

B2B Customer Portale

Informations- und Wissensprozesse
wertschöpfend nutzen

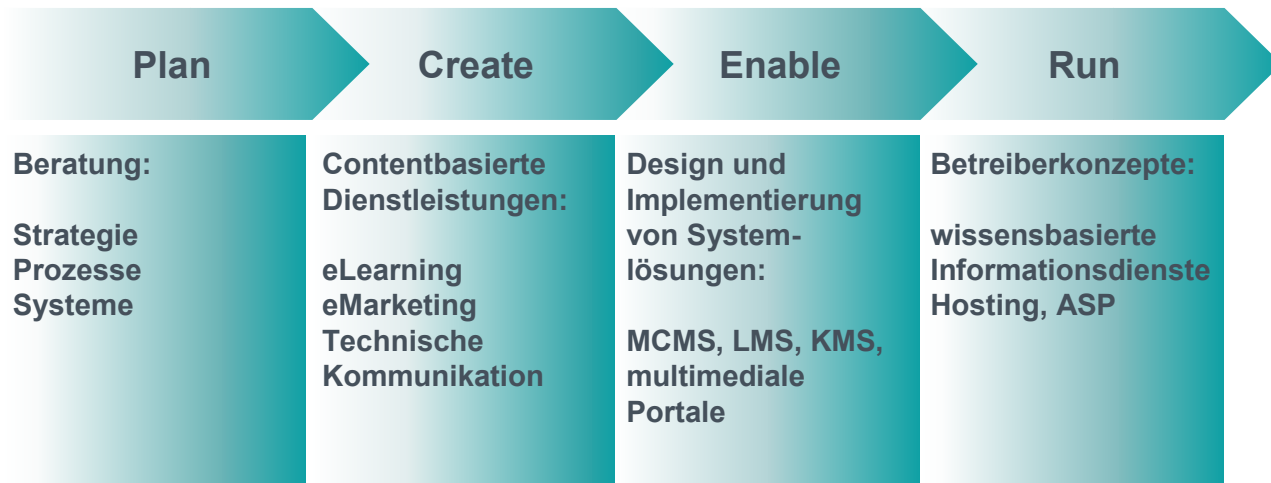
KnowTech 2002





Referentin

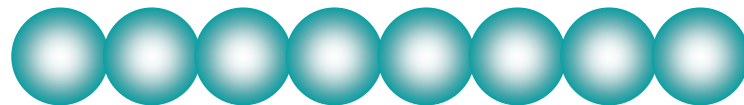
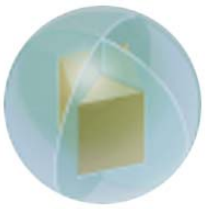
- **Cornelia Mockwitz**
Geschäftsführende Gesellschafterin der
t3 medien gmbh
- **Komplettanbieter für Knowledge Business Solutions mit 14 Jahren Business Experience**





Agenda

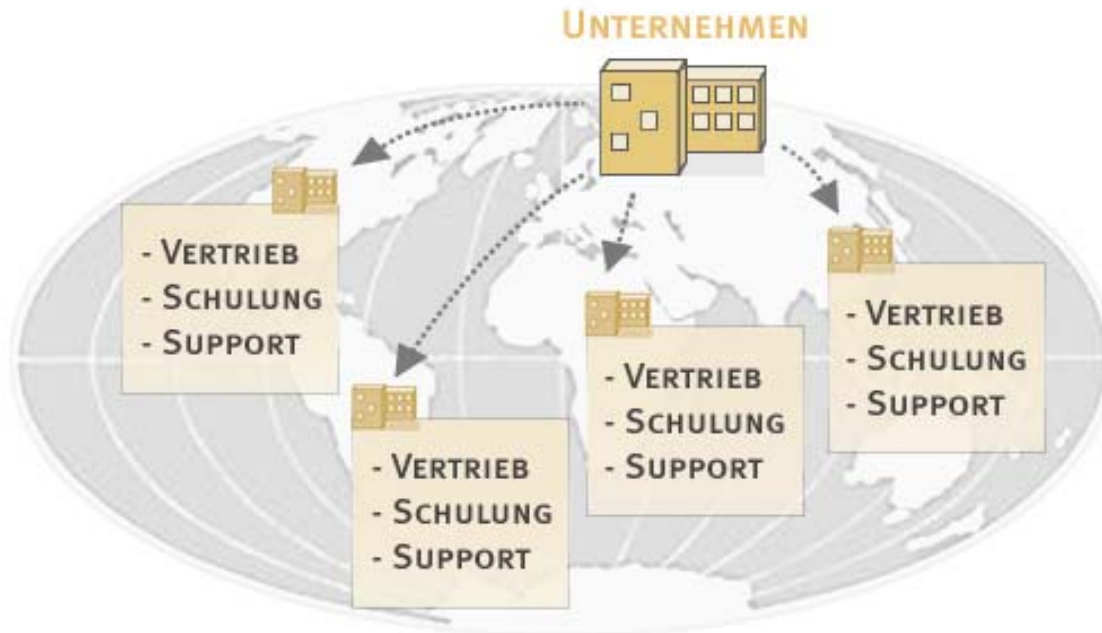
- **B2B Customer Portal**
Informations- und Wissensprozesse
wertschöpfend nutzen
 - Informations- und Wissensprozesse als strategisches Erfolgsinstrumentarium
 - Integration von Informations- und Wissensprozessen in Customer Portals
 - Strategie für die erfolgreiche Implementierung von Customer Portals
 - Wirtschaftlichkeitsbetrachtung
 - Use Cases



Informations- und Wissensprozesse als strategisches Erfolgsinstrumentarium



Die Herausforderung global agierender Technologieunternehmen



- **Zunehmender Wettbewerbsdruck**
- **Kürzere Produktzyklen**
- **Steigender Kostendruck**
- **Immer ...
... schneller
... besser
... kostengünstiger**



Generelle Anforderungen an globale Informations- und Wissensprozesse

- Schnellere Verfügbarkeit aktueller Informationen
- Weltweit homogene Qualifizierung von internen und externen Partnern
- Harmonisierung von Lernprozessen mit immer kürzer werdenden Produktzyklen
- Einbindung von Kunden und Geschäftspartnern in unternehmensinterne Lernprozesse
- Neue Kommunikationskanäle für Absatzmarketing und Vertrieb
- Bereitstellung hoher Servicequalität
- Vereinfachte Kommunikation von erklärungsintensiven Produkten und Dienstleistungen



Gemeinsame Merkmale von Unternehmen im HighTech- und IT-Segment

■ Technologieunternehmen

- Erklärungsbedürftige, wissensintensive Produkte und Dienstleistungen (HighTech & IT)
- Spezialisierte Kunden-/ Nutzergruppen (Experten, KnowledgeWorker, Fachkräfte)
- B2B-Segment, Investitionsgüter

