5 vermeidbare Fehler bei Software-Einführungen

Intro

Immer wieder werden wir von ojuto darauf angesprochen, dass vergangene Projekte nicht so gut gelaufen sind und man diesmal alles richtig machen möchte. Die „Schmerzen“ von damals sind allen Kollegen noch in bester Erinnerung und die Verbesserungen traten nach dem Projektende bei Weitem nicht so ein, wie gewünscht. Aus diesem Grund benennen wir fünf häufige und aber vermeidbare Fehler, um die Sie in Ihren künftigen Projekten einen Bogen machen sollten!

Mal was Positives

Zum Glück gibt es immer mehr Unternehmen, die gute Spezial-Software oder „Rund-um-Sorglos-Software“ entwickeln, welche helfen kann, seine Kundenzentrierungsstrategie zu optimieren. Egal, ob es sich um Software zur Kontaktbearbeitung, Prozessdarstellung, Ticketbearbeitung, Wissensmanagement, Selfcare, Workforcemanagement, Coaching, VoiceRecording oder ganze ERP-Systeme und CRM-Suiten handelt. Alle ***KÖNNEN*** helfen, die Organisation zu unterstützen und die Erfahrung für den Endkunden deutlich zu verbessern. Sehr positiv zu werten ist auch die zunehmende Berücksichtigung wichtiger messbarer KPIs wie z.B. die „Kundenzufriedenheit“ oder den „Net-Promoter-Score“. Dennoch gibt es zahlreiche Unternehmen, die erst ganz am Anfang stehen, bei denen z.B. der Kundenservice bis dato und aufgrund zahlreicher Aspekte nur eine untergeordnete Rolle spielte, als reiner Kostenfaktor gesehen wurde und genutzte Systeme veraltet oder nicht richtig in den organisatorischen Kontext eingebettet und genutzt wurden.

Die Artikel zum Thema

- Teil 1: Mangelndes Stakeholdermanagement
- Teil 2: Aberglaube „Lift & Shift“
- Teil 3: Planungsfehler
- Teil 4: Fokussierung auf „Improvements powered by technology“
- Teil 5: Customer Centricity & Change Management

Es geht auch anders

Manche Unternehmen - Amazon und Apple sind hier klare Vorreiter gewesen - sind schon deutlich weiter und haben erkannt, dass ein zufriedener Kunde ***DER*** Wettbewerbsvorteil schlechthin ist und es sich lohnt, in guten Kundenservice zu investieren. Dies gilt insbesondere für wettbewerbsintensive Branchen der Konsumgüterindustrie oder in gesättigten Märkten. Den Kundenservice als zusätzlichen Vertriebskanal aus dem Dornröschenschlaf erwecken ist dabei ein Top-Argument. Allerdings zeigt sich, dass bereits in der Anbahnung von Kaufentscheidungen kurze und moderne Kontaktwege einen Wertbeitrag zum Unternehmenserfolg liefern. Die Customer Journey fängt halt nicht erst beim Kauf an! Und irgendwann ist es dann soweit. Der verantwortliche Kundenmanager bekommt den Auftrag: „jetzt machen Sie mal was!“

Über ojuto:

ojuto, das sind CX Manager, die das Gespräch auf Augenhöhe führen. Wir unterstützen kundenfokussierte Unternehmen mit konkreten Maßnahmen. Egal, ob zu Technologien oder organisatorischen Aspekten. Wir erarbeiten Lösungen mit Nachhaltigkeit und geben unser Wissen weiter. Damit Ihre unternehmerische Vision im Spannungsfeld „Mensch – Organisation – Technik“ gelingt.

ojuto consulting gmbh
Hofaue 63
42103 Wuppertal
+49 202 - 87054388
nachricht@ojuto.de

SOCIAL MEDIA

https://de-de.facebook.com/ojuto-consulting-gmbh-1062702967160685/

https://www.xing.com/companies/ojutoconsultinggmbh

https://www.linkedin.com/company/ojuto-consulting-gmbh

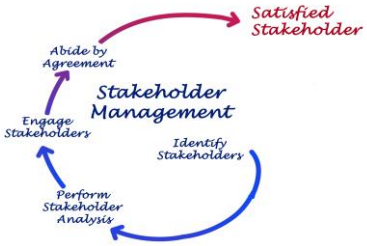
Teil 1 – Mangelndes Stakeholdermanagement

