



Work smarter, not harder!

Home-Office, Videokonferenzen, Digitalisierung: 2020 macht deutlich, dass die herkömmlichen Arbeitsmodelle und die Art, wie Unternehmen ihre Kunden betreuen, hinterfragt werden müssen. Wie sieht aber die richtige Strategie für den langfristigen Erfolg aus?

>> Remo Schilliger und Marco Eggenschwiler | nextage GmbH

Mit den Erfahrungen aus dem Jahr 2020 ist das Bild der Zukunft zwar nicht schärfer geworden. Eines dürfte jedoch klar sein – die Digitalisierung nimmt eine enorm wichtige Rolle ein. Sie ist weder aus der Arbeit noch aus dem privaten Leben wegzudenken. Nur, mit mobilem Arbeiten oder neuen Tools ist die Digitalisierung noch lange nicht vollzogen. Wichtig ist, den Fokus auf eine gesamtheitliche Betrachtung zu legen und nötigenfalls sogar die Geschäftsstrategie zu adjustieren.

Jetzt bietet sich eine grossartige Chance, sowohl die Kunden bedürfnisgerechter zu betreuen als auch die internen Abläufe effizienter zu gestalten. Wie können mehrere Datentöpfe zusammenschmelzen, welche Elemente der Wertschöpfungskette können automatisiert werden, wo schaffen neue Tools Erleichterung in der Zusammenarbeit? Und wie nutzen wir die Effizienzsteigerungen, damit Kundenbeziehungen intensiviert werden können?

In den Bereichen Marketing und Verkauf können beispielsweise Prozesse analysiert,

optimiert und automatisiert werden, um ein besseres Kundenerlebnis zu schaffen. Es ist jedoch wenig zielführend, einfach nur ein neues Software-Tool einzukaufen, ohne die veralteten internen Prozesse anzupassen, sonst ist die Gefahr gross, das tolle Kundenerlebnis im elektronischen Schaufenster sogleich wieder wegen lahmen Abläufen zu zerstören. Die Kombination von gesamtheitlicher Analyse der Prozesse und der Auswahl der richtigen Tools bringt den Erfolg.

Kundendaten gewinnbringend nutzen

Wer kennt es nicht: der monatliche Newsletter ist wieder fällig und das Unheil nimmt seinen Lauf. Die Adressen werden mühsam zusammengetragen, aus drei Quellen im Excel vereint und danach wieder auf fünf verschiedene Dateien aufgeteilt, da ja nicht jeder Kunde die gleichen Inhalte erhalten soll. Und vom letzten Event hat der Verkaufsleiter einige neue Adressen in einer Word-Tabelle, die unbedingt auch noch dazu müssen. Prompt passiert beim

Versand ein Missgeschick, weil auch Kunden im Ausland angeschrieben wurden, für welche die beschriebenen Produkte gar nicht erlaubt sind. Peinlich.

Natürlich gibt es hier Lösungen: die Adressen zentral speichern, die rechtlichen Abklärungen sind bereits erledigt und die Kundeninteressen kategorisiert. Das ist nicht nur einfacher und effizienter, sondern auch viel kundenfreundlicher, denn die E-Mail-Marketing-Lösung stellt die Informationen automatisiert zusammen und bedient die Kunden nur mit relevanten Inhalten. Clever.

Mit Marketing- und Sales-Automation die Kundenbindung stärken

Kundengerechte Informationen, bedürfnisorientierte Kommunikation von hoher Qualität und kontinuierliche Optimierung fördern die Kundenzufriedenheit bedeutend. Digitale Helfer unterstützen zudem die Koordination von Marketing und Vertrieb, die bestmöglichen

Verkaufschancen zu erkennen und Kundendaten gewinnbringend in Verkaufserfolge zu verwandeln. Damit lassen sich Interessenten auf den richtigen Kanälen ansprechen, Weiterempfehlungen automatisieren und thematisch relevante Kampagnen lancieren. Auch die bisher manuell vorgenommene Segmentierung erfährt dadurch einen Realitätscheck. Plötzlich stellt man fest, dass vermeintlich «schlafende Kunden» äusserst aktiv auf der Webseite surfen, nur fehlte bisher die Verbindung zu einem Verkaufspunkt. Jetzt erhält das Verkaufsteam täglich eine Liste mit interessierten Kunden. Brilliant.

Status quo mutig hinterfragen

Erfolgreiche Firmen nehmen sich immer wieder Zeit zu überlegen, ob der aktuelle Set-up auch für den langfristigen Erfolg passt. Sie haben sich aber nicht einfach Digitalisierung auf ihre Firmenfahne geschrieben, sondern auch ihre Einstellung geändert – und zwar über alle Führungsstufen hinweg. Nicht wenige kleine und mittelgrosse Unternehmen haben ihre Strategie den veränderten Umständen angepasst und damit rechtzeitig die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt.

Der Zeitpunkt ist perfekt, um sich ernsthaft zu fragen, ob es den täglichen Gang zum Postfach wirklich braucht, ob die gesamte Belegschaft von Montag bis Freitag anwesend sein soll, ob jemand monatlich alle Kontaktdaten mühsam

zusammentragen muss oder ob wirklich Telefone endlos in leeren Büros klingeln müssen, weil man keine mobile VoIP-Infrastruktur hat. Heute gibt es für viele solcher Fälle sehr elegante Lösungen.

Die eingesparte Zeit kann intelligenter eingesetzt werden – um beispielsweise persönlich auf eine Kundenanfrage einzugehen, damit diese als positives Erlebnis erzählt wird und möglicherweise zu einer Weiterempfehlung führt. So werden nicht nur Nerven, Zeit und Kosten gespart, sondern gleichzeitig der Umsatz gesteigert. Work smarter, not harder – das macht Unternehmen langfristig erfolgreich!

Man konnte ahnen, dass die Digitalisierung zu massiven Änderungen führen wird. Dass es aber einen Lockdown wegen des Corona-Virus brauchte, um mobilem Arbeiten, automatischer Rechnungsverarbeitung oder Video-Konferenzen endlich zum Durchbruch zu verhelfen, sollte nicht noch einmal vorkommen. Bedenklich, wenn wir uns daran erinnern, dass wir bereits 2003 ein Web-Conferencing-Tool im Angebot hatten.

Die Situation ist prädestiniert, den gesamten Business-Setup kritisch zu hinterfragen. Wichtig ist es, jetzt eine Unternehmung auf die digitale Zukunft auszurichten und eine agile Form der Zusammenarbeit zu entwickeln, die on- und offline funktioniert.

Die Autoren



Remo Schilliger (l.) und Marco Eggenschwiler (r.) sind von den Vorteilen der digitalen Revolution überzeugt, weil sie diese privat wie auch geschäftlich durch und durch leben. Seit 21 Jahren führen sie Unternehmen in eine effiziente, erfolgreiche und innovative Zukunft.

Wegweisend sind drei Aspekte: Integrierte Daten, effiziente Abläufe und die richtige Kundenansprache. Saubere Daten sind eine wahre Goldgrube – hier schlummert grosses Potenzial, wenn sie standardisiert und angereichert werden. Effiziente Prozesse steigern die Qualität, reduzieren Fehlerquellen und sparen Geld.

Die richtige Kommunikation an die richtigen Kunden erhöht die Kundenzufriedenheit und steigert die Erträge. Schlussendlich geht es mit der Digitalisierung um nichts weniger als darum, die Zukunft der Unternehmung zu sichern. <<

Zusammenführung & Integration

Standardisierung & Anreicherung

Dialogisierung & Aktivierung