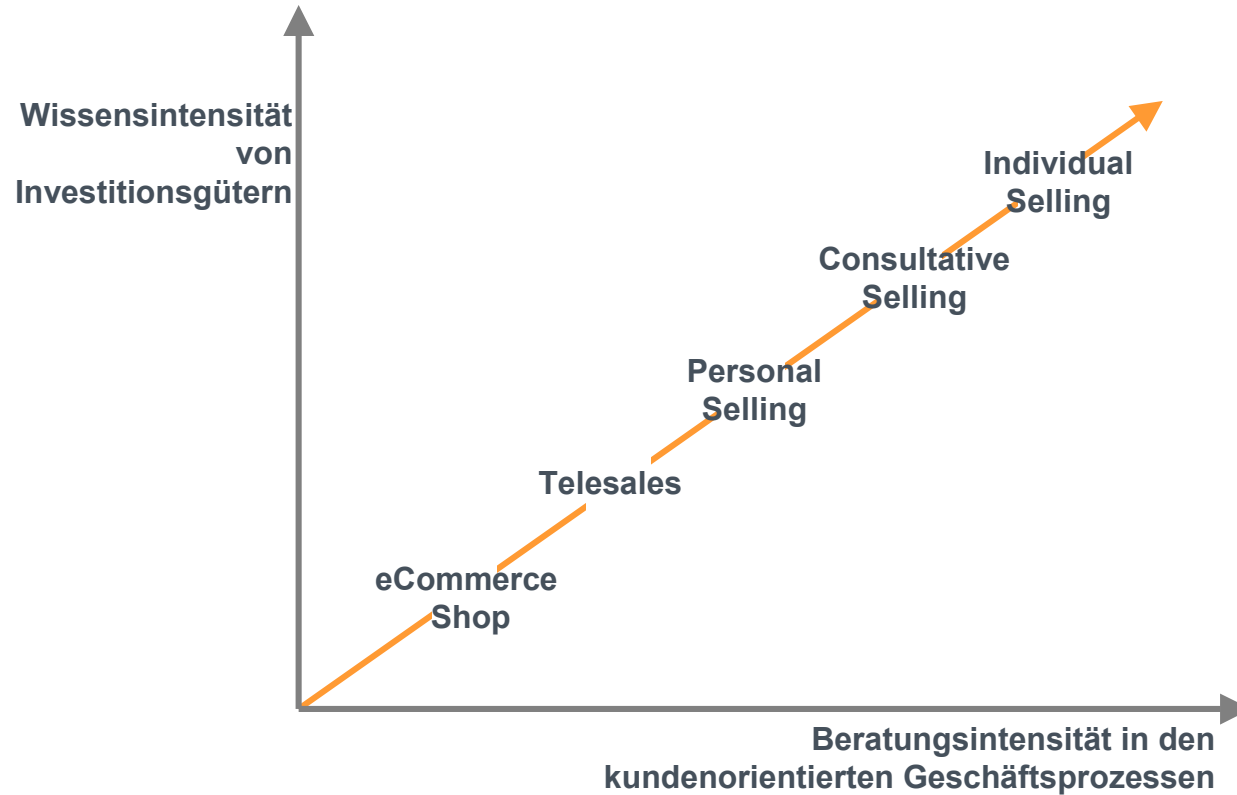


Hohe Beratungsintensität in den kundenorientierten Geschäftsprozessen



Bedeutende produkt- und anwendungsbezogene Wissensressourcen

Auswirkungen der Wissensintensität von Produkten am Beispiel des Sales Prozesses



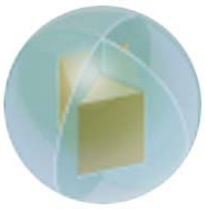


Beherrschung der Informations- und Wissensprozesse als entscheidender Erfolgsfaktor

- **Vorhandenes Wissen in Kundennutzen und Unternehmenswert verwandeln**
- **Mehrwerte und Wertschöpfung (Value Creation) durch User-zentrierte Wissensprodukte und wissensbasierte Informationslösungen für Kunden, Partner und Mitarbeiter schaffen**
- **Informations- und Wissensprozesse in Marketing, Training und Support optimieren, digitalisieren und integrieren (eEnabling)**
- **Potenziale von interaktiven, multimedialen Medien für mehr Informationsqualität nutzen**

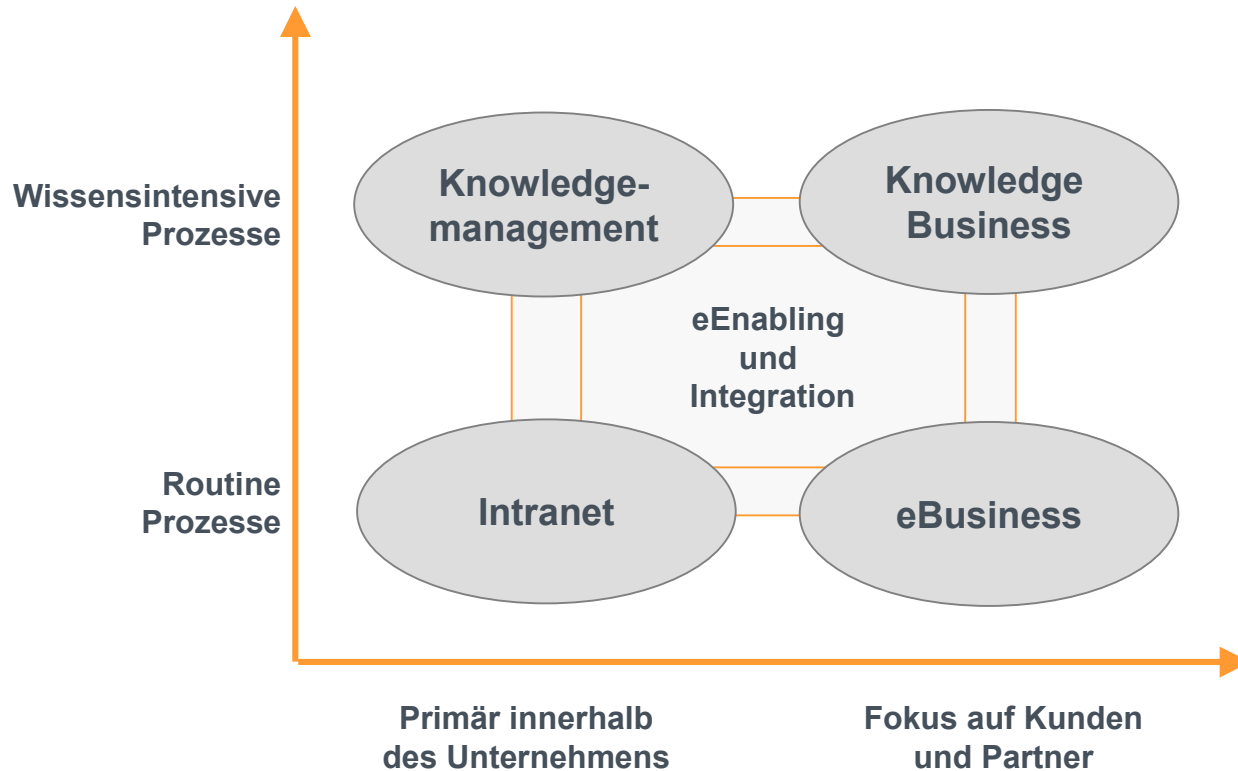


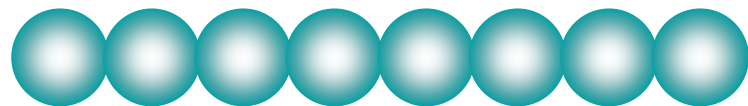
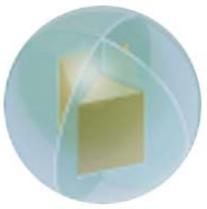
Knowledge Business



Knowledge Business integriert eBusiness und Knowledge Management für die kundenorientierten Geschäftsprozesse