Über den Autor:

Marcel Strickrodt ist Spezialist für Sale, X- & Upselling, Retention, Prevention, Winback, Kundenservice und das Subscriber Business. In den zurückliegenden 15 Jahren konnte er sein Fachwissen sowohl in leitenden Linienfunktionen als auch als Berater unter Beweis stellen. Marcel ist sowohl im B2C-, als auch im B2B-Umfeld zuhause.

ojuto consulting gmbh
Hofaue 63
42103 Wuppertal
+49 202 - 87054388
nachricht@ojuto.de

Was uns immer wieder überrascht ist, dass bereits im Rahmen von Projektvorbereitungen nicht immer alle am Projekt Beteiligten und Interessenvertreter informiert werden. Bei den nachgelagerten Projektaktivitäten kann oftmals der Spannungsbogen in der Kommunikation und Information nicht gehalten werden. Go-/No-Go Entscheidung, Research, Ressourcenfindung und vor allem die Implementierungsphase leiden dann darunter.



Herausforderungen?

Mitten im Projekt kommen unerwartete Themen auf, die zu Verzögerungen oder gar zum Stopp führen können, hier eine kleine Auswahl: Unzureichende Auftragsbeschreibung und fehlende Bestimmung des Zielkorridors. Das Verhältnis der Ansprechpartner oder beteiligten Abteilungen ist angespannt. Hoher Zeit- und Erwartungsdruck, fehlendes Verständnis der Komplexität oder die Einschätzung, dass es sich doch nur um ein „internes“ Projekt handele. Beteiligte Softwareanbieter übernehmen nur deren Aufgabe der technischen Implementierung der Software. Die Rechtsabteilung wird nicht ausreichend an der Gestaltung von Verträgen beteiligt, Themen wie Datenschutz und DSGVO sind nicht abgestimmt. Es ist sogar schon vorgekommen, dass bei IT-Projekten die IT-Abteilung nicht eingebunden wurde, sondern das gesamte Setup vom Fachbereich gestaltet wurde! Evidente Themen wie Plattformkonformität oder Schnittstelleneinbindung, Sicherung und Wartung wurden nicht berücksichtigt. Viele Herausforderungen sind darauf zurückzuführen, dass die Beteiligten nicht miteinander sprechen oder, was noch schlimmer ist, aneinander vorbei. Und die Beteiligten sind nicht sichtbar und bekommen nicht den Platz eingeräumt, der ihnen zusteht!

Reibung erzeugt Wärme

Zugegeben, es ist nicht immer einfach, alle Meinungen und individuellen Zielsetzungen unter einen Hut zu bringen. Trotzdem tut man gut daran, alle Stakeholder schon vorab in das Vorhaben einzubinden. Schwören Sie alle Stakeholder auf ein Ziel und eine Richtung ein und machen Sie klar, was die zeitlichen Abläufe und Abhängigkeiten sind. Beschreiben Sie diese Dinge auch in ihrem Projektauftrag und nehmen Sie diesen ernst. Der Projektauftrag ist der erste Vertrag mit den internen und externen Mitarbeitern und definiert den Erfolgsfall, implizit also auch den Misserfolg. Klären Sie auch, wer der „Chef im Ring ist“ und im Bedarfsfall benötigte Entscheidungen beibringt. Entgegen landläufiger Meinungen sind Projekte keine basisdemokratischen Veranstaltungen. Vielmehr sind sie für gewöhnlich derart mit Risiken beladen, dass eine effiziente Hierarchie Schaden abwenden kann. Sonst wären es ja auch keine Projekte, sondern Alltagsgeschäft. Insofern muss auch Linienkompetenz von Projektkompetenz abgegrenzt werden. Im Zweifel bedienen Sie sich einer neutralen Person, die von Anfang mit im Boot sitzt und moderierend arbeitet.

