lassen. Richtig ist zwar: Wer jetzt nicht neue Technologien, Funktionen, Optionen evaluiert, implementiert und konfiguriert wird früher oder später vom Wettbewerb abgehängt. Richtig ist aber auch, dass es eine große Wahrscheinlichkeit gibt, auf Grund des enormen Drucks, den die aktuelle Debatte um die Digitalisierung aufbaut, in Aktionismus zu verfallen oder zumindest zeitweise das eigene Geschäftsfeld und die damit einhergehenden Ziele und Grenzen aus den Augen zu verlieren. Wer sich jetzt die Zeit nimmt, planvoll vorzugehen, eine fundierte Basis zu schaffen und alle Beteiligten rechtzeitig ins Boot zu holen, braucht sich keine Sorgen um die Digitalisierung seiner kundenzentrierten Geschäftsprozesse zu machen. Es sind die kleinen, aber entscheidenden Schritte vor, zu Beginn und während eines Projekts, die am Ende über Erfolg und Misserfolg entscheiden.

Hat Ihnen die Leseprobe gefallen?

Das gesamte White Paper finden Sie auf unserer Website unter:
<http://bit.ly/2tZf185>



Kontakt

Monique Stoltenberg
Inside Sales Executive
+49 (0)7732 9508-2000
sales@sybit.de