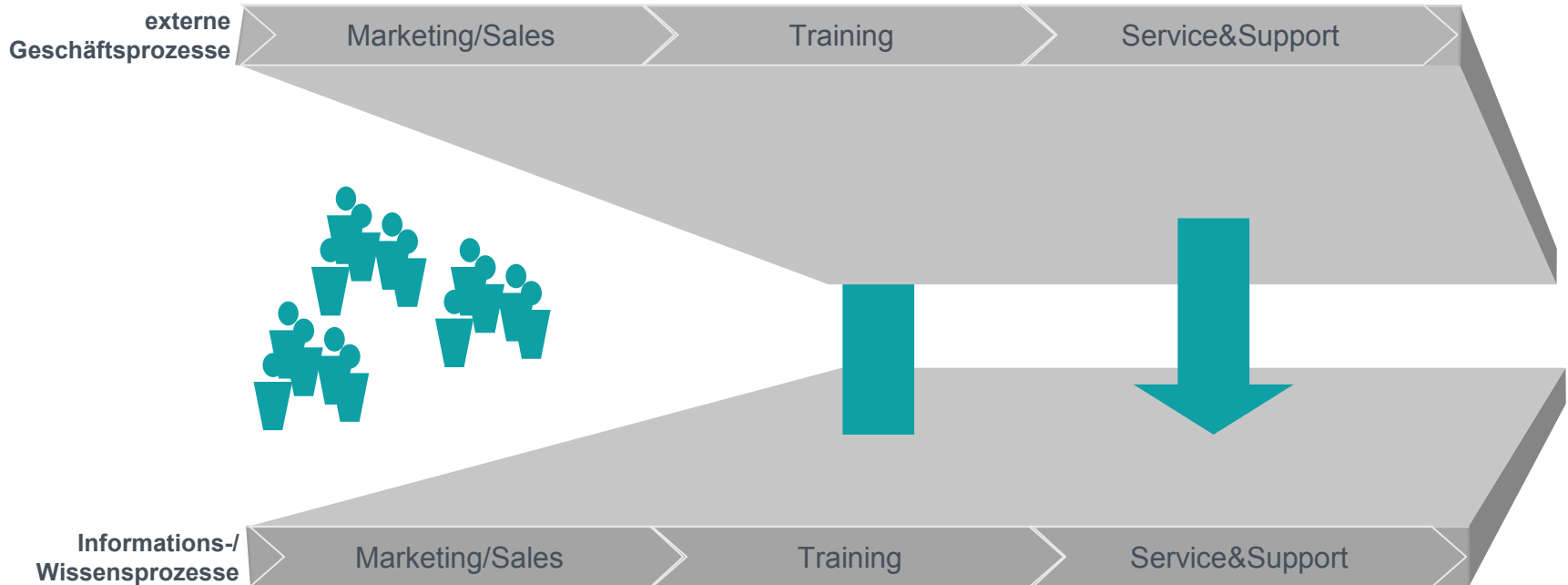
(nach PWC, Servatius)



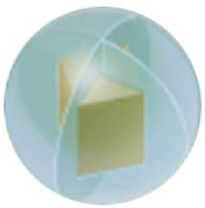


Integration von Informations- und Wissensprozessen in Customer Portals

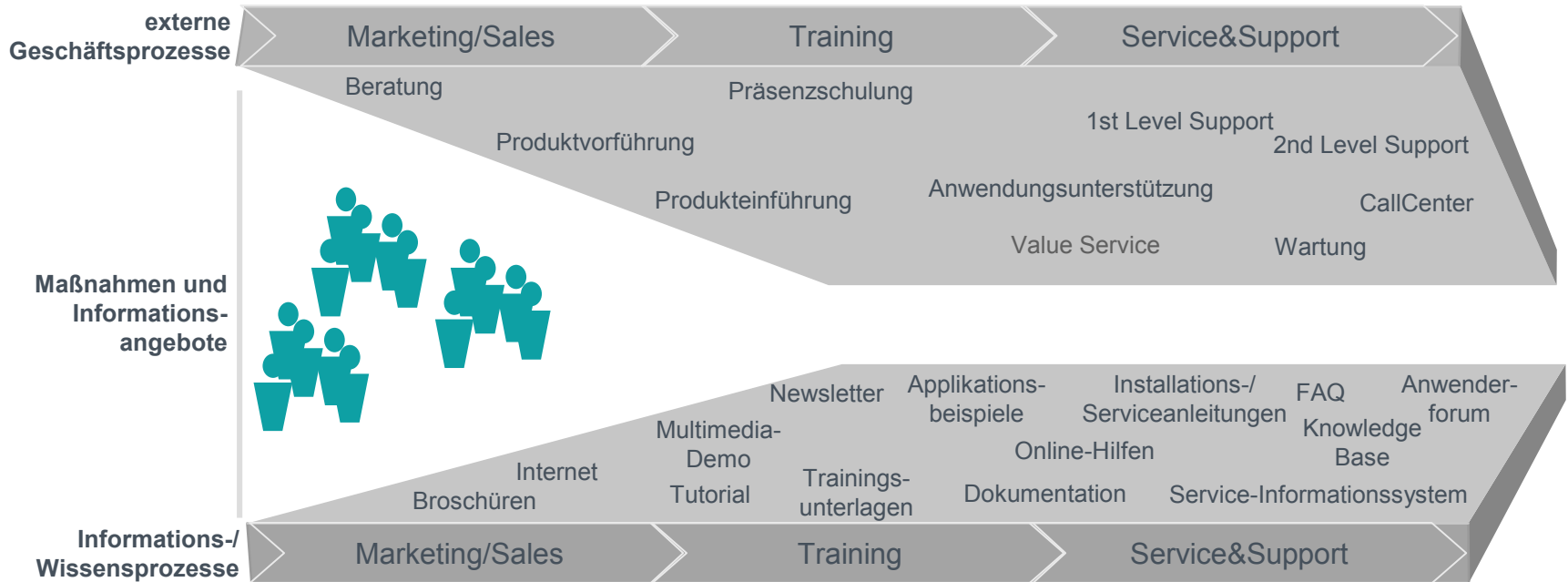
Die wissensintensiven Prozesse im Fokus auf Kunden und Partner



Separate Betrachtung der Informations- und Wissenskomponenten in den kundenorientierten Geschäftsprozessen



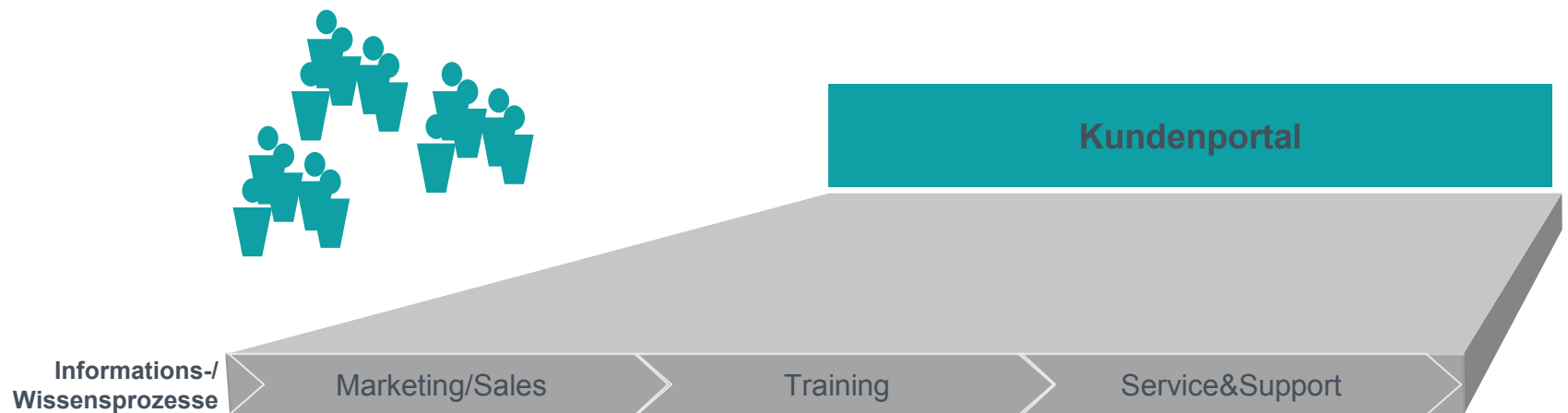
Die Informations- und Wissenskomponenten im herkömmlichen Kauf- und Nutzungsprozess



