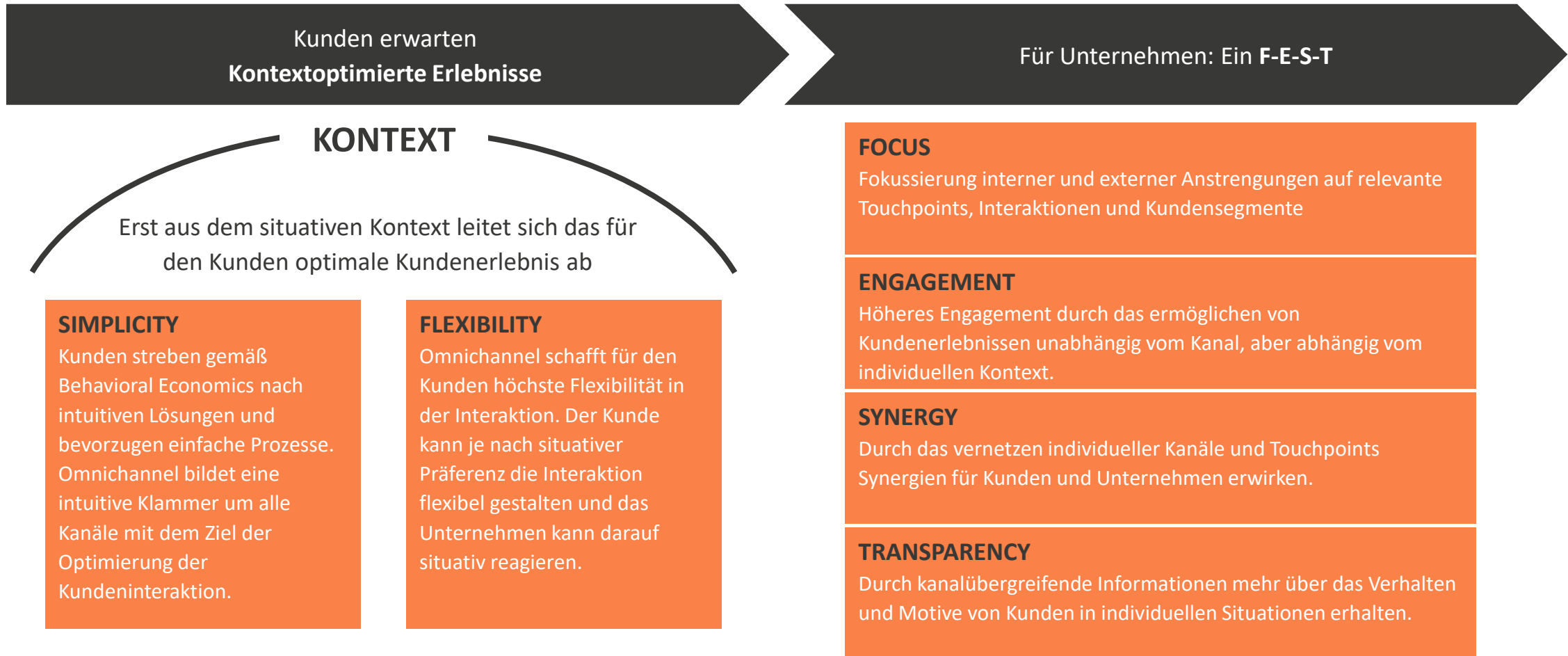


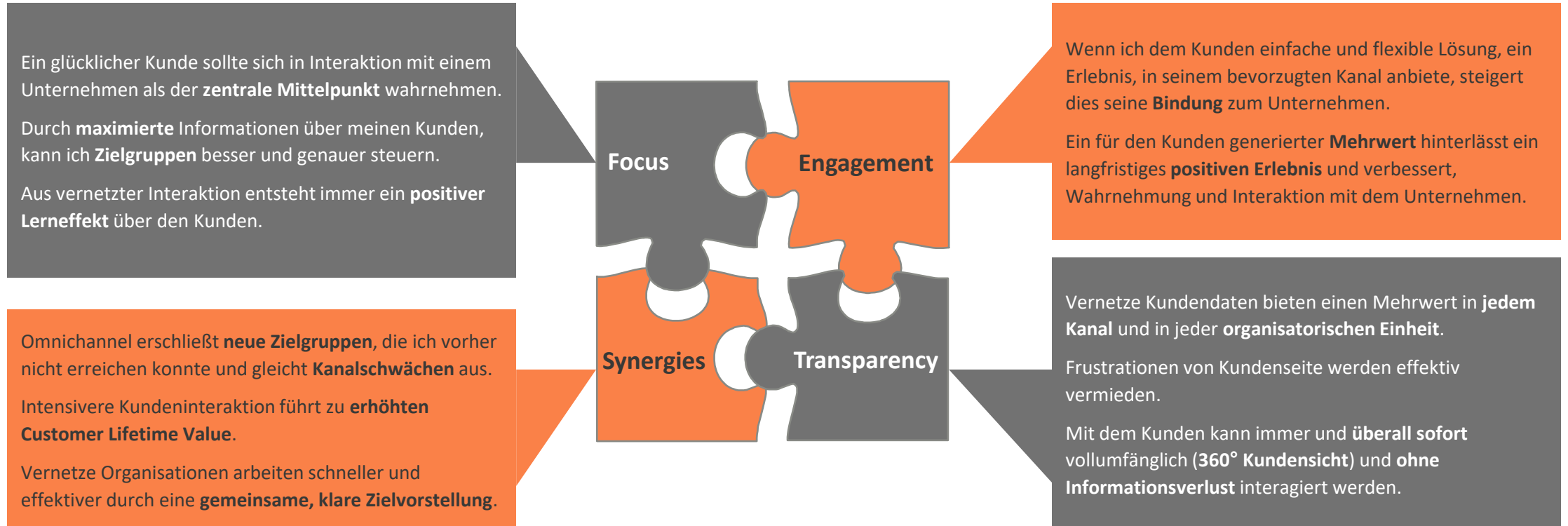


Omnichannel

Omnichannel ist zur Kunden-Erwartungshaltung geworden



Zufriedene Kunden haben konkrete Vorteile



