

WEBINAR - 02. SEPTEMBER 2021

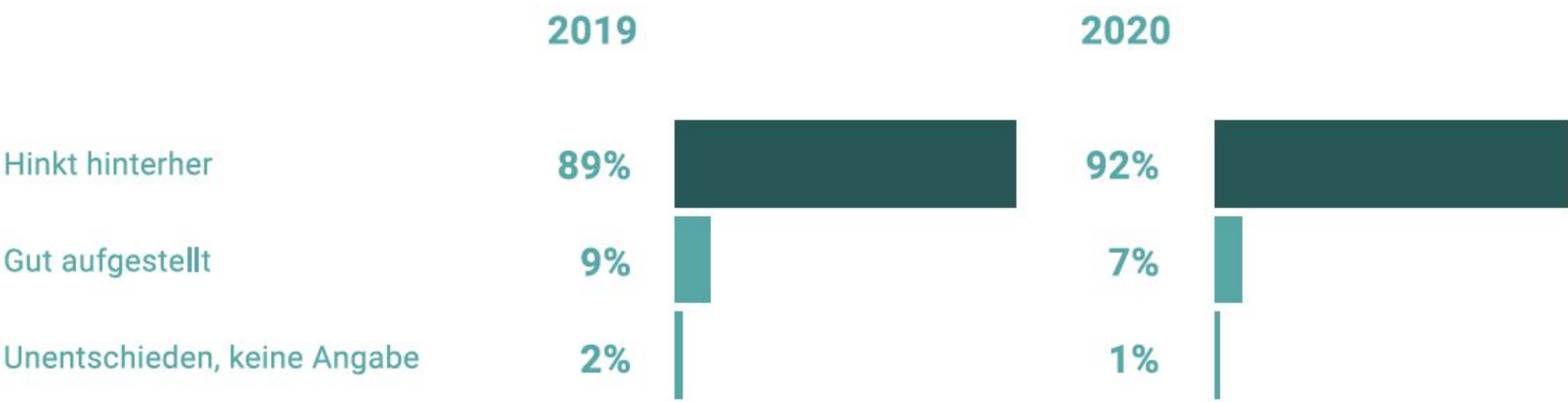
Digitale Kundenstrategien

Erfolgsfaktoren in der Industrie

Edmund Dueck, Gilbert Schwartzmann



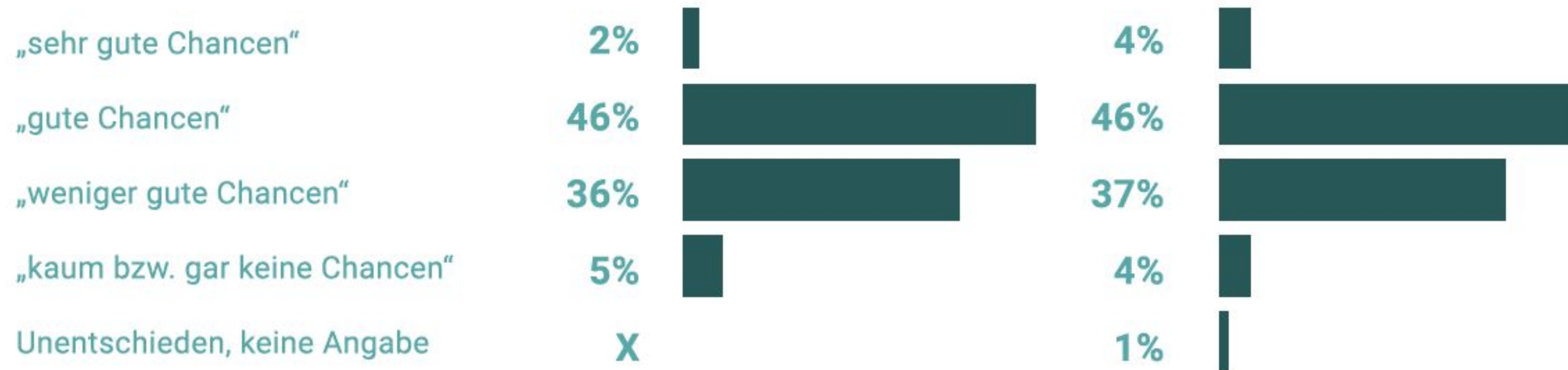
Digitalisierung in Deutschland



European Center for Digital Competitiveness (Hrsg.),
Digitalreport 2021, Berlin, 2021
[Source](#)

