

Digital ist nicht immer besser!

Studie untersucht die digitale Kundenbeziehung

Köln, den 08.09.2017. Nahezu alle Unternehmensleiter erkennen die digitale Transformation der Unternehmen als höchste Priorität an. Konkrete Vorgaben zur Umsetzung gibt es jedoch nur in knapp mehr als der Hälfte der Unternehmen. Eine tatsächlich an den Kundenwünschen orientierte Strategie ist äußerst selten. Dies ergibt die Studie „Die digitale Kundenbeziehung“ von ServiceRating.

Digitalisierung ist eine der größten Herausforderungen für deutsche Unternehmen und eines der Hauptthemen auf den Tagesordnungen des Top Managements. Die Unternehmen kämpfen darum, bei der Einführung der neuesten Digitalinnovation am schnellsten zu sein. Die Kundenwünsche werden hierbei jedoch häufig nicht beachtet. Dies führt zu Missverständnissen, man erkennt nicht, was der Kunde tatsächlich braucht. Nicht viel später gelingt es anderen Firmen, die Bedürfnisse besser zu erfüllen und Kunden wandern ab. Erfolgreiche Unternehmen richten ihre Strategie daher konsequent am Kunden aus. Sie ermitteln, welche digitalen Innovationen ihren Kunden tatsächlich nützen. Die Kundenorientierung als Transformationsstrategie zeigt dem Kunden, wie wichtig er für das Unternehmen ist.

Ein weiterer wichtiger Faktor sind die Mitarbeiter: Nur, wenn alle Unternehmensebenen die Transformation mittragen, können digitale Innovationen konsequent umgesetzt werden. Die Mitarbeiter können im Innovationsprozess von großem Nutzen sein, ihre Ideen können die Weiterentwicklung des ganzen Unternehmens beeinflussen. Aber: Nur die Hälfte der Unternehmen nutzt die Digitalkompetenz als Auswahlkriterium oder führt Trainings zur Verbesserung durch.

Die Kunden selbst spiegeln zurück: Innovation und Personalisierung um jeden Preis müssen nicht sein. Im Mittelpunkt muss die Erfüllung der Kundenwünsche stehen, der Weg dorthin, digital oder nicht, ist dem Kunden meist egal. „Oftmals wird Digitalisierung ausschließlich unter dem Effizienzgedanken betrachtet“, kommentiert Kai Riedel, Geschäftsführer der ServiceRating GmbH. „Viel zu oft vergessen wird in der Betrachtung aber der Kunde: er wird neue Prozesse nur annehmen, wenn er davon einen Nutzen hat.“ Im Transformationsprozess lohnt es sich also, den Kunden mit einzubeziehen, seine Meinung und Wünsche zu erfragen und seine Nutzung der Leistungen genau zu kennen. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Disruption eine Chance und kein Risiko für Unternehmen darstellt.

Über die Studie:

Die Studie „Die digitale Kundenbeziehung“ ist ab sofort erhältlich. Erhalten Sie Einblicke in das digitale Servicemanagement der Spitzenklasse, erkennen Sie die Wichtigkeit der einzelnen Transformationsbestandteile und nutzen Sie die Basis für Ihre eigenen Analysen. Weitere Informationen und Bestellung unter www.servicerating.de/studien

ServiceRating ist Ihr ganzheitlicher Partner in der Analyse, Optimierung und Kommunikation Ihrer Kundenorientierung. Mit systematischen, erprobten und effizienten Bewertungsverfahren gibt ServiceRating ein verlässliches Spiegelbild aller kundenorientierten Aktivitäten.

Kontakt: Maximilian Strohmenger

Tel.: 0221-16 88 288-25 ; E-Mail: strohmenger@servicerating.de