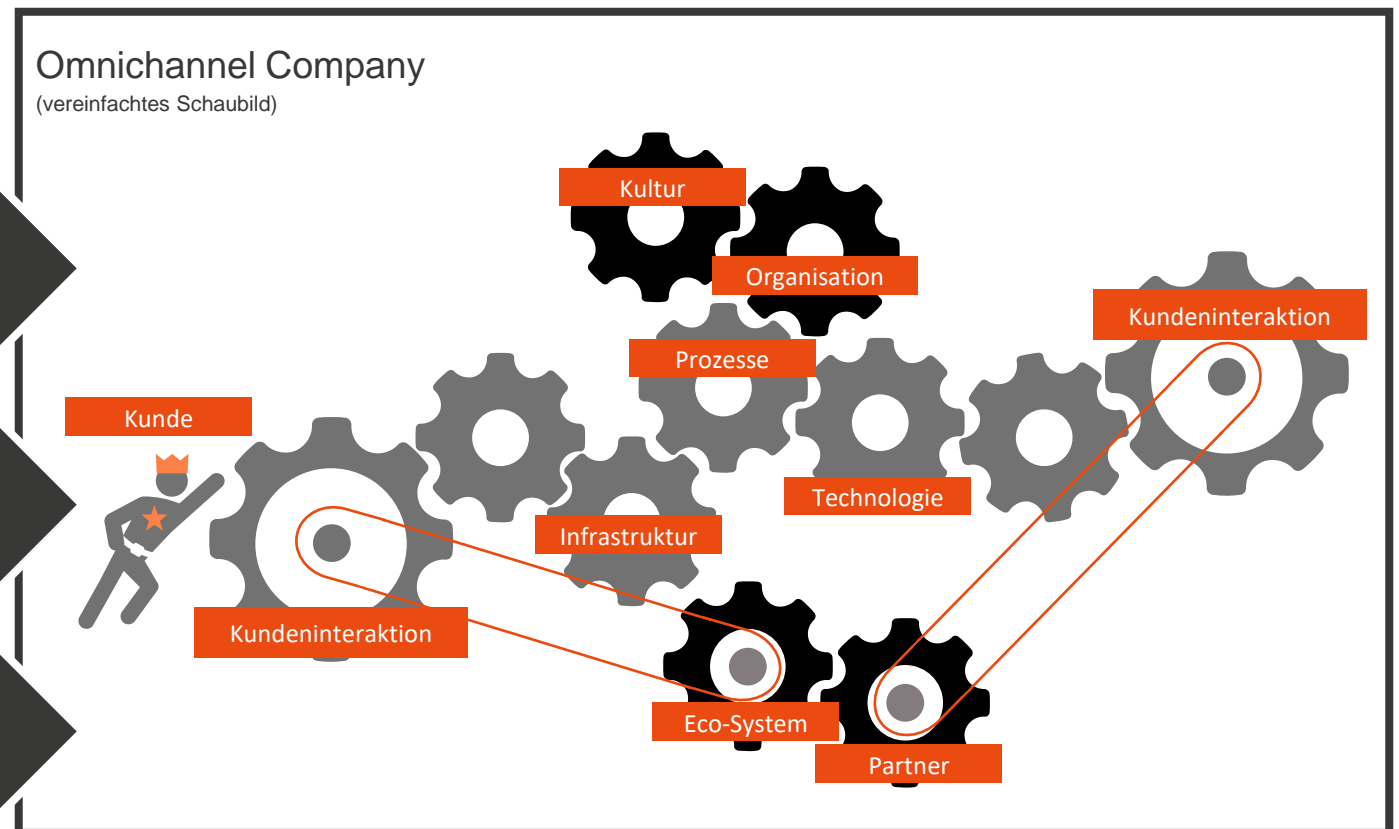
Der Kunde strebt nach Simplizität und Flexibilität, diese Erwartungen zu erfüllen schafft messbare Mehrwerte für Unternehmen.