Digitalisierung in Deutschland

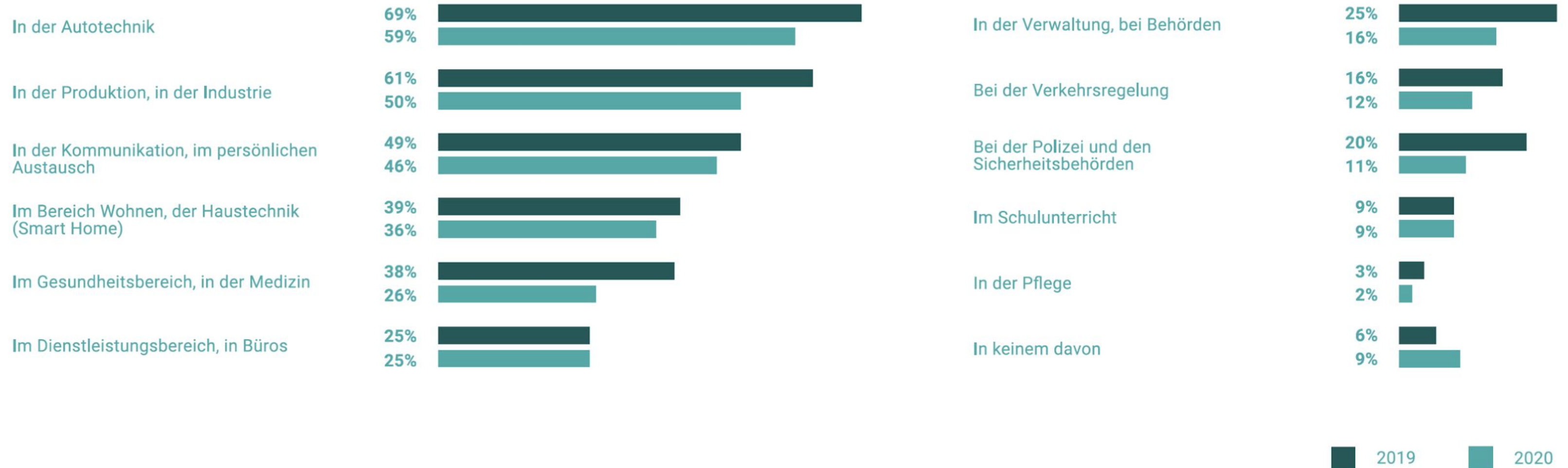
Hinkt hinterher:

