

## CIOs heute und morgen

Fachartikel



### Die geheimen Komponenten für IT-Erfolg: CX und der CIO von Morgen

Wir entschlüsseln, wie Transformationseffekte durch Customer Experience ihre IT-Strategie in Zukunft beeinflussen

Was sind die heutigen Prioritäten von Unternehmen im Bereich CX? In welche Technologien wird investiert? Und wie wichtig ist eine CX-Strategie für die Zukunft? CIOs und ihre IT-Teams bewegen sich derzeit in einem hochdynamischen Umfeld, das auch einen grundlegenden Wandel innerhalb der IT-Abteilung erfordert – und damit sind nicht nur die

Transformationseffekte von Cloud-Einführungen gemeint. Exemplarisch zeigen sich die Konsequenzen im Bereich Customer Experience, also dann, wenn Unternehmen systematisch Kunden in den Mittelpunkt ihrer Prozesse stellen. CIOs können diese Entwicklungen für sich nutzen – und CX zu ihrer Geheimwaffe der Zukunft machen.

## CIOs und CX: Was ist der Status Quo?

Organisationen arbeiten heute nicht mehr in einem konstanten Umfeld. Von allen Seiten herrscht großer Druck, sich an dynamische Technologien und schnelllebige Märkte anzupassen. Vor allem wenn es darum geht, Kundenerwartungen besser zu erfüllen und Kundenerlebnisse zu optimieren. Das zeigt auch der aktuelle, globale Customer Experience Benchmark Report 2021 von NTT DATA.

Mit welchen Prioritäten gehen Unternehmen hier vor? Im Report gaben die befragten Organisationen mehrheitlich an, dass sie sich kurzfristig auf die Unterstützung ihrer Mitarbeiter konzentrieren, auf die Einbindung ihrer Kunden und darauf sicherzustellen, dass sie die richtigen Daten haben, um die Auswirkungen ihrer Entscheidungen zu messen.

### Kurzfristige Top-Prioritäten von Unternehmen im Bereich CX

1	Enablement der Mitarbeiter (technisch und in Bezug auf Fähigkeiten)
2	Weiterentwicklung der Mitarbeiter (z.B. mit Wissens- und Navigationstools)
3	Personalisierung des Service
4	Analytik (inkl. Datenmanagement und Visualisierung)
5	Proaktive CX
6	Systemintegration (d.h. vernetzte Customer Journeys)
7	Migration zu digital gesteuerten Lösungen
8	Sich entwickelnde Technologiearchitekturen (z. B. Hybrid-Cloud, PaaS, IaaS usw.)
9	Andere aufkommende Technologien (z. B. IoT, 5G, Edge-Computing, Blockchain usw.)
10	KI-Lösungen (einschließlich maschinellen Lernens)

Die Einführung neuer Technologien, die Entwicklung entsprechender Architekturen und ganzheitlichen Systemintegrationen werden, vielleicht naiverweise, vorerst zurückgestellt – werden aber der Schlüssel zur Verwirklichung der kurzfristigen Ziele sein. Die Disruptoren im internationalen

Vergleich räumen diesen Bereichen nämlich bereits eine höhere Priorität ein – im Durchschnitt sind sie 22,7 % weiter als andere Unternehmen bei der Nutzung neuer Technologien zur Verbesserung von CX.

## CX-Budgets und -Ressourcen sind gestiegen

60 % der Unternehmen geben im Report an, dass die fortschreitende digitale Transformation in den nächsten zwei Jahren eine Aufstockung der Gesamtbudgets für CX erfordern wird (46,3 % sagen das Gleiche für 2020). Fast jedes fünfte Unternehmen erwartet, dass die Kosten für physische Gebäude und die Anzahl der Mitarbeiter sinken werden. Der laut Report wichtigste Bereich für erhöhte CX-Investitionen in den letzten 12 Monaten? Die IT.

Die Marktdurchdringung von technologischen Megatrends wie Cloud, Digitalisierung und Automatisierung ging einher mit der beschleunigten Einführung dieser Technologien während der der Pandemie. Jetzt führen Unternehmen diese Technologien zusammen, um ein flexibles, datenreiches und digital gesteuertes Betriebsmodell zu ermöglichen. Im Vordergrund steht dabei die Etablierung einer besseren Customer Journey in Form von beispielsweise höherer Personalisierung bei Informationen und Angeboten.