- **Binden Sie Ihre Stakeholder von Anfang an ein**
- **Scheuen Sie nicht die Konfrontation**
- **Beschreiben Sie den Projektauftrag**
- **Nehmen Sie den Auftrag ernst**
- **Informieren und kommunizieren Sie aktiv und zeitnah**

Und am Ende gilt: gestalten Sie das Stakeholdermanagement und kommunizieren und informieren Sie alle Beteiligten aktiv und zeitnah!

SOCIAL MEDIA

https://de-de.facebook.com/ojuto-consulting-gmbh-1062702967160685/

https://www.xing.com/companies/ojutoconsultinggmbh

https://www.linkedin.com/company/ojuto-consulting-gmbh

5 vermeidbare Fehler bei Software-Einführungen

Teil 2 - Aberglaube „Lift & Shift“

Über den Autor:

Karsten E. Duennemann, Gründungspartner und Geschäftsführer der ojuto consulting gmbh, ist als Projektmanager in der Beratung auf besonders komplexe Projekte spezialisiert. Und schon vor ojuto war er 20 Jahre lang als Berater tätig. Von Entsorgung bis Einzelhandel und von der Telekommunikation bis zur Bausparkasse reicht die Bandbreite der ihm bekannten Branchen. Zuletzt konzentrierte er sich vor allem auf E-Commerce, Telekommunikation und Medien.

ojuto consulting gmbh
Hofaue 63
42103 Wuppertal
+49 202 - 87054388
nachricht@ojuto.de

Der Tausch einer vorhandenen Software durch eine neue, ist immer eine Herausforderung und wird nie ganz reibungslos ablaufen! Allein das Thema Datenmigration ist mit zahlreichen Irrtümern, Missverständnissen und Fehlern belegt, und bedarf besonderer Beachtung, Planung und Durchführung. Dabei haben wir noch nicht über geänderte oder neue Prozesse und Funktionen gesprochen, die mit einem Wechsel einer Anwendungssoftware einhergehen.

Prozesse

Prozesse in einer Anwendungssoftware sind ein Abbild realer Geschäftsprozesse, jedoch keine 1:1-Abbildung. Vielmehr sind sie eine künstlich geschaffene Referenz auf die Realität. Die erfolgreiche Ablaufoptimierung durch eine Softwareablösung hängt davon ab, wie gut die Abbildung der Realität in die Software gelungen ist. Denn jede Software birgt wegen dieser Referenz das Risiko in sich, dass bestehende, und an sich optimale, Prozesse in Teilen „verschlimmbessert“ oder vollständig an einer Gesamtoptimierung des Prozessbestandes vorbeigeführt werden. Es kommt ganz entscheidend darauf an, wie gut die prozessualen Änderungen und Optimierungen im Vorfeld der Softwareablösung analysiert und geplant wurden. Ohne Informationen, was wo optimiert werden muss bzw. kann, ist eine neue Software nicht erfolgreich einführbar. Da Softwareprozesse gewöhnlich in Modulen organisiert sind, ist auch den systeminternen Schnittstellen Aufmerksamkeit zu schenken. Eine einzuführende Software wird Stand heute aus sich selbst heraus mitteilen, an welcher Stelle sich prozessuale Abweichungen oder funktionale Lücken befinden oder entstehen. Ergo: Es bedarf einer Analyse der Machbarkeit im Vorfeld.

Funktionen

Funktionen sind mehr oder weniger große Bausteine, die einzelne Befehle oder auch Befehlsketten beinhalten. Sie basieren auf vorab definierten Geschäftsprozessen, oder Bestandteilen davon, und greifen genau dort ein, wo ohne Automatisierung normalerweise ein Mensch eine Aktivität ausführen würde. Daneben reagieren sie auf Ereignisse, also Ergebnisse aus der Abarbeitung von Aufgaben, und steuern den weiteren prozessualen Ablauf. Da die Funktionsbausteine einer - insbesondere - Standardsoftware vorgegeben sind ist klar, dass sich prozessuale Änderungen ergeben. Darauf kann man in Teilen mit einer funktionalen Konfiguration reagieren und das System so einstellen, dass Bestandsprozesse möglichst wenig verändert werden. Es kann aber auch so sein, dass Prozesse zwar geändert werden müssen, die Änderungen durch Konfiguration aber weniger umfangreich ausfallen. Nämlich genau dort, wo der Anwender Wahlmöglichkeiten bei der Ausführung einer Aktivität hat oder mögliche Ereignisse als Ausführungsergebnis eingrenzbar sind.

