

10.05.2016

Armin Brunner

Geschäftsführer Evola AG

Wie der digitale Wandel die Dienstleistungsbranche verändert

Sehr geehrte Damen und Herren

In diesem Gastnewsletter thematisiert Armin Brunner, Geschäftsführer der E-Commerce-Agentur Evola, den digitalen Wandel in seiner Entwicklung und seine heutige Bedeutung für die Unternehmungen.

Die digitale Transformation ist längst in aller Munde und ihre Bedeutung deutlich tiefgreifender als eine vorübergehende Modeerscheinung. Doch während es den Anschein macht, dass inzwischen jedem bewusst wäre, dass das Thema auf der Agenda des Unternehmens stehen muss, sieht es in der Realität oft anders aus. Die Digitalisierung trifft jedoch direkt oder indirekt alle – den neusten Stand der Dinge im Auge zu behalten ist deshalb unabdingbar.

Was als leise Entwicklung begann, gibt heute den Ton an

Bei der heutigen Verbreitung und Allgegenwärtigkeit von mobilen Geräten und Highspeed-Internet vergisst man beinahe, dass es noch gar nicht so lange her ist, als damals die ersten Computer in den Haushalten Einzug hielten. Was sich seither getan hat und in welchem unglaublichem Tempo sich die Gewohnheiten von Konsumenten verändert haben, ist in der Geschichte beispielsweise. Dabei zeigt sich heute unmissverständlich, dass auf die Etablierung neuer Technologien und Möglichkeiten frühzeitig und konsequent reagiert werden muss, wenn man sich gegenüber der Konkurrenz durchsetzen und seine Kunden halten will. Dies bei gleichzeitiger Unsicherheit, was wann als nächstes kommt und die aktuellen Bemühungen vielleicht schon bald überholt sein werden.

Früher reichte es, eine eigene Webseite zu haben, um im Internet gefunden und die wichtigsten Informationen wie Telefonnummer und Adresse zu vermitteln. Alle weiteren Geschäftstätigkeiten wurden schliesslich über andere Kanäle (Telefon, E-Mail, Post, persönliches Gespräch) abgewickelt. Doch zu glauben, dass dies nach wie vor reicht, um bestehende und potentielle Kunden adäquat zu bedienen, ist fatal. Zwar lassen sich Dienstleistungen anders als Medien wie Bücher, CDs und DVDs nicht entmaterialisieren, da sie bereits immateriell sind. Sie kämpfen auch nicht mit der gleichen Austauschbarkeit der Produkte wie der Handel, dessen Wettbewerbsdynamik sich durch den Online-Handel zusätzlich verschärft hat. Aber die Art und Weise, wie Kunden bedient werden ist an dieser Stelle der entscheidende Faktor. Erfolgreich werden zukünftig jene Unternehmen sein, welche es Kunden so schnell, einfach und bequem wie möglich machen, die benötigte Leistung in der geforderten Qualität zu erhalten.

Durch Digitalisierung näher am Kunden sein

Analoge Geschäftsprozesse zu digitalisieren und Standardabläufe zu automatisieren, in dem sie durch Software unterstützt werden, ist jedoch kein Selbstzweck. Und auch die eindimensionale Fokussierung auf mögliche Kostensenkungspotenziale greift zu kurz, denn die Qualität der Dienstleistung steht und fällt mit dem Erlebnis, das Kunden mit der Inanspruchnahme der Leistung erfahren. Will heissen: während auf der einen Seite die Effizienz-Steigerung in Zeitersparnis und Fehlerminimierung resultiert, bleibt auf der anderen Seite mehr für die persönliche Beratung. Gelingt es, vollständige und valide Unternehmensdaten automatisiert zu erfassen und in Echtzeit zur Verfügung zu haben, steht dem Anbieter ein effektives Instrument zur besseren Kundenbetreuung und damit einhergehend höheren Kundenbindung zur Verfügung. Eine 360° Sicht auf den Kunden zu haben ist kein „Nice to have“ mehr, sondern eine Notwendigkeit für die erfolgreiche Geschäftstätigkeit. Dabei sind der individuellen Umsetzung fast keine Grenzen gesetzt, im Gegenteil: die viel zitierte digitale Disruption hat in vielen Fällen Grenzen gesprengt, die Kundenerwartungen nachhaltig verändert und neue Massstäbe gesetzt – zum Vorteil jener Unternehmen, welche den Mut hatten, bisherige Services zu überdenken und nach einem neuen Ansatz zu gestalten. Die Beispiele sind vielfältig und reichen von Buchungsplattformen über Online-Formulare bis zum digitalen Assistenten. Einmal von einem Anbieter richtig gut umgesetzt, ist es aus Kundensicht oftmals keine Alternative mehr, die Dienstleistung mit einem weniger guten Erlebnis in Anspruch zu nehmen.

Nicht in Problemen, sondern in Lösungen denken

Im umkämpften Markt wettbewerbsfähig zu bleiben ist heutzutage oft eine grosse Herausforderung. Die digitale Chance eröffnet hier unzählige Optionen zur Differenzierung gegenüber der Konkurrenz. Was es dafür braucht? Vor allem eins: Aufgeschlossenheit. Keine Angst zu haben vor dem Neuen, dem (noch) Unbekannten und sich aktiv damit auseinander zu setzen, wo mögliche Potenziale aktuell noch brachliegen, in Zukunft aber eine wichtige Rolle in der Wertschöpfung spielen werden, ist ein guter Anfang. Ist dieser (bekanntlich schwere) Anfang gemeistert, tun sich dahinter meist unerwartete Möglichkeiten auf.

Zum Autor

Armin Brunner ist Gründer und Geschäftsführer der Evola AG. Die Basler Technologieschmiede Evola entwickelt massgeschneiderte Webapplikationen für kleine und mittlere Unternehmen. Ausgehend von den Geschäftsprozessen entstehen Applikationen fürs Web, die Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten Mehrwert liefern. Kontakt: armin.brunner@evo.la Tel. +41 61 551 05 77

Freundliche Grüsse

artax Fide Consult AG

Mitglied von Morison International

Gartenstrasse 95, Postfach, 4002 Basel
Tel: +41 61 225 66 66, Fax: +41 61 225 66 67
info@artax.ch, www.artax.ch