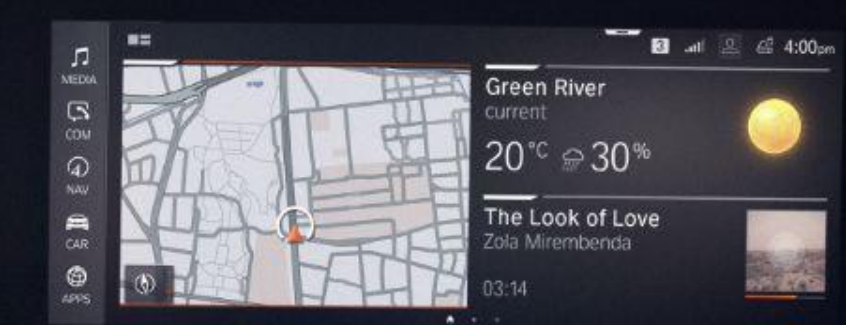


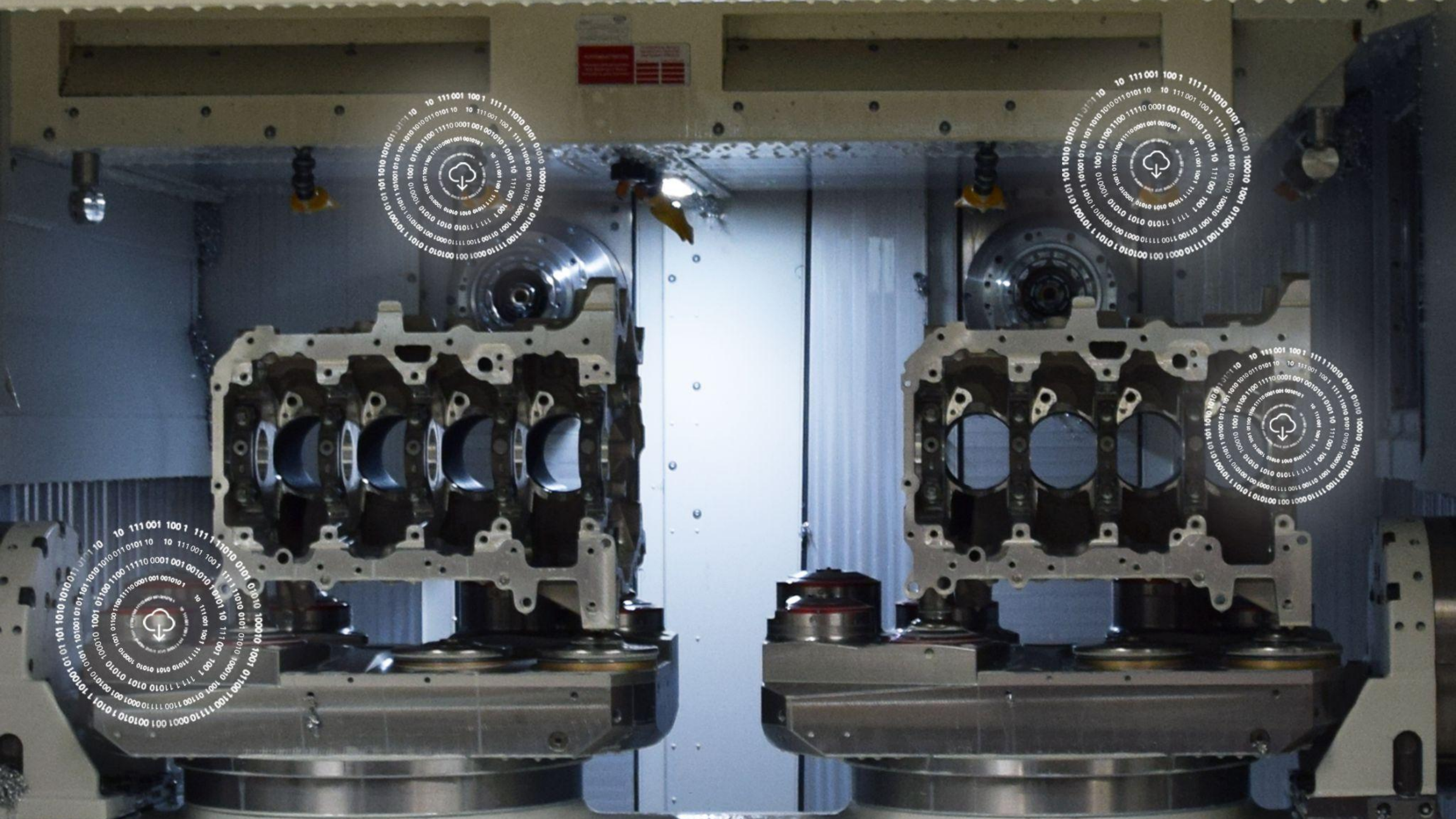
Digitalisierung in Deutschland

Digitalisierungsschub? Die Bürger können hier insbesondere im staatlichen Bereich wenig erkennen

Frage: „Wie ist Ihr Eindruck, in welchen Bereichen gehen die Digitalisierung und Vernetzung besonders schnell voran?“