- **Geschäftsprozesse ≠ Softwareprozesse**
- **Prozesse analysieren und optimieren**
- **Defekte Prozesse & Funktionen beeinflussen die Datenqualität**
- **Datenmigration bedarf dedizierter Planung und Betreuung**
- **Die dargelegten Softwarebestandteile Prozesse, Funktionen und Daten müssen als Einheit betrachtet werden**

Daten

Informationen werden über Funktionen in Prozessen verarbeitet. Sie bilden geschäftliche Zustände unterschiedlicher Komplexität und Güte ab und ziehen einen Spannungsbogen von banalen Rechenoperationen bis hin zu hochverdichteten Berechnungsketten. Daten sind das Futter für Software. Defekte Prozesse oder Funktionen beeinflussen also die Korrektheit der Berechnungen und Ergebnisse. Daher sollte man wissen, welche Informationen wie und warum im eigenen Unternehmen in den Prozessen verarbeitet werden.

SOCIAL MEDIA

https://de-de.facebook.com/ojuto-consulting-gmbh-1062702967160685/

https://www.xing.com/companies/ojutoconsultinggmbh

https://www.linkedin.com/company/ojuto-consulting-gmbh

5 vermeidbare Fehler bei Software-Einführungen

Teil 3 - Planungsfehler

Ein Plan ist ein Plan ist ein Plan… Aber ohne Plan geht es nicht. Ein wenig Überlegung und Transparenz zu notwendigen Aktivitäten, Zeit- und Kostenmanagement muss schon sein. Dabei ist das Festhalten an ersten Annahmen, gedachten Ergebnissen oder Zeiten ebenso schädlich, wie die tägliche Neuorientierung.

Gleichermaßen ist Ungewissheit durch den Verzicht auf Planung der größte Feind eines erfolgreichen Projektabschlusses. Da spielt die gewählte Projektmanagementmethode keine Rolle.

Die Sache mit den Methoden

Apropos: da ein Projekt immer viele Beteiligte aus verschiedensten Bereichen zusammenführt, sind auch verschiedene Vorgehensweisen und Methoden unter einen Hut zu bringen. Die Ansage „Wir machen das jetzt nach Methode XYZ“ oder „Wir probieren das jetzt mal so“ oder „Wir sind ab jetzt agil“ bedeutet noch lange nicht, dass die Projektpartner auch so arbeiten können. Und wenn zwei Projektpartner zufällig nach der gleichen Methode arbeiten bedeutet dies nicht, dass beide auch das gleiche Grundverständnis und identische Vorgehensweisen haben. Der Einfluss der Unternehmenskultur auf eine gelebte Methode ist nicht zu unterschätzen. Man sollte sich im Vorfeld Zeit einräumen und überlegen, welche Methode zu einem Projekt passt und wie unterschiedliche Methoden in Einklang gebracht werden können. Das hilft, Risiken zu erkennen und zu minimieren. Im besten Fall stellt man fest, dass es keinen Handlungsbedarf gibt. In jedem Fall hat man die Chance genutzt, die Diskussion zu führen.

Agil – und nun…?

