

# „Kundenprozesse, der Schlüssel für den Erfolg im 21. Jahrhundert“ 7 Schritte zur erfolgreichen Optimierung der Kundenprozesse

Von Klaus Dörrenhaus

Erlauben Sie mir zu Beginn 2 Thesen:

1. Digitalisierung in den Kundenprozessen von Industrie und Großhandel ist nur dann gut, wenn sie die Menschen unterstützt und so zu höherer Kundenzufriedenheit führt. Nur höhere Kundenzufriedenheit sichert langfristig den Erfolg.
2. Die Kundenprozesse sind, speziell im B2B, der alles entscheidende Schlüssel zum Erfolg im 21. Jahrhundert.

**Es geht um nachhaltige Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit im sich rasch wandelnden Markt.**

## 4 Fakten:

1. Heute sind alle Technologien und Produkte weltweit jedem zugänglich.
2. Wettbewerber, wie auch Kunden, haben volle Markt-Transparenz.
3. Kunden finden jedes Angebot mit zwei Mausklicks, selbst auf internationalen Märkten.
4. Durch eine immer stärker voranschreitende Konzentration auf Lieferantenseite wie auf Abnehmerseite müssen die Marktteilnehmer sich immer wieder neu erfinden.

## Was bedeutet das für den Großhandel? Was für die Industrie?



Großhändler befinden sich heute in einer Sandwich-Position. Durch die hohe Wettbewerbsintensität im Markt konzentrieren sich auf der einen Seite ihre Lieferanten immer stärker und auf der anderen Seite ihre Abnehmer. Das verlockt Lieferanten zum Direktgeschäft unter Umgehung des Großhandels. Sobald ein großer Lieferant aber erst einmal mit dem Direktgeschäft an große Abnehmer im Markt begonnen hat, ist dieser Umsatz für den Großhandel in der Regel erst einmal verloren. Schnell kann es sein, dass der Nächste meint, dem Beispiel seines Konkurrenten folgen zu müssen. Der Großhandel ist unter Druck! Der Ausweg liegt in der Optimierung der Kundenprozesse und damit Erhöhung des Nutzens für Lieferanten + Kunden.

## Die Chancen liegen in der Kundenprozess-Optimierung

Die Chancen für den Großhandel, um für beide Seiten die Kunden wie auch die Lieferanten in diesem Strukturwandel relevant zu bleiben, liegen im eigenen Wandel! Liegen in der Optimierung, Ergänzung oder Veränderung der eigenen Kundenprozesse!

Der Großhändler im Speziellen hat die einzigartige Möglichkeit, dass er die Interessen sowohl der Kunden wie auch der Lieferanten intelligent und nutzenstiftend in einem durchgängigen Prozess-Fluss miteinander vernetzen und sich so für beide unentbehrlich machen kann. Ist dies gelungen, sind die Ausstiegshürden für große Lieferanten deutlich höher.

Digitalisierung muss hierbei aber immer im Dienste der Menschen stehen. Dient sie nur der kurzfristigen Kostensenkung, führt sie langfristig zu verheerenden Kundenverlusten!

**Das Ziel sind sowohl digitale, wie auch menschenorientierte Kundenprozesse, die zu einer gesteigerten Kundenzufriedenheit bei geringeren Prozesskosten führen.**

Digitalisierung ist hierbei kein Selbstzweck sondern dient dem zu steigernden Kundennutzen. In höheren Service-Leveln und der Übernahme ganzer Teilprozesse von Lieferanten und Kunden stecken ganz neue Wertschöpfungs- und Wachstumspotentiale für den Großhandel.

### **Wie ist die Perspektive der Industrie?**

Der Hersteller hat die Chance, wesentlich näher an seine Kunden heranzurücken und sie so an sich zu binden. Und ganz neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Ein Beispiel aus der Baubranche, welche aufgrund einer „Entregionalisierung“, u.a. durch Bauhandwerker ohne eigenes stationäres Geschäft, im Wandel ist, zeigt das perfekt. Als Spezialwerkzeug-Hersteller lief der Vertrieb früher über den Großhandel an den lokalen, niedergelassenen Handwerksbetrieb und dieser hatte es in seiner Werkzeug-Kammer. Bei Bedarf gab er das Gerät seinem Mitarbeiter mit, wenn dieser es auf der Baustelle benötigte.