Die hohe Beratungsintensität von Technologieprodukten erfordert herkömmlich eine Vielzahl von Maßnahmen und Informationsangeboten

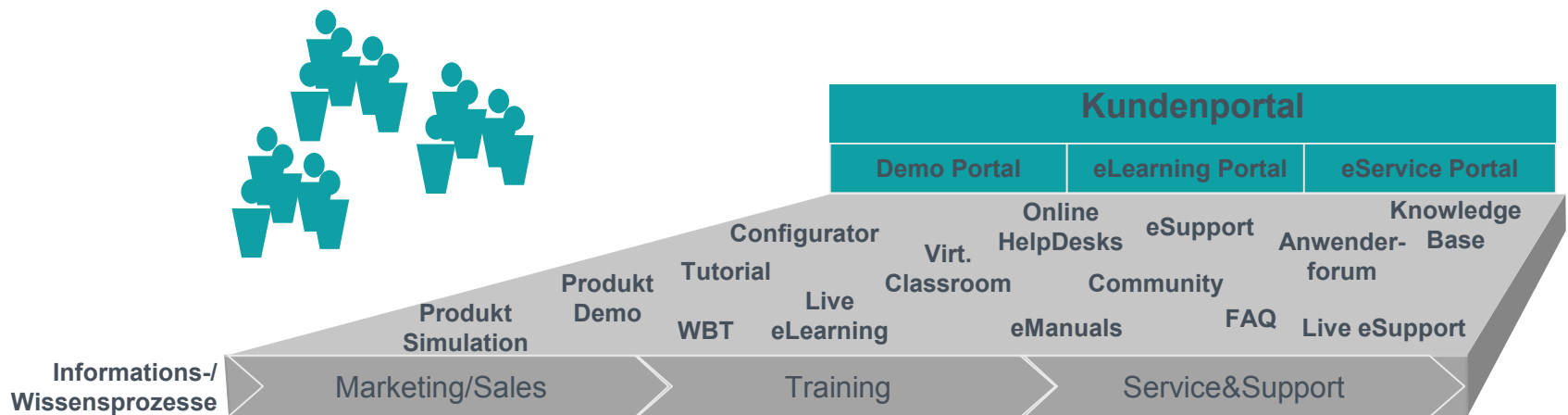


Das Kundenportal integriert die Informations- und Wissensprozesse in eine einheitliche Plattform



Single Access Point für den gesamten Informations- und Wissensbedarf entlang des Kauf- und Nutzungsprozesses von technischen Investitionsgütern

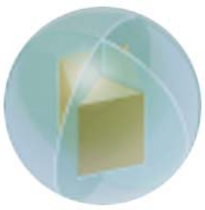
... und nutzt die Potenziale der interaktiven, multimedialen Kommunikation für ein Mehr an Informationsqualität



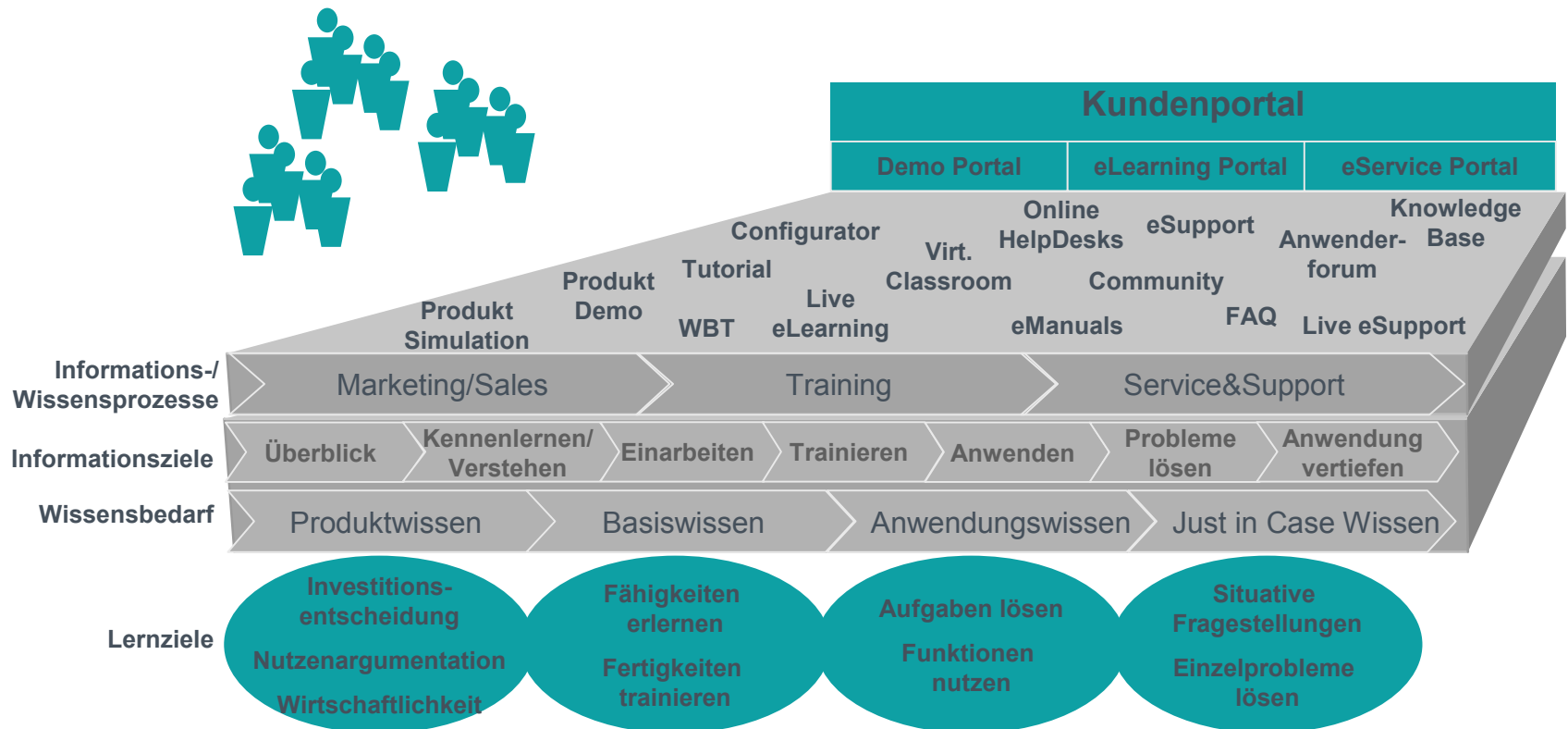
Demo Portal: integrierte Marketing- und Vertriebsplattform