In der Entwicklung von Software ist Agilität seit Jahren schon ein fester Bestandteil im Potpourri der Projektmanagementmethoden. Die Flexibilität in der Gestaltung von Software ermöglich das Freisetzen von Kreativität und eine zeitnahe Reaktion auf Unvorhergesehenes gleichermaßen. Dadurch wird nicht per se alles besser, schneller oder gar günstiger. Gleichwohl ist es gerade die Andersartigkeit des Managementansatzes, Potenziale zu identifizieren und zu heben. Hellhörig werden sollte man aber immer dann, wenn es heißt, man könne keine konkreten Angaben zu Zeiten, Ressourcenbedarf oder Kosten machen, „weil man jetzt ja agil ist und gar nicht mehr so genau weiß, wann man womit eigentlich fertig wird“. Selbstredend lässt Agilität Termin- und Kostenplanung zu und auch Aussagen zum bisherigen Aufwand und der gelieferten Qualität. Die Bewertung innerhalb agiler Methoden erfolgt nur anders. Und sie bedarf einer Transformation in die klassischen Methoden.

- **Transformation braucht einen Plan und Steuerung**
- **Identifizieren Sie Methoden, die zum Projekt passen**
- **Agiles und klassisches Projektmanagement passen sehr wohl zueinander**
- **Projekte sollen nachhaltige Kosteneinsparungen zum Ziel haben, nicht aber Objekt der Einsparung werden**
- **Wer die Qualität aufgibt, zahlt zweimal**

Projektmanager im Schraubstock

Jeder Projektmanager steht vor der Herausforderung, **Laufzeit, Qualität und Kosten** im Griff zu halten. In Zeiten stark ausgeprägter Shareholder-Orientierung ist jeder Auftraggeber geneigt, Laufzeiten so kurz wie möglich zu halten und insbesondere die Kosten maximal zu fokussieren. Dies verleitet manch einen Projektmanager zur Streichung von Pufferzeiten und der Kürzung qualitativer Sicherungsmaßnahmen. Dem Projekt wird also wissentlich eine Risikokomponente hinzugefügt. Bei allen wirtschaftlichen Zwängen bleibt es dabei, dass das „Magische Dreieck“ des Projektmanagements aus diesen drei Komponenten besteht und nicht Kraft individueller Einwirkung auf zwei reduziert werden kann.

Über den Autor:

Karsten E. Duennemann, Gründungspartner und Geschäftsführer der ojuto consulting gmbh, ist als Projektmanager in der Beratung auf besonders komplexe Projekte spezialisiert. Und schon vor ojuto war er 20 Jahre lang als Berater tätig. Von Entsorgung bis Einzelhandel und von der Telekommunikation bis zur Bausparkasse reicht die Bandbreite der ihm bekannten Branchen. Zuletzt konzentrierte er sich vor allem auf E-Commerce, Telekommunikation und Medien.

ojuto consulting gmbh
Hofaue 63
42103 Wuppertal
+49 202 - 87054388
nachricht@ojuto.de

SOCIAL MEDIA

https://de-de.facebook.com/ojuto-consulting-gmbh-1062702967160685/

https://www.xing.com/companies/ojutoconsultinggmbh

https://www.linkedin.com/company/ojuto-consulting-gmbh

Teil 4 - Improvements powered by technology?

Das Projekt startet endlich. Ab jetzt ist es ein Selbstläufer: Optimierungen und Verbesserungen kommen quasi „von allein“, denn mit der neuen Software wird alles besser. Und damit fangen die nächsten Probleme an: Software befähigt ein Unternehmen, seine Geschäftsprozesse besser abzubilden. Aber dazu braucht es eine genaue Beschreibung dessen, was man erreichen möchte. Die bloße Einführung ohne Ihre Mitwirkung wird keine nennenswerten Verbesserungen bringen.

Anforderungsmanagement

Es ist unerlässlich, dass aus der Geschäftssicht definiert wird, welche Ergebnisse die Software erzielen soll. Dazu nehmen Sie die Perspektive des Nutzers bzw. des Endkunden ein. Erstellen Sie ein **Lastenheft mit allen Anforderungen**, die Sie sinnvoll nach Themengebieten sortieren. Eine mögliche Methodik dafür sind User Stories. Sie beschreiben das gewünschte Ergebnis, ohne dabei die konkrete Umsetzung in den Systemen zu benennen. Die Beschreibung muss von denen kommen, die für die Prozesse verantwortlich sind und den Kunden im Blick haben. Diese Arbeit kann Ihnen nicht von der IT oder dem Software-Hersteller abgenommen werden.