Heute ordert der Handwerker an der Baustelle das Spezialgerät einfach per App von seinem Smartphone. Innerhalb 3 Stunden ist es an der Baustelle – als Leihgerät!

### **Phantasterei, Vision oder Realität?**

Die Technologie ist da! Doch wer macht das Rennen um einen solchen Zukunftsmarkt? Ein Hersteller? Ein Großhändler? Eine Baumaschinen-Vermietung? Ein Start-Up, welches eine solche Plattform aufbaut? Ein Hersteller-Verbund? Ein Großhandels-Verbund? Ein Branchenfremder wie Amazon? Alibaba? Rocket-Internet oder Google?

Trifft das Beispiel auf Ihre Branche zu? Sicherlich nicht. Aber die Analogie schon! Es sind die Möglichkeiten des unbegrenzten und an jedem Ort und zu jeder Zeit verfügbaren Datenflusses und Datenzugriffes, welche ganz neue Möglichkeiten in den Kunden-Prozessen eröffnen. Das ist gemeint mit „Digitaler Transformation“!

Als Spezialisten für die Verbesserung von Kundenprozessen sehen wir täglich den Einfluss der „Digitalen Transformation“. Sie macht vor keiner Branche halt und löst viele Veränderungen aus sowohl im Großhandel wie auch in der Industrie und im Endverbrauchergeschäft sowieso.

Die Digitalisierung kann dabei enorme Chance sein und gerade dem Großhandel die langfristige Existenzberechtigung sichern oder Industrie-Unternehmen ganz plötzlich innerhalb weniger Jahre zur absoluten Marktführerschaft verhelfen.

### **Über optimierte Kundenprozesse erreichen Sie, dass...**

- ...mehr Kunden zu Ihnen kommen
- ...mehr bei Ihnen kaufen
- ...mehr dafür zu zahlen bereit sind
- ...dauerhaft länger Kunden bleiben

und dies zu niedrigeren Prozesskosten!

Das Ergebnis ist eine auf die Zukunft ausgerichtete Stabilisierung des Geschäftsmodells und ein profitables Wachstum.

### **Durch Zuhören zur Lösung!**

Durch intensive Einbindung der Kunden und Mitarbeiter erreichen Sie, dass der Faktor Mensch gebührend in den Mittelpunkt rückt und eine intensive Kundenorientierung sowie eine hohe Identifikation aller Beteiligten mit den zukünftigen, i.d.R. digital unterstützten Kundenprozessen gewährleistet ist.

Von der Analyse, über die strategische Planung Ihrer zukünftigen Kundenprozesse, bis hin zum Projektmanagement in der Umsetzung sollten die Mitarbeiter und Kunden permanent eingebunden sein. Dies wird durch Fokus-Gruppen-Interviews, Einzelinterviews, Workshops und eine beobachtende Begleitung der gesamten Customer Journey erreicht.

Prozess-Management ist immer auch Change-Management und das heißt die Menschen mitnehmen auf den Weg zum Erfolg.

### **Sie wollen Ihre Kundenprozesse unter die Lupe nehmen, überarbeiten und optimieren?**

Der Weg ist einfach, kein Hexenwerk! Er besteht aus 7 ganz klassischen Schritten:



Nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf und vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch. Wir hören Ihnen zu und geben Ihnen aus unserem Erfahrungshintergrund offenes Feedback sowie wertvolle Tipps und Anregungen!

Gemeinsam mit Ihnen erarbeiten wir ein Grundkonzept, wie eine Herangehensweise bei Ihnen aussehen könnte.

Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen. Sie erreichen uns per Mail unter [klaus.doerrenhaus@anxo-consulting.com](mailto:klaus.doerrenhaus@anxo-consulting.com) oder unter Telefon 06192 40 269 0.

**ANXO. Wir verändern Ihre Welt.**