# 58,70%

der IT-Abteilungen haben die Budgets im Bereich CX in den letzten 12 Monaten angehoben



## Wichtigste CX-Technologie-Initiativen

1	Datenanalytik/Datenmanagement
2	Cybersicherheit (z. B. Verhinderung von Angriffen/Betrugsbekämpfung)
3	Schnittstellen zur Mitarbeiterunterstützung
4	Digitale Transformation (inkl. neue digitale Kanäle)
5	Verbesserte Netzwerkanbindung (z.B. 5G, LAN/WAN-Bandbreite, Edge Computing etc.)
6	Cloud-Lösungen
7	Systemintegration (z. B. Omnichannel - vernetzte Customer Journeys)
8	Self-Service (inkl. Web, Mobile, IVR)
9	Künstliche Intelligenz (virtuelle Assistenten, maschinelles Lernen, natürlichsprachliche Sprachschnittstelle)
10	Internet der Dinge
11	Virtuelle Assistenten/sprachgesteuerte Schnittstellen
12	Biometrische Daten (Gesicht, Stimme, Fingerabdruck usw.)
13	Robotergestützte Prozessautomatisierung (einschließlich proaktiver Automatisierung)
14	Andere

## Die Balance zwischen Technologie und menschlicher Interaktion

Branchenführer, die CX zur Priorität gemacht und agilere Geschäftsmodelle eingeführt haben, vergrößern aktuell den Abstand zu jenen, die sich nicht weiterentwickeln. Der CX Benchmarking Report der NTT DATA zeigt, dass Branchenführer eine zentrale Strategie umsetzen: zu versuchen

zu verstehen, wie Kunden mit ihnen interagieren wollen, nämlich effektiv, einfach und sicher. Sie haben Betriebsmodelle implementiert, die eine effektive Kundeninteraktion ermöglichen und menschliche Berührungspunkte unterstützen. Der Report zeigt, dass ein durchgängiger Plan zur Optimierung der CX-Strategie die „Geheimwaffe“ für erfolgreiche CX-Resultate ist.

*Global Customer Experience Benchmarking Report 2021:*

**„Ein durchgängiger Plan zur Optimierung der CX-Strategie ist die „Geheimwaffe“ für erfolgreiche CX-Ergebnisse.“**

## Die Agilität beschleunigen: Die Cloud und CX

Welche Bestandteile und Grundlagen sollte diese Strategie haben? Im Bereich Customer Experience sind Cloud-basierte Lösungen heute der Standard. Und das aus guten Gründen. Bei SAP CX sind die Einstiegshürden gering, da die Lösungen sofortigen Zugang zu einem breiten Ökosystem von Funktionen und Anwendungen bieten - einschließlich

KI, maschinellem Lernen, digitalen Kontaktkanälen, Qualitätsüberwachung und Mitarbeiterengagement. Sie können schnell und in großem Umfang implementiert werden, und zwar zu deutlich geringeren Investitionen als bei lokalen und gehosteten Lösungen und ohne das Risiko von Ausfallzeiten.

### Warum macht die Cloud bessere Customer Experience möglich?

#### Top 5:

<b>1</b>	<b>Flexibilität</b>
<b>2</b>	<b>Integrationsmöglichkeiten (z. B. in eine einzige Plattform)</b>
<b>3</b>	<b>Betriebszeit/Zuverlässigkeit</b>
<b>4</b>	<b>Anpassungsfähigkeit</b>
<b>5</b>	<b>Fähigkeit, neue Ideen/Lösungen zu testen</b>

Die Cloud bietet Unternehmen auch einen besseren Zugang zu Daten und Analysen als herkömmliche Lösungen. Allerdings sind Unternehmen unterschiedlich weit entwickelt, wenn es darum geht, diese Daten für umfassendere CX-Strategien zu nutzen. Viele Organisationen nutzen die Funktionen und Vorteile der Cloud auch nicht effektiv. Dem Move-to-Cloud deshalb nicht zu fol-

gen bedeutet aber auch: auf lange Sicht abgehängt zu werden. Um die Cloud und eine entsprechende Architektur zu etablieren, die als technologische Basis für bessere Customer Experience dient, müssen sich IT-Abteilungen und CIOs in Zukunft entsprechend aufstellen.