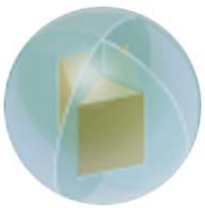
eLearning Portal: integrierte Schulungsplattform

eService Portal: integrierte Service- und Supportplattform

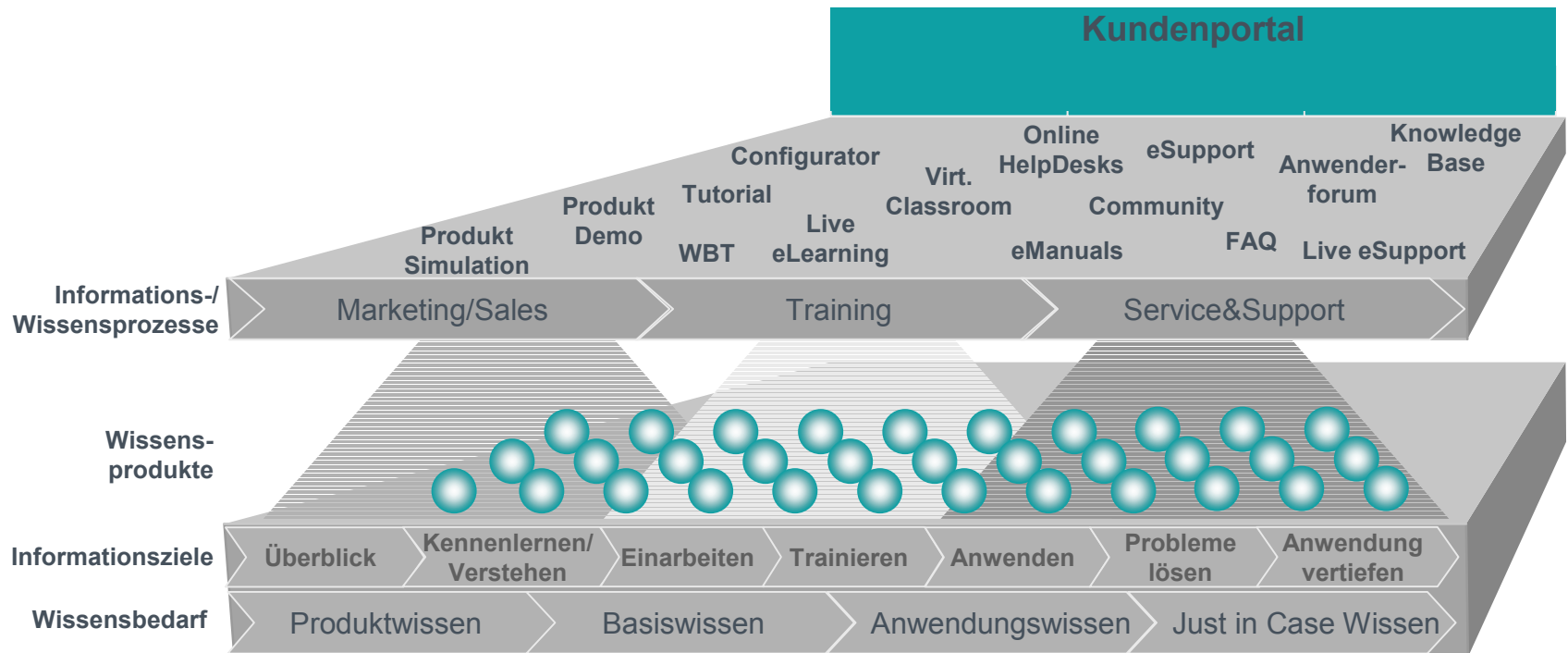


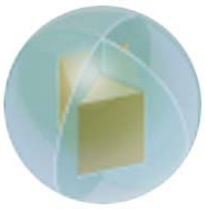
... und integriert die unterschiedlichen Informationsziele und Wissensbedarfe entlang des Kauf- und Nutzungsprozesses



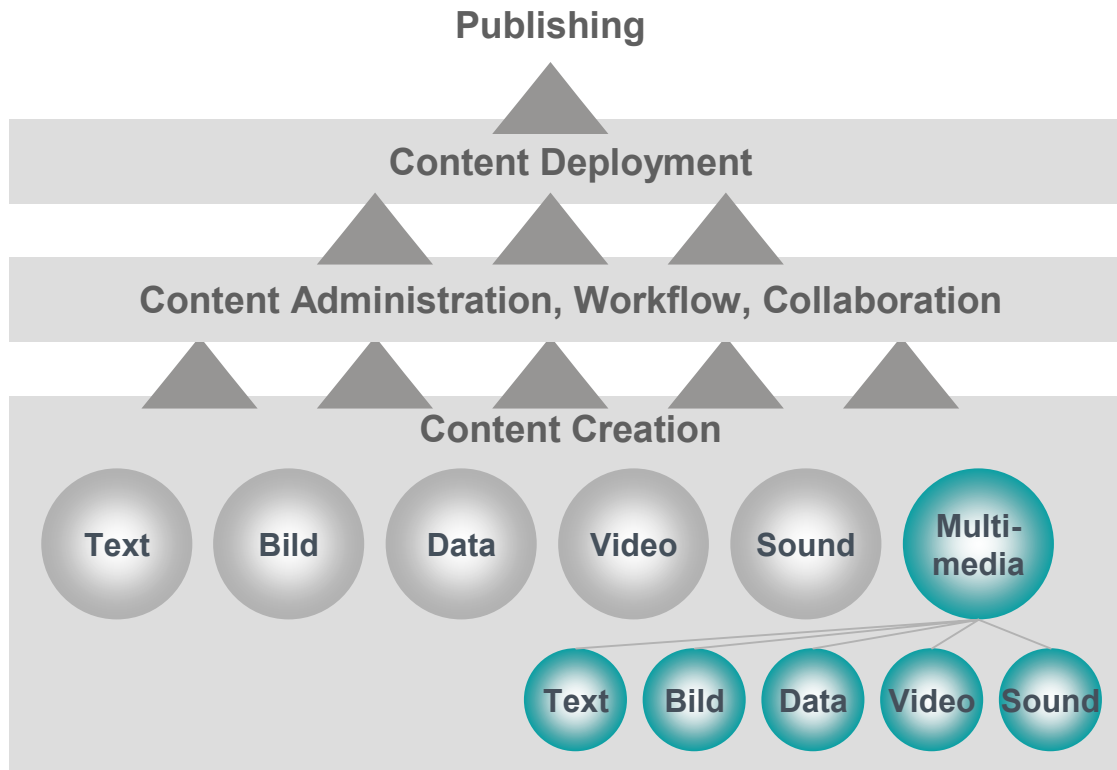


Der prozessübergreifende Einsatz von Multimedia wird durch modulare Wissensprodukte erreicht