3 zentrale Herausforderungen der Operationalisierung von Omnichannel

Es gilt **Organisation und Kultur** hinsichtlich der Optimierung des vernetzten Kundenerlebnisses auszurichten.

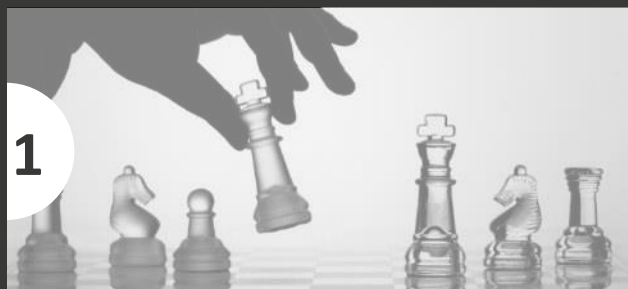
Infrastruktur, Technologie und Prozesse gilt es mit Hinblick auf das „Enablement“ des Omnichannel Kundenerlebnisses auszurichten.

Omnichannel endet nicht in der eigenen Organisation, es gilt **Partner im Eco-System** zu koordinieren, um dem Kunden ein exzellentes Kundenerlebnis zu bieten.



Die hohe Komplexität verhindert die erfolgreiche Operationalisierung

Strategische Komplexität



Um strategische Ziele für eine Omnichannel-Organisation sowie einzelne Kanäle zu harmonisieren und Konflikte zu managen benötigt man

- Struktur
- Kompetenz
- adäquates Toolset

Organisatorische Komplexität



Die Transformation altbewährter Organisationsstrukturen mit klaren Verantwortlichkeiten nach Vertriebskanälen, die Kompetenzprofile sowie die kulturellen Paradigmen neu zu ordnen erfordert

- Incentivierung
- Organigramm
- Kultur

Technische Komplexität



Die Verknüpfung von Kundeninteraktionskanälen, das Managen von Kommunikation und Distribution mit dem Ziel des optimierten kanalunabhängigen Kundenerlebnissen kreiert neue und weitreichendere Anforderungen an technische und infrastrukturelle Rahmenbedingungen

Das bedeutet konkret...



Tracking aller Kundeninteraktionen:

Erhebung sämtlicher Kundeninteraktionen & Speicherung in (near) real time an einem Kundenprofil



Evaluierung & Individualisierung Interaktions-Kanäle:

Überprüfung der bestehenden Interaktionskanäle, Optimierung der Kundenerfahrung



Vernetzung der Organisation:

Klare Ownership über Kundeninformationen & Kanäle setzen und konsequent leben



Technologien nutzen:

Neue Technologien nutzen und etablieren, klein anfangen, aber anfangen – think big, start small

Worüber können wir sprechen?



Johannes Reusch

E-Mail: Johannes.reusch@ci-consulting.eu

Te.: 0174 - 1518519