

Customer Centricity

So gelingt die nachhaltige Umsetzung von Omnichannel

München, 31.03.2020. Der Begriff Omnichannel ist derzeit in aller Munde – ob bei der Einführung von Omnichannel Strategien oder der Ausrichtung ganzer Unternehmen oder Unternehmensbereiche auf die kanalübergreifenden Bedürfnisse der Kunden. Für eine erfolgreiche Implementierung eines echten Omnichannel-Angebots hat Iskander Business Partner die zentralen Faktoren analysiert und Wege zur Überwindung der Hindernisse und Risiken entwickelt.

Was wollen Kunden heute?

Die Erwartungshaltung der Kunden verändert sich zusehends. Laut Google beenden 85% der Online-Shopper ihren Einkauf nicht auf dem initial genutzten Endgerät. Dabei ärgert es sie natürlich, wenn der bereits gefüllte virtuelle Warenkorb auf einem anderen Endgerät nicht mehr verfügbar ist. Konsumenten fragen außerdem zunehmend nach 24/7 Service und genießen die Bequemlichkeit des Online-Kanals für Recherche, Service und Einkauf. Andere Kunden wiederum erwarten nach wie vor auch perfekten Offline-Service. Kurzum: Kunden erwarten heute das Beste aus beiden Welten.

Die zentralen Erfolgsfaktoren einer Omnichannel-Strategie

Für Kunden bedeutet das, dass sie die Kanäle beliebig kombinieren und wechseln können, ohne dass bereits erteilte Informationen verloren gehen. Damit Unternehmen dies leisten können, hat Iskander Business Partner folgende Erfolgsfaktoren analysiert:

#1 Eine 360° Sicht auf seine Kunden einnehmen – die größte Herausforderung der meisten Unternehmen besteht in der mangelnden Verfügbarkeit der relevanten Kundendaten sowie einer historisch bedingten fragmentierten Systemlandschaft. Durch die Einnahme einer 360° Kundensicht sowie die umfassende Sammlung relevanter Kundendaten ist das Unternehmen in der Lage dem Kunden gegenüber ein einheitliches Erscheinungsbild nach außen zu präsentieren und kann sich im Wettbewerb differenzieren.

#2 Eine optimale Systemintegration umsetzen – um Omnichannel zum Erfolg zu führen, muss es einem Unternehmen gelingen, seine alten Vertriebsstrukturen und damit einhergehende Provisionsverteilungskonflikte zu überwinden. Im Rahmen einer kanalübergreifenden konsistenten Steuerung aller Systeme und Kanäle, die Iskander Business Partner aufzeigt, kann diese Herausforderung zu einem langfristigen Erfolgsfaktor werden.

#3 Authentizität beim Change Management – die Veränderungen für die Organisation auf dem Weg zu einem echten Omnichannel sind weitreichend und fundamental. Mitarbeiter klammern sich oft an alte Strukturen und stehen anstehenden Veränderungen ablehnend gegenüber. Dadurch kommt einem authentischen Change Management große Bedeutung zu. Gleichzeitig muss das Unternehmen flexibel bleiben und auf Veränderungen reagieren kurzfristig können.

Diese drei von Iskander Business Partner identifizierten Erfolgsfaktoren entfalten ihr volles Potential in ihrer Kombination – denn Omnichannel betrifft alle Unternehmensbereiche und kann nur ganzheitlich betrachtet zum Erfolg führen.

Je nach Unternehmen und Branche finden diese Erfolgsfaktoren individuell gewichtet Anwendung. Darüber hinaus ist die Implementierung einer Omnichannel-Strategie komplex, aufwendig und impliziert die Notwendigkeit eines organisatorischen Wandels. Unternehmen, die eine Omnichannel-Strategie einführen möchten, müssen daher langfristig denken, damit eine erfolgreiche Umsetzung gelingen kann.

Über Iskander Business Partner GmbH

Die 2005 gegründete Unternehmensberatung Iskander Business Partner steht für messbaren Mehrwert und eine ergebnisorientierte Partnerschaft mit dem Kunden. Sie berät Unternehmen in den Bereichen Telekommunikation, Information, Medien und Entertainment, Retail, Automotive und Financial Services. Iskander Business Partner entwickelt umsetzungsorientierte Lösungen, um Produkt-, Marketing-, Vertriebs- und CRM-Strategien zu optimieren oder neu auszurichten. Mit unternehmerisch denkenden, engagierten Beratern und spezialisierten Experten begleitet und unterstützt die Unternehmensberatung ihre Kunden maßgeschneidert von der Strategie bis zur erfolgreichen Umsetzung. Vertrauen, Transparenz und Kundenorientierung bilden die Eckpfeiler der gesamten Unternehmensphilosophie und spiegeln sich in der Arbeit jedes einzelnen Beraters wider.

Folgen Sie Iskander Business Partner



Pressekontakt:

Fortis PR

Evelyn Erdle/ Ramona Daub

i-b-partner@fortispr.de

089/45 22 78 -17 / -15