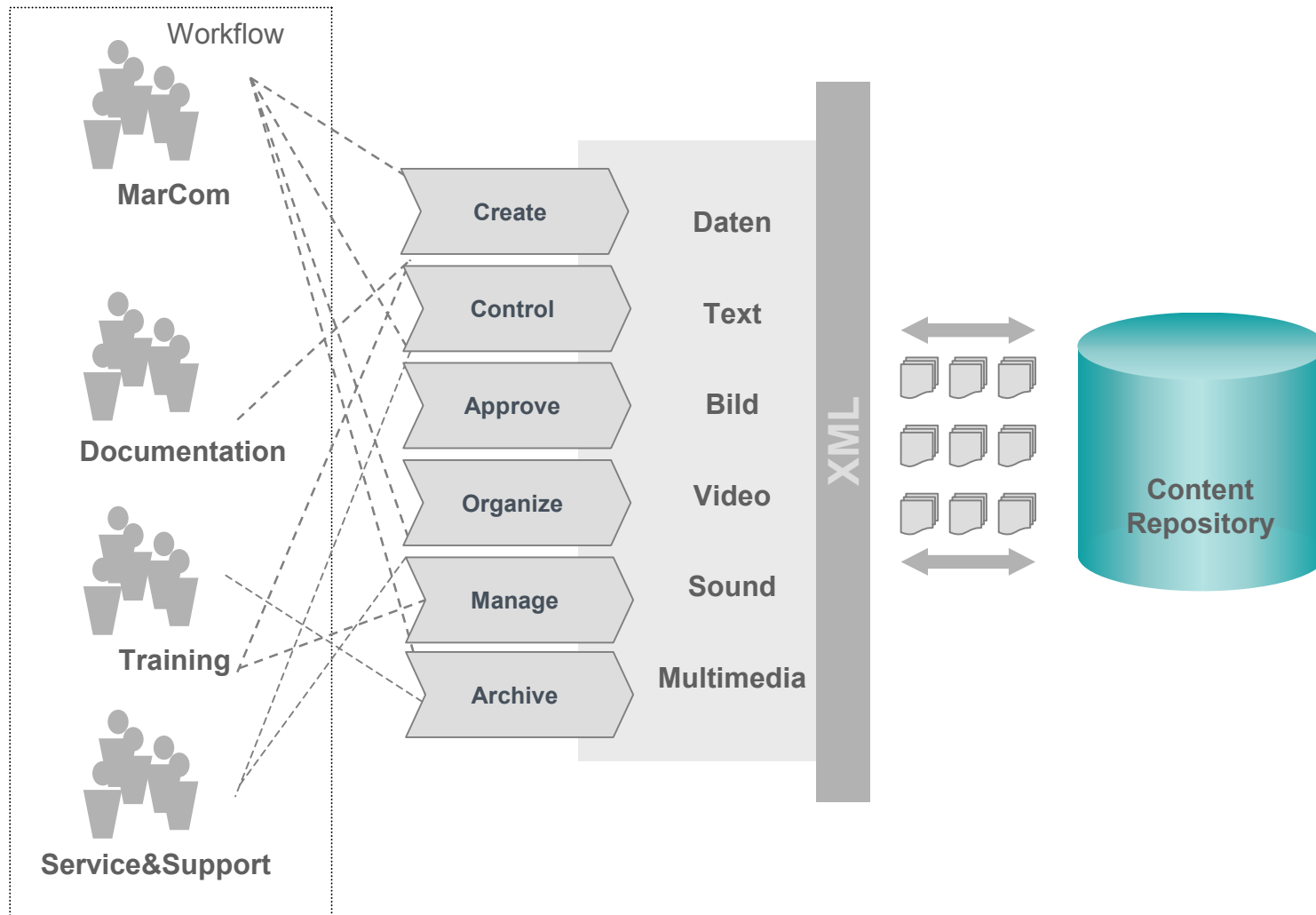


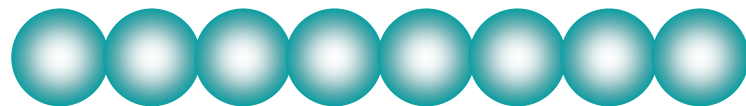
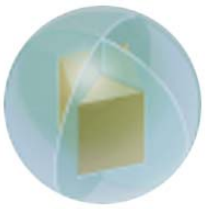


Multimediale Informationslösungen müssen dabei in den Content Life Cycle integriert werden

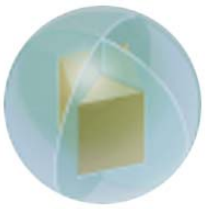


... und die Multimedia-Produktion muss in den Content Wertschöpfungsprozess integriert werden





Strategie für die erfolgreiche Implementierung von Customer Portals



Der Building Block: Das Customer Portal als Gestaltungsrahmen individueller Parameter

Vision

Marktposition, Leadership, Value Proposition

Strategie

eVision, eBusiness, Ziele, Marktsegmente, Wettbewerbsvorteile ...



Prozesse

Informations- und Wissensprozesse in Marketing/Sales, Training und Service&Support

Application

eLearning, Collaboration, Demo Portal, eService, eHelpDesk, ...

Technologie/Infrastruktur

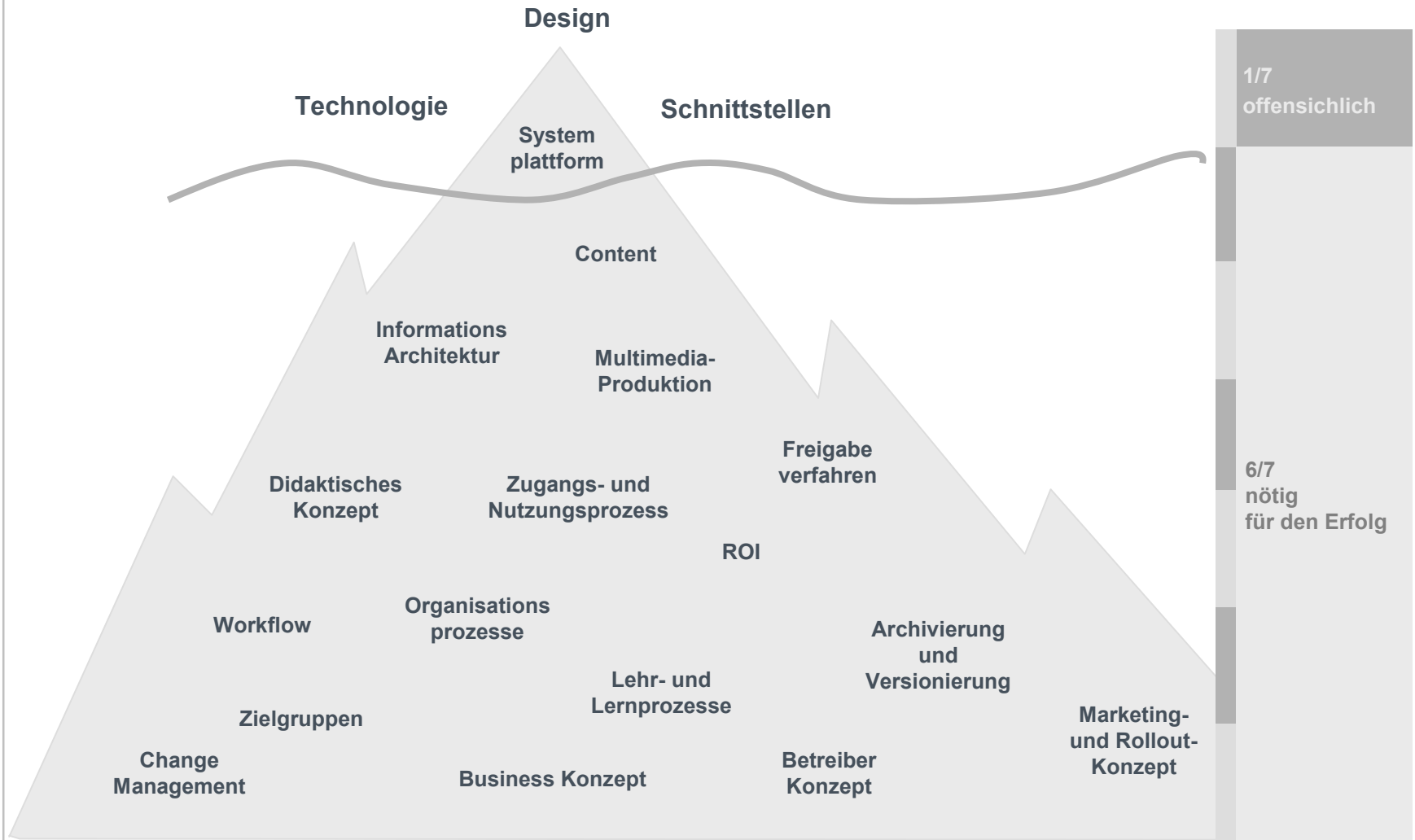
LMS, CMS, ECMS, KMS, ...