## CIOs und IT-Teams: Das ist morgen wichtig

Die Transformation zur Cloud-Architektur stellt viele IT-Abteilungen vor Herausforderungen. Neue Konzepte für Integrationen, Prozesse und Betrieb sind nötig. Flexible Lizenzierungsmodelle und nicht zuletzt neue Skills der Teams entscheiden darüber, ob Cloud-Lösungen den Erfolg haben, den sie versprechen. Fest steht aber auch: der Business Case für die Cloud wird immer einfacher. CIOs, die sich auf folgende fünf Effekte einstellen, werden ihren Weg erfolgreich gehen.

### 1. Die Cloud erfordert neue Fähigkeiten in IT-Teams

Die bedeutendste Aufgabe für CIOs bzw. IT-Verantwortliche in den nächsten fünf Jahren wird die Weiterbildung ihres Personals sein. Mit Cloud-Einführungen verändert sich das Anforderungsprofil an Skills stark, beispielsweise in Richtung von Technologien zur Analyse von Big Data, zur Einführung mobiler Lösungen oder tiefere Integration der Systeme. Im Fokus werden Teams für komplexe Aufgaben stehen, die als Teil von agilen DevOps-Einheiten agieren.

### 2. Die Cloud erfordert neue Konzepte für Betrieb, Projekte und Lizenzmodelle

Die Cloud erlaubt verschiedenste Bezahlmodelle, differenzierte Lizenzierung z.B. durch Skalierbarkeit, Renewals und Add-Ons, und den Einsatz von Managed Services. Dadurch ändert sich nicht nur Art und Umfang der Instandhaltung des IT-Betriebs. Es kann auch Geld gespart werden. Die Integration mehrerer Lösungen unter einer Cloud-Plattform, was gerade im Bereich Customer Experience gut funktioniert, kann die IT beispielsweise mit entsprechend eingesetzter KI dazu beitragen, dass beispielsweise im Bereich Kundenservice oder E-Commerce weitere Betriebskosten eingespart werden.

### 3. Die Cloud erhöht die Anforderungen an die IT in Bezug auf den Unternehmenserfolg

Blicken wir allein auf den Bereich Customer Experience, dann ist der Schritt, die Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, für viele Unternehmen ein ganz neues Geschäftsmodell. Damit ist gleichzeitig die IT stärker gefordert: um eine durchgängige Customer Journey zu schaffen, müssen auch die unterschiedlichen Systeme kundenorientiert aufgebaut und Prozesse end-to-end implementiert und zugänglich gemacht werden.

### 4. Die Cloud schafft neue Wertschöpfungsketten

Viele Cloud-Systeme, vor allem die SAP-Lösungen zu Customer Experience, leben von ihrer Modularität. Dadurch können nicht nur Integrationsaufwände reduziert, sondern gleichzeitig die Basis für technologische Weiterentwicklungen geschaffen werden. Beispiele sind Automatisierungen und Effizienzsteigerungen von Prozessen. Innovationen werden durch Updates und neue Features automatisch zur Verfügung gestellt. Das kann auch dabei helfen, Systemausfälle zu reduzieren.

### 5. Die Cloud befeuert den Trend zum One-Vendor-Ansatz

Fragen Sie sich selbst: Wie viele unterschiedliche Systemanbieter und Einzelsysteme nutzen Sie? Wenn Cloud-Einführungen einem Eine-Plattform-Gedanken folgen, wie bei SAP CX, kann die Anzahl von Einzellösungen stark reduziert werden (siehe Modularität bei Punkt 4). Für Unternehmen heißt das: sie können Systemanbieter reduzieren, also weg vom Multi-Vendor-Ansatz gehen.



## Fazit: CIOs werden die Gestalter strategischen Erfolgs

Noch einmal in Zahlen. Laut dem CX Benchmarking Report gilt CX als der wichtigste Indikator für die strategische Leistung eines Unternehmens. Diese Ansicht wird durch den

Anstieg der Verantwortlichkeit auf Vorstandsebene für CX gestützt, der sich im letzten Jahr mehr als verdoppelt hat.

