

Bessere Kundenzentrierung durch digitalen Vertrieb

Neben einer durchdachten Digitalisierungsstrategie spielt auch die Auswahl der richtigen IT-Tools, die auf Funktionalität, Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit ausgerichtet sind, eine zentrale Rolle für Erfolg versprechende Ergebnisse. Die passende Software kann sogar zu einem Mehrwert in Sachen Kundenzentrierung führen.

ustomer Centricity - nur eine neue Verpackung für die alte Erkenntnis "Der Kunde ist König"? Oberflächlich betrachtet, ja. Denn Kundenorientierung ist ein beständiges Prinzip, das seit jeher den Markterfolg von Unternehmen bestimmt. Erst ein genauerer Blick zeigt, dass hinter dem neuen Begriff ein deutliches Plus an strategischer Tiefe steckt. Treiber des Wandels ist wie so oft die digitale Transformation. Customer Centricity ist dabei keine Methode und auch kein technisches Verfahren, sondern eine Haltung. Sie prägt die Kultur eines Unternehmens und umfasst vom Management über Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb bis hin zum Kundenservice alle Geschäftssowie interne und externe Kommunikationsprozesse. Im Zentrum der strategischen Ausrichtung steht der Kunde. Aus seinen Interessen ergeben sich die Interessen des Unternehmens.

Digitalisierung forciert Wandel

Doch wie kann der Strategiewechsel von der Kundenfreundlichkeit zur Kundenzentrierung gelingen?

Der Weg führt über die Individualisierung der Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden. Die Digitalisierung bietet die Mittel dazu und unterstützt den Wandel der strategischen Ausrichtung in mehrfacher Hinsicht:

- Digitale Technologien ermöglichen das systematische Sammeln, Strukturieren und Auswerten von Kundendaten. Intelligente Algorithmen ziehen daraus Schlüsse in Bezug auf die Eigenschaften der Zielgruppe, erlauben Vorhersagen über ihr Verhalten und fördern die passgenaue Informationsversorgung auf Websites.
- Durch die digitale Transformation gewinnt die Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kunden an Vielseitigkeit und Tiefe. Unterschiedliche Plattformen und Medien bieten die Möglichkeit, den Kundenkontakt zu intensivieren und den Zugriff auf Produkte sowie Dienstleistungen zu erleichtern. Je exakter der öffentliche Auftritt auf Kundenanforderungen abgestimmt ist, desto differenzierter wird ein Unternehmen.
- Mithilfe digitaler Technologien können Unterneh-

TITELTHEMA

men einerseits ihre Produkte und Dienstleistungen detailliert präsentieren. Andererseits können sie Self-Service-Funktionen anbieten, die es den Kunden ermöglichen, sich in Eigenregie zu informieren und unkompliziert ein passgenaues Angebot zu wählen.

Wettbewerbsvorteil als zentraler Nutzen

Auf den globalen Märkten dreht sich alles um individuelle Wahlmöglichkeiten. Konsumenten suchen gezielt den immer leichteren Zugang zu immer differenzierteren Angeboten. Unternehmen sind gezwungen, sich diesen Anforderungen durch maßgeschneiderte Produkte und Dienstleistungen zu stellen – im Rennen mit der Konkurrenz haben diejenigen die Nase vorn, die auf alle Wünsche ihrer Kunden schnell und unkompliziert eingehen können. Digitale Technologien ermöglichen das, was wie die Quadratur des Kreises scheint: mehr Individualisierung bei gleichzeitig immer schlankeren

standardisierten Prozessen. Dem Kunden die Wahl zu lassen und mithilfe intelligenter Systeme präzise, am individuellen Bedarf ausgerichtete Entscheidungen zu ermöglichen, ist eine der wichtigsten Strategien der digitalen Transformation.

Mittlerweile gibt es Vertriebslösungen, die auf digital gesteuerte Individualisierung ausgerichtet sind. Ein hohes Maß an Kundenorientierung steht nahezu gleichbedeutend für einen Wettbewerbsvorteil. Aus diesem Grund trägt die richtige Software entscheidend zum Markterfolg eines Unternehmens bei.

Susanne Henkel Geschäftsführerin der SAE Applications for Digitalization GmbH in Weng

•••••