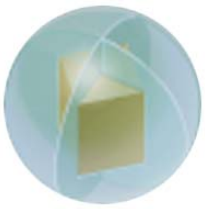
Content

Wissensidentifikation, Wissenserhebung, Content Creation, Media Production, ...

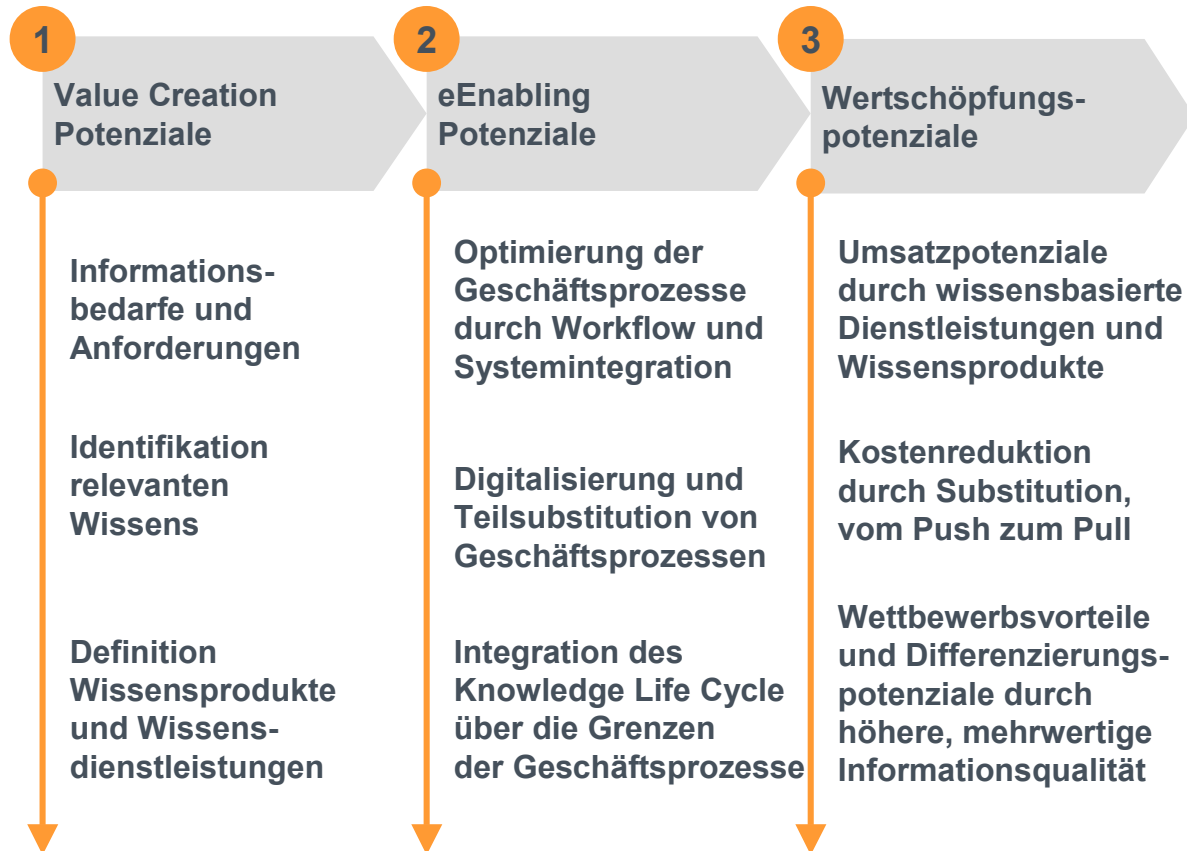


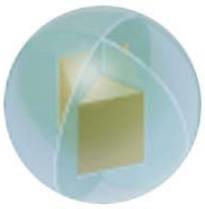
Customer Portals sind mehr als eine Frage der Systemlösung



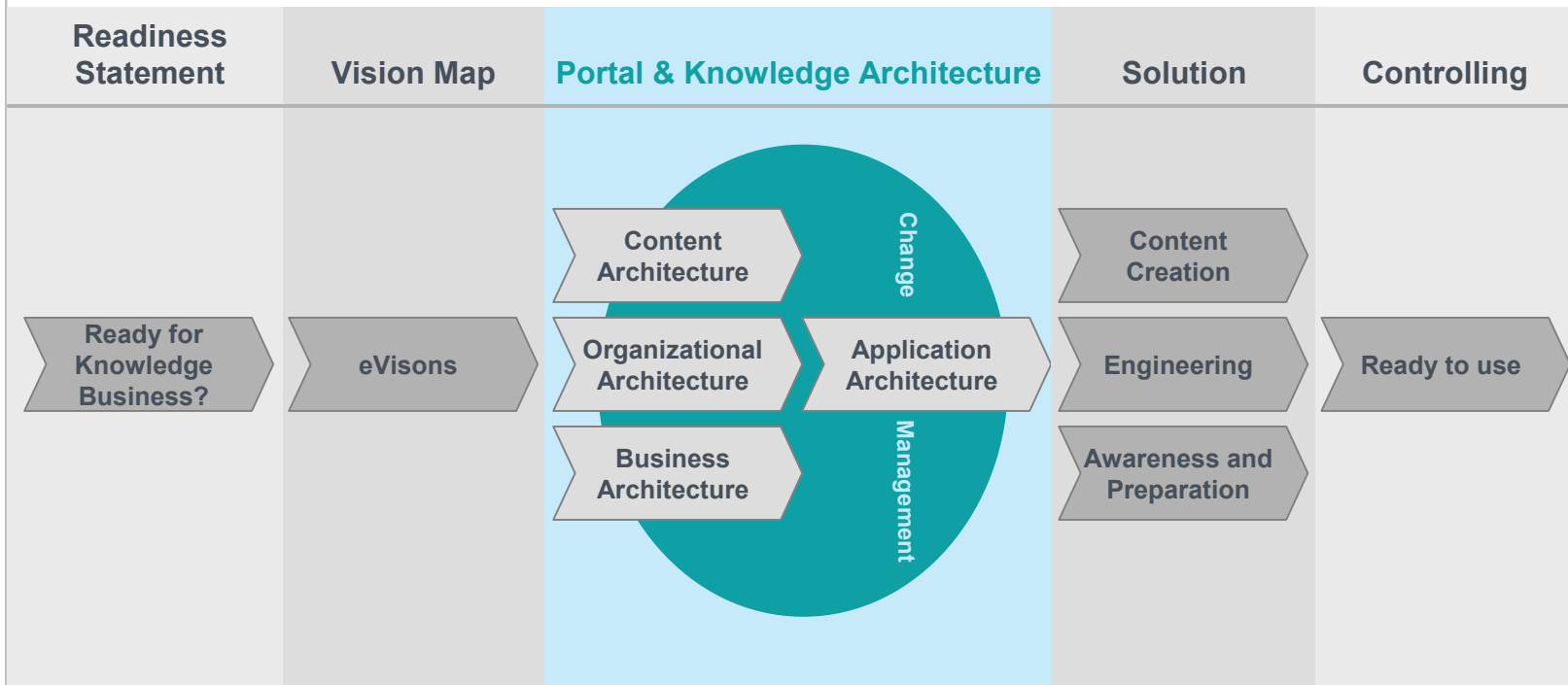


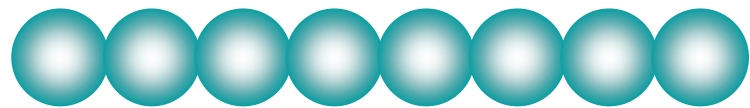
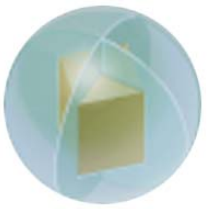
Der Lösungsentwurf von Customer Portals