### Die Top 5 Indikatoren für strategischen Unternehmenserfolg:

**1** Customer Experience (einschließlich Zufriedenheit)

**2** Ergebnisse der digitalen Transformation

**3** Markenstärke (Reputation und Vertrauen)

**4** Marktanteil (einschließlich Wachstum)

**5** Kostenkontrolle (Budgetverwaltung)

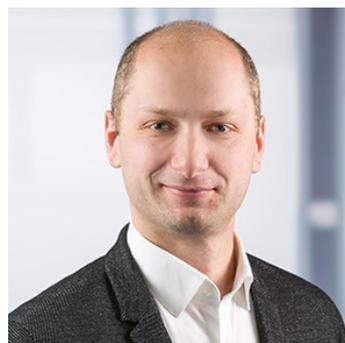
Allerdings: 58,8% der Unternehmen stimmen zu (25,7% stimmen voll zu), dass CX die Schwachstelle in ihrem Produkt-/Lösungsportfolio ist; nur 45,0 sind mit ihren CX-Fähigkeiten voll zufrieden. Diesen Wert anzuheben, wird auch zentrale

AufgabederCIOssein.MitderrichtigenStrategieundentsprechender Cloud-Technologie, werden sie damit den Grundstein für den Zukunftserfolg ihres Unternehmens legen.



## Autor

Als Content Marketing Manager begleitet Anders Landig die Digitalisierungsprojekte von Sybit. Er analysiert Prozesse, Lösungen und Erfolge mit der Kundenbrille und übersetzt die Ergebnisse in Inhalte, die auch andere Unternehmen weiterbringen sollen. Mit seinen vielfältigen Einblicken in unterschiedlichste Märkte und dem Fokus Customer Experience gibt Anders Landig brancheübergreifende Antworten auf die zentrale Frage rund um die SAP Customer Experience Solutions: Was haben die Kunden unserer Kunden wirklich davon?



**Dr. Anders Landig**  
Content Marketing  
Manager

## Über Sybit

CX - Kunden erreichen, gewinnen, begeistern!

Customer Experience ist einer der zentralen Differenzierungsfaktoren im Wettbewerb: Unternehmen, die die Bedürfnisse ihrer Kunden und Interessenten konsequent in den Mittelpunkt stellen, sind nachweislich erfolgreicher. Die Sybit GmbH ist der Partner für ganzheitliches Customer Experience Management. Als langjähriges SAP-Beratungshaus und Top 20-Digitalagentur in Deutschland entwickelt Sybit Lösungen, die sämtliche End-to-End-Prozesse der Customer Journey abbilden, vom Vertrieb über E-Commerce und Service bis hin zum Marketing.

Das Portfolio basiert auf der engagierten Arbeit hochqualifizierter Fachkräfte und umfasst die Prozessberatung von der Analyse und Strategieplanung über Design, Implementierung und tiefe Integration bis hin zu umfassenden Application Management Services auf Basis der SAP Customer Experience Lösungen. Die zugrundeliegende SAP Customer Experience Technologieplattform wird dabei als Frontend hin zum SAP ERP beziehungsweise SAP S/4HANA eingesetzt. Für eine performante und stets transparente Projektabwicklung setzt Sybit auf die Anwendung und Weiterentwicklung der agilen Projektmethodik.



Gegründet im Jahr 2000 beschäftigt das Unternehmen mit Hauptsitz in Radolfzell am Bodensee und den Niederlassungen in Bielefeld, Hannover, Offenbach und Pforzheim heute über 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mehr als 300 renommierte Kunden, vornehmlich Konzerne und weltweit agierende Mittelständler aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der Konsumgüterindustrie und dem Automobilsektor vertrauen auf die Expertise des SAP Platinum Partners.

Seit August 2018 ist Sybit eine Tochter von NTT DATA Business Solutions, einem der weltweit führenden SAP-Beratungshäuser, welches mit 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 30 Ländern das SAP-Portfolio vollständig abdeckt.

## Haben Sie noch Fragen? Wir freuen uns über Ihre Kontaktanfrage!



**Jennifer Bertsche**  
Inside Sales Executive  
+49 7732 9508-2000  
sales@sybit.de

**Sybit GmbH**  
St.-Johannis-Str. 1-5  
78315 Radolfzell  
www.sybit.de

Wir unterstützen Sie gerne, sowohl bei den ersten Schritten vor einem Projektstart als auch bei Einführung, Integration, Schulung und Wartung. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf – für ein erfolgreiches Projekt.



ART-21Q4-001 | Stand:12/2021

Bildnachweise:  
Shutterstock