Optimierung vor Umsetzung!

Bei der Ableitung der gewünschten Umsetzungen werden Sie sofort feststellen, dass Dinge „historisch gewachsen“ sind und nicht optimal ineinandergreifen. Es gibt **Drehstuhlschnittstellen** (manuelle Übertragung von Angaben aus System A nach System B), **Krüppelprozesse** (Prozesse, die abrupt enden) sowie **Schattenprozesse** (Prozesse, die nie ordentlich dokumentiert wurden und eventuell den Unternehmensvorgaben widersprechen). Wenn Sie die Abläufe so übernehmen, schaden Sie sich selbst: Digitalisierung wird zur hohlen Phrase. Die Aufgabe lautet, die Prozesse und Anforderungen entsprechend optimiert zu modellieren, sodass die Software diese effizient abarbeitet. Beispiel: Sie haben vor einiger Zeit einen weiteren Paketdienst eingebunden. Die Sendungsverfolgung konnte jedoch nicht in Ihre Systeme übernommen werden. Mitarbeiter fragen diese bei jedem Kundenkontakt per Copy & Paste aus dem System des Paketdienstes ab. Sie definieren jetzt, dass die Daten automatisiert übernommen werden, damit der Kunde über die Selfcare-Plattform jederzeit über den Status seines Pakets informiert ist.

- **Anwender müssen Anforderungen an die Software definieren**
- **Setzen Sie nicht die alte Welt 1:1 um, sondern optimieren Sie die Prozesse**
- **Auch nach dem Launch müssen Sie Optimierungen treiben.**
- **Planen Sie mit erhöhten Aufwänden in der ersten Zeit nach dem Launch**

Die Arbeit nach dem Launch

Natürlich werden Sie auch komplexe Optimierungen beschreiben. Vor der Softwareeinführung ist es wichtig, alle **Verbesserungen zu priorisieren** und festzulegen, welche davon sofort und welche in den Monaten nach der Einführung umgesetzt werden. Ansonsten besteht das Risiko, dass sich die Implementierung verzögert, weil eine Vielzahl von Optimierungen vor dem Launch die Komplexität erhöhen und umfangreiche Abstimmungsrunden erfordern. Der inkrementelle Ansatz ermöglicht Ihnen, mit einem **architektonisch gut designten System** zu starten, Kinderkrankheiten auszumerzen und gleichzeitig die ersten Potenziale zu heben. **Planen Sie ausreichend Zeit ein**, bis alle Anforderungen erfasst und umgesetzt worden sind.

Man muss davon ausgehen, dass die **Einspareffekte eines neuen Systems nicht sofort**, sondern mit Verzögerung nach der Einführung eintreten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Nutzer zu Beginn mehr Zeit für die Bearbeitung eines Geschäftsvorfalls benötigen, weil die Umgebung für sie ungewohnt ist. Planen Sie deswegen mit zusätzlicher Unterstützung (on-the-job training) für die Anwender in den ersten Tagen nach Inbetriebnahme.

Über den Autor:

Florian Senda führt Effizienz- und Qualitätssteigerung im Kundenservice zusammen. Der Diplom-Kaufmann beschäftigt sich bereits sein ganzes Berufsleben mit strategischen Neuausrichtungen, Steuerungsaufgaben und Outsourcing rund um den Customer Service. Durch diverse Management-Positionen in namhaften Unternehmen aus der Telekommunikation kennt er deren Herausforderungen und Bedürfnisse rund um das Kundenmanagement besonders gut.

ojuto consulting gmbh
Hofaue 63
42103 Wuppertal
+49 202 - 87054388
nachricht@ojuto.de

SOCIAL MEDIA

https://de-de.facebook.com/ojuto-consulting-gmbh-1062702967160685/

https://www.xing.com/companies/ojutoconsultinggmbh

https://www.linkedin.com/company/ojuto-consulting-gmbh

Teil 5 – Customer Centricity & Change Management

Über den Autor:

