

Medienmitteilung vom 29. September 2016
ZHAW School of Management and Law

BPM-Studie 2016: Potenzial bei der Nutzung von Kundendaten

Die digitale Transformation stellt Unternehmen vor vielerlei Herausforderungen. Die aktuelle BPM-Studie der ZHAW School of Management and Law zeigt, dass sich Schweizer Firmen intensiv mit der Durchgängigkeit ihrer Prozesse und der Modernisierung ihrer Arbeitsplätze auseinandersetzen. Bei der strategischen Verankerung und der systematischen Nutzung von Kundendaten liegt aber noch Potenzial brach.

Unternehmen und Organisationen stehen aktuell vor der drängenden Herausforderung, die Voraussetzungen für eine digitale Erlebniswelt zu schaffen. Dabei muss der Kundennutzen im Vordergrund stehen. Damit dies gelingt, ist eine Anpassung der Geschäftsmodelle, Strategien sowie der internen Strukturen, Abläufe und Systeme nötig. Viele Schweizer Firmen haben diese Herausforderungen erkannt und richten sich entsprechend neu aus.

Fokus auf Durchgängigkeit digitalisierter Prozesse

Zwei Themen beschäftigen Schweizer Unternehmen und Organisationen im Zusammenhang mit der digitalen Transformation besonders stark: So arbeiten 88 Prozent der befragten Unternehmen aktuell an der Digitalisierung durchgängiger Prozesse und 86 Prozent beschäftigen sich mit der Gestaltung digitaler Arbeitsplätze. Es gilt, zunächst die internen Voraussetzungen für durchgängige Prozesse zu schaffen und beispielsweise Medienbrüche zu beseitigen, bevor die «digitalen Tore» zum Kunden aufgestossen werden. Zudem reagieren Unternehmen auf den Druck einer neuen Generation von Mitarbeitenden, um als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Die Schaffung der Voraussetzungen für digitale Kollaboration und Interaktion (intern sowie mit Kunden) ist eine Grundlage für die Innovation von Geschäftsmodellen und Angeboten. 70 Prozent der befragten Unternehmen arbeiten aktuell an digitalen Produkten und Dienstleistungen oder zumindest an digitalen Erweiterungen. Allerdings verfolgen dabei nur 14 Prozent eine digitale Strategie.

Netzwerke statt Silos sind gefordert

Firmen wissen immer mehr über ihre Kunden: So werten 71 Prozent Kundenreklamation systematisch aus und 29 Prozent tun dies mit Kundendaten. 25 Prozent testen gar ihre neuen Produkte und Dienstleistungen vor der Einführung systematisch mit Kunden. Es scheint aber, dass so erhaltenes Wissen über die Kunden intern nicht systematisch genutzt und geteilt wird. Nur 35 Prozent der Unternehmen nutzen Kundendaten, um ihre Prozesse kundenorientiert zu gestalten und zu optimieren, während 30 Prozent ihre Prozesse aus rein interner Sicht entwerfen. Unter diesen Bedingungen ist es schwierig, die Gestaltung und Flexibilisierung der Prozesse im Sinne einer Anpassung an die Kundenbedürfnisse zu erreichen, obwohl Wissen und Methoden vorhanden wären. Statt in Silos zu arbeiten, müssen IT, Marketing und Prozessmanagement vielerorts enger zusammenarbeiten, ihre Methoden und Erkenntnisse teilen und die richtigen Schlüsse daraus ziehen: Die Integration interner und externer Systeme und Datenquellen sowie der Einbezug



der Kundenperspektive in die Prozessgestaltung haben sich in den untersuchten Fallstudien als zentrale Erfolgsschlüssel für die Maximierung des Kundennutzens gezeigt.

Im Rahmen der Studie wurde ein ganztägiger Praxisworkshop mit fünf Unternehmen und Organisationen unterschiedlicher Branchen durchgeführt: AMAG Leasing AG, Kanton Zürich, Swisscom, Swiss Re und Vontobel tauschten ihre Lösungsansätze, Herausforderungen und Erfolgsmuster aus. Die qualitativen Erkenntnisse aus dem Workshop wurden durch eine umfassende Online-Umfrage komplettiert, an der 180 Personen aus unterschiedlichen Branchen teilgenommen haben. So gibt die Studie ein differenziertes Bild der digitalen Transformation bei Schweizer Unternehmen und Organisationen ab.

Kontakt:

Elke Brucker-Kley, Institut für Wirtschaftsinformatik, ZHAW School of Management and Law, Telefon 058 934 66 85, E-Mail elke.brucker-kley@zhaw.ch

Adrian Octavio Sulzer, Kommunikation, ZHAW School of Management and Law, Telefon 058 934 66 63, E-Mail adrian.sulzer@zhaw.ch

ZHAW School of Management and Law

Die School of Management and Law (SML) ist eines der acht Departemente der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Als erstes Wirtschaftsdepartement einer Schweizer Fachhochschule erfüllt die SML die hohen Standards der Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) und zählt damit zu den besten 700 Business Schools weltweit. Die international anerkannten Bachelor- und Masterstudiengänge sowie zahlreichen Weiterbildungsangebote sind wissenschaftlich fundiert, interdisziplinär und praxisorientiert. Forschung und Beratung sind theoretisch fundiert und praxisnah, mit Fokus auf unmittelbare und effiziente Umsetzbarkeit. Der Leitsatz «Building Competence. Crossing Borders.» steht für hochstehende Aus- und Weiterbildung sowie Offenheit gegenüber der Welt. Die SML unterhält Kooperationen mit über 150 ausgesuchten Partnerhochschulen weltweit. Aktuell zählt die SML rund 4000 Studierende, knapp 2000 Weiterbildungsteilnehmende und über 500 Mitarbeitende. www.zhaw.ch/sml