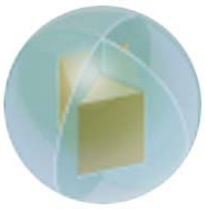


Das t3 Vorgehensmodell





Wirtschaftlichkeitspotenziale



Die Wirtschaftlichkeitspotenziale von Customer Portals haben viele Dimensionen

■ Value Creation Potenziale

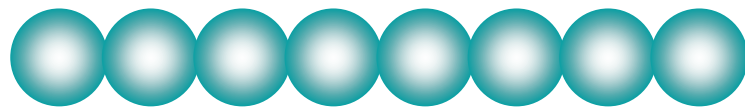
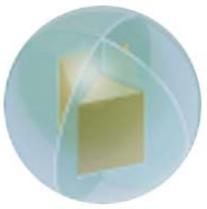
- Lösen anwendungsbezogener Fragestellungen
- Learning on demand
- Any time, any place
- Befähigung zum Self-Service
- Schnellere Verfügbarkeit aktueller Informationen

■ eEnabling Potenziale

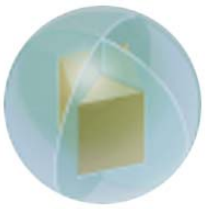
- Optimierung
 - Process Reengineering
 - Systemintegration
- Digitalisierung
 - Substitution von personengebundenen Maßnahmen
 - Integrative Lösungen
- Integration
 - Geschäftsprozessübergreifende Integration des Knowledge Life Cycle
 - Mehrfachnutzung

■ Wertschöpfung Potenziale

- Umsatzpotenziale
 - Neue Einnahmequellen durch Wissensdienstleistungen und Wissensprodukte
- Kostenreduktion
 - Vom Push zum Pull
 - Service- und Vertriebsansätze substituieren
 - Beratungsaufwände reduzieren
- Wettbewerbsvorteile
 - Differenzierung, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung durch hohe Informationsqualität
 - Beschleunigung der Informations-, Lehr- und Lernprozesse
 - Schnellere, weltweit homogene Qualifizierung von internen und externen Partnern
 - Einbindung von Kunden und Geschäftspartnern in unternehmensinterne Lernprozesse
 - Bereitstellung neuer wissensbasierter Services
 - Adäquate Kommunikation von erklärungsintensiven Produkten
 - Simulation und Veranschaulichung komplexer Anwendungen



Use Cases



Beispiel: eLearning-Portal

➤ Ein Hersteller von Kopierern beschäftigt in Deutschland ca. 3000 Servicetechniker

➤ Diese nehmen 2mal jährlich im zentralen Schulungszentrum an einer 3tägigen Schulung teil

➤ Pro Techniker und Schulung entstehen Kosten von rund 5.000 €

➤ Gesamtkosten 30.000.000 Euro

➤ **Problem:**

➤ Kapazitätsproblem für die Schulungsbereitstellung

➤ Serviceprobleme wg. mangelnder Qualifikation

➤ Kostenprobleme



➤ **Multimediales Informationsportal für Servicetechniker (Web, CD)**

➤ Video als zentrales informationstragendes Element

➤ Modulare Wissensobjekte

➤ Benutzerspezifischer Informationszugang und Skillmanagement

➤ **Wissenserhebung**

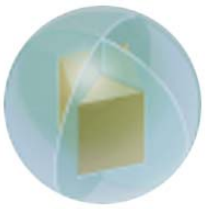
➤ Video-Observation der Schulungen und Videosessions

Wertschöpfung

➤ Reduktion der Schulungskosten um 50% oder 15.000.000 Euro

➤ Homogene Qualifikation

➤ Mehr Kundenzufriedenheit



Beispiel: Portal Anwendungstechnik

- **Ein Unternehmen im Bereich industrieller Messtechnik beschäftigt weltweit ca. 500 Mitarbeiter in Service und Vertrieb**
- Die hohe Beratungsintensität der Produkte, erfordert umfassendes anwendungstechnisches KnowHow
- Die regionale Präsenz ist global stark unterschiedlich: in einzelnen Ländern besteht keine ausreichende Infrastruktur für Vertrieb, Anwendungs-entwicklung und Support
- **Problem:**
 - Serviceprobleme
 - Kapazitätsprobleme
 - Kostenprobleme



- **Portal Anwendungstechnik**
 - Zentrale Informationsplattform
 - Anwendungstechnisches KnowHow durch multimedial aufbereitete UseCases und Lösungssammlung veranschaulicht
 - Benutzerspezifischer Informationszugang
- **Wissenserhebung**
 - Knowledge Engineering
 - Observation, Interview, Informationsrecherche
 - Experten erstellen strukturierte Multimediaobjekte mit Autorentool

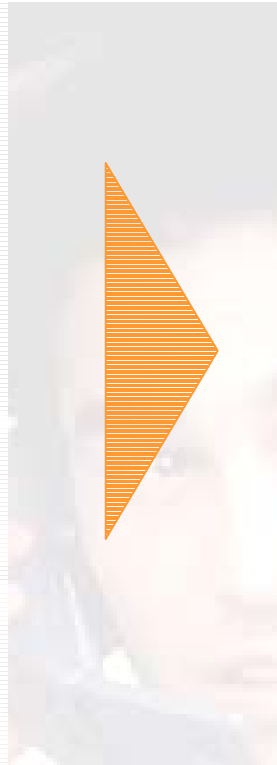
Wertschöpfung

- Höhere Servicequalität durch bessere und homogene Qualifikation der Mitarbeiter
- Bessere Erreichbarkeit und höhere Informationsqualität
- Mehr Kundenzufriedenheit



Beispiel: Demo-Portal

- Ein Telco-Unternehmen will erklärungsbedürftige Telephonieprodukte in stark umkämpftem Markt plazieren
- Der Vertrieb erfolgt hauptsächlich über Channel-Partner (Fachhändler)
- **Problem:**
 - Qualifizierungsproblem der Vertriebspartner
 - Hohe Kosten bei Erstellung und Distribution von Verkaufsinformationen
 - Starke Wettbewerbssituation bei vergleichbarer Funktionalität der Produkte



➤ **Multimediales Demo-Portal**

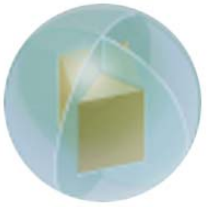
- Zentrale Informationsplattform für Kunden und Partner zu allen produkt- und anwendungsbezogenen Fragestellungen
- Multimedia als hauptinformations-tragendes Element
- Benutzerspezifischer Informationszugang

➤ **Wissenserhebung**

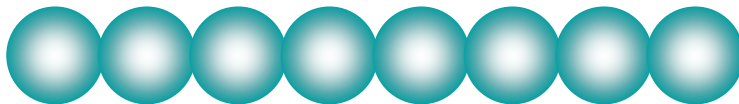
- Produktmanager erstellen multimediale Wissensobjekte mit Autorentool

Wertschöpfung

- Internet als zusätzlicher Sales Channel
- Differenzierung durch höhere Informationsqualität
- Schulungsaufwände für Vertriebspartner reduzieren



**Whatever made you successful in the past,
won't in the future.**





Kontakt



t3 medien gmbh

Nägelsbachstraße 26

91052 Erlangen

Tel.: 09131/7448-0

Fax: 09131/7448-10

Internet: www.t3medien.de

E-mail: info@t3medien.de