Marcel Strickrodt ist Spezialist für Sales, X- & Upselling, Retention, Prevention, Winback, Kundenservice und das Subscriber Business. In den zurückliegenden 15 Jahren konnte er sein Fachwissen sowohl in leitenden Linienfunktionen als auch als Berater unter Beweis stellen. Marcel ist sowohl im B2C-, als auch im B2B-Umfeld zuhause.

ojuto consulting gmbh
Hofaue 63
42103 Wuppertal
+49 202 - 87054388
nachricht@ojuto.de

Softwareeinführungen, und die damit einhergehenden Prozessanpassungen, werden vielfach nicht ausreichend aus dem Blickwinkel der Customer Centricity gestaltet. Das bedeutet im ersten Moment zwar weniger Diskussionen und vor allem auch Kosten. Sie verpassen aber die Chance, gleich bei der Implementierung in Kundenzentrierung zu investieren, um auch zukünftiges Umsatzwachstum sicher zu stellen.

Die verpasste Chance

Spätere Anpassungen werden umso komplexer und teurer, da Prozesse und Funktionen wieder getrennt und neu zusammengefügt werden müssen. Man verschiebt also erstmal die Ausrichtung auf Kundenbedürfnisse in die Zukunft; gerne auch mehrfach. Die dann entstehenden Kosten für zusätzliche Anpassungen können schnell ein Vielfaches betragen. Besonders offenbar wird dies im Kundenservice eines Unternehmens. Mit hohem Kostendruck und inhaltlichen und personellen Herausforderungen im Tagesgeschäft wird versucht, erste Schritte in Richtung Customer Experience über die Messung von Kundenzufriedenheit (CSAT) und Net Promoter Score (NPS) zu gehen. Aber weder die technische noch die organisatorische Grundlage ist dafür geschaffen. Noch immer geht es oft darum, Tickets möglichst günstig „wegzukloppen“.

Langfristig denken

Bei der Konzeptionierung einer z.B. CRM-Einführung sollte von Beginn an darauf geachtet werden, die Sicht des Kunden zu berücksichtigen. Der Einfachheit halber bindet man die Experten aus dem Kundenservice mit ein. Stellen Sie bei allen Themen im Projekt immer auch die Frage: Wie können wir den Prozess oder die Funktion auch für den Kundenservice besser und günstiger machen? Customer Centricity ist, neben der Fokussierung auf Produkt, Preis, Kosten und Innovation, ein weiteres Puzzlestück, ein Unternehmen fit für die Zukunft zu machen. Customer Centricity-Orientierung fördert implizit auch die interne Kommunikation und das gegenseitige Verständnis für die jeweiligen Sorgen, Nöte und Ziele einzelner Abteilungen. Die Ausrichtung auf Customer Centricity ist ein **langfristiger** Ansatz, Kosten zu senken und mehr Umsatz und Gewinn zu generieren.

- **Customer Centricity ist eine Chance zur Steigerung des Unternehmenswertes**
- **Spätere Anpassungen erfordern eine prozessuale und funktionale Neugestaltung**
- **Denken Sie langfristig**
- **Bauen Sie das Change Management professionell auf**
- **Steuern Sie den Change „top down“**

Change begleiten

Kundenzentrierung und Kundenzufriedenheit, als zusätzliche Maxime zur Ausweitung von Marktanteilen und Gewinnmaximierung, im Unternehmen zu verankern bedeutet, sich auf eine langfristige Änderung einzustellen. Gerade das scheint häufig eine der wesentlichen Herausforderungen zu sein. Immerhin drängelt sich eine weitere Unternehmensfunktion in den bestehenden Abteilungswettbewerb, platziert seine Daseinsberechtigung und buhlt um Aufmerksamkeit gleichermaßen. Insofern ist Customer Centricity, als zusammenfassendes, wertschöpfendes Ziel, **„von oben nach unten“ zu managen.** Eine aktive Begleitung durch ein professionelles Change Management und entsprechende Experten ist dabei eine Notwendigkeit.

SOCIAL MEDIA

https://de-de.facebook.com/ojuto-consulting-gmbh-1062702967160685/

https://www.xing.com/companies/ojutoconsultinggmbh

https://www.linkedin.com/company/ojuto-consulting-gmbh