
Firmen verkennen Einfluss von Digitalisierung auf Kunden

Veröffentlicht am: 31.03.2017, 11:50

Pressemitteilung von: **HENDRICKS, ROST & CIE.** // Frank Hendricks

Neue Untersuchung der Managementberatung HENDRICKS, ROST & CIE.

Düsseldorf, 31. März 2017 - Deutsche Unternehmen investieren teils erheblich in neue IT-Lösungen, doch Kundenorientierung bleibt dabei häufig auf der Strecke. Das ist zentrale Erkenntnis einer aktuellen, umfassenden Untersuchung von HENDRICKS, ROST & CIE. (HRCIE). Für die Studie "Überlebensfaktor Kundenorientierung: Wie Unternehmen die Digitalisierung meistern" hat die Düsseldorfer Strategieberatung 230 Manager in mittelständischen und großen Firmen befragt sowie 30 Experten interviewt. "Unsere Studie belegt, dass der Einfluss digitaler Technologien und Prozesse auf das Kundenverhalten unterschätzt wird. Zudem konzentrieren sich vor allem viele Traditionsfirmen auf interne digitale Prozesse, anstatt Kundenbedarfe systematisch zu hinterfragen und konsequent Kontakt zu Konsumenten zu suchen", sagt Frank Hendricks, Geschäftsführer der Strategieberatung. Dabei sei genau das heute entscheidend für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen.

Kunden entscheiden, welches Unternehmen untergeht oder überlebt

Klar ist: Digitale Medien sowie Informationssysteme können Unternehmen und Kunden längst detaillierte Daten liefern. Doch während Konsumenten durch Web-Recherchen oder Social Media-Empfehlungen immer mehr darüber entscheiden, welches Unternehmen untergeht oder überlebt, verpassen viele Unternehmen die Chancen, die die Digitalisierung bei der Kundengewinnung bietet. Zwar schätzen laut HRCIE-Studie die Mehrheit der Manager (79 %) die Bedeutung kundenorientierter Marktbearbeitung als hoch bis sehr hoch ein. Gleichzeitig glauben jedoch nur 57 Prozent, dass die Digitalisierung einen hohen oder sehr hohen Einfluss auf das Kundenverhalten hat.

Diese Diskrepanz zeigt sich laut HRCIE-Studie auch bei der Einschätzung der Kundenorientierung selber: 75 Prozent der Umfrageteilnehmer meinen, sie hätten zufriedene oder sehr zufriedene Kunden. Konsumenten aber geben laut der repräsentativen Verbraucherbefragung Kundenmonitor Deutschland 2016 vielen Firmen etwa aus dem Handels- oder Dienstleistungssektor eher schlechte Noten bei Servicequalität und Preis-Leistungs-Verhältnis. "Käufer verstehen offenbar etwas anderes unter Kundenorientierung als Unternehmen", sagt Frank Hendricks und erläutert: "Unternehmen müssen noch viele Aufgaben meistern, bevor sie sich wirklich als kundenorientiert bezeichnen können."

Kundenorientierung: Organisationsprozesse größte Herausforderung

Dass deutsche Firmen sich mehr damit beschäftigen müssen, welche Bedürfnisse Kunden haben, welche Anliegen und Probleme ihnen wichtig sind, bestätigt die HRCIE-Analyse eindeutig. Fast die Hälfte der Befragten misst zwar kontinuierlich die Kundenzufriedenheit; und immerhin ein Viertel sammelt Kundendaten unregelmäßig. Doch parallel belegt die Studie, dass die Unternehmen hierzulande bei Erhebung sowie Analyse von Kundenzufriedenheit kaum systematisch vorgehen und zu selten integrierte IT-Systeme einsetzen. Entsprechend trauen viele Befragte den Kundendaten eher nicht. Das liegt laut Studie daran, dass Informationen fehlerhaft sind oder zu spät kommen.

Auf die Frage, wo besonderer Handlungsbedarf bei der Kundenorientierung besteht, nennen die Befragten primär drei Felder: Als größte Herausforderung wird die Verbesserung der Organisationsprozesse gesehen. Mit geringem Abstand folgt die Daten- und Informationsanalyse, dann

die nötige Veränderung der Organisationsstruktur. "Die Unternehmen wissen durchaus, dass sie etwas verändern müssen, gehen es aber nicht an. Weil Digitalisierung die gesamte Organisation betrifft", erklärt Prof. Dr. Frank Thomas Meyer von der Mediadesign Hochschule in Düsseldorf im Expertengespräch. Um Unternehmen den Übergang zu erleichtern, stellen die Autoren der Studie daher ein Konzept mit fünf Schritten vor: Es zeigt auf, wie Unternehmen sukzessive eine effiziente, kundenorientierte Organisation gestalten.

Über die Studie

Für die Untersuchung "Überlebensfaktor Kundenorientierung: Wie Unternehmen die Digitalisierung meistern" haben die Berater von HRCIE 230 Manager befragt sowie 30 Experten persönlich interviewt. Zu den Experten gehören Prof. Dr. Claudia Lemke, Professorin für Wirtschaftsinformatik an der HWR Berlin, Prof. Dr. Frank Thomas Meyer, Dozent an der Mediadesign Hochschule Düsseldorf, sowie der Technik-Journalist und IT-Berater Rafael Bujotzek. Die Online-Befragung zu den Themen Digitalisierung, Kundenorientierung, Vertrieb, Customer Relationship Management-Systeme (CRM), Unternehmenskultur und Führung erfolgte zwischen September 2016 und Januar 2017. Aus den Umfrageergebnissen und Expertengesprächen ist eine 100-seitige Studie mit etlichen interessanten Statistiken, Beispielen sowie pragmatischen Empfehlungen für kundenorientierte Organisation entstanden. Hinweis: Die Untersuchung kann für eine Schutzgebühr von 50 Euro unter der Mailadresse info@hrcie.com bestellt werden.

Über HENDRICKS, ROST & CIE.

HENDRICKS, ROST & CIE. unterstützt Manager, Geschäftsführer und Vorstände von mittelständischen sowie großen Firmen. Die Gesellschaft aus Düsseldorf liefert Konzepte und Lösungen für eine verbesserte Entscheidungsfindung, eine optimale Unternehmenssteuerung sowie für Markt- und Kundenmanagement. Dazu arbeiten HRCIE mit technologischen Spitzenprodukten für Business Intelligence und Performance Management von namhaften Herstellern wie Microsoft und IBM.

Ansprechpartner:

HENDRICKS, ROST & CIE. GmbH
Frank Hendricks
Geschäftsführer
Cecilienallee 66
40474 Düsseldorf
Tel.: 0211 545 546 090
Mail: frank.hendricks@hrcie.com
Web: www.hrcie.com

Pressekontakt

Herr Frank Hendricks
Geschäftsführer

HENDRICKS, ROST & CIE.

Cecilienallee 66
40474 Düsseldorf, Deutschland

Telefon: 0049 (0)211 545 546 090
E-Mail: frank.hendricks@hrcie.com
Website: www.hrcie.de

Firmenportrait

HENDRICKS, ROST & CIE. unterstützt Manager, Geschäftsführer und Vorstände von mittelständischen sowie großen Firmen. Die Gesellschaft aus Düsseldorf liefert Konzepte und Lösungen für eine verbesserte Entscheidungsfindung, eine optimale Unternehmenssteuerung sowie für Markt- und Kundenmanagement. Dazu arbeiten HRCIE mit technologischen Spitzenprodukten für Business Intelligence und Performance Management von namhaften Herstellern wie Microsoft und IBM.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>