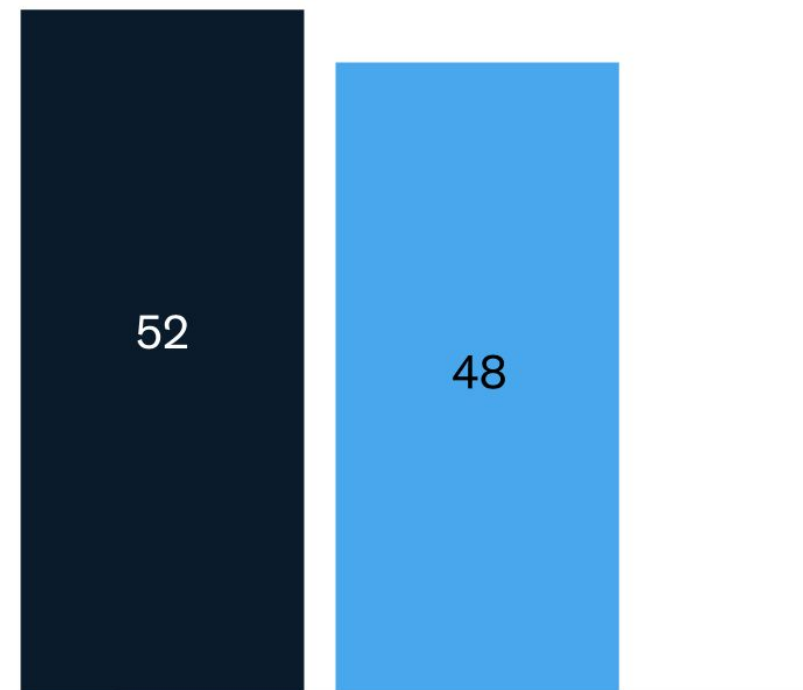


Die digitale Chance für B2B

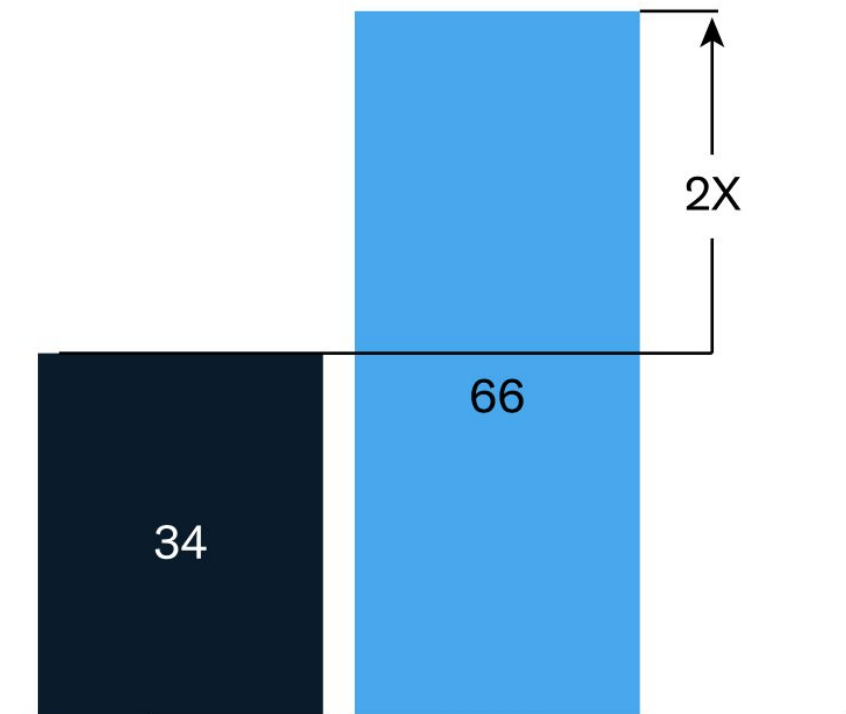
Digital interactions are twice as important.

■ Traditional sales interactions ■ Digital-enabled sales interactions

For the period *before* COVID-19,
which method was more important
to your customers?
% of respondents



For the period *during* COVID-19
(next two weeks), which method do
you believe is more important to your customers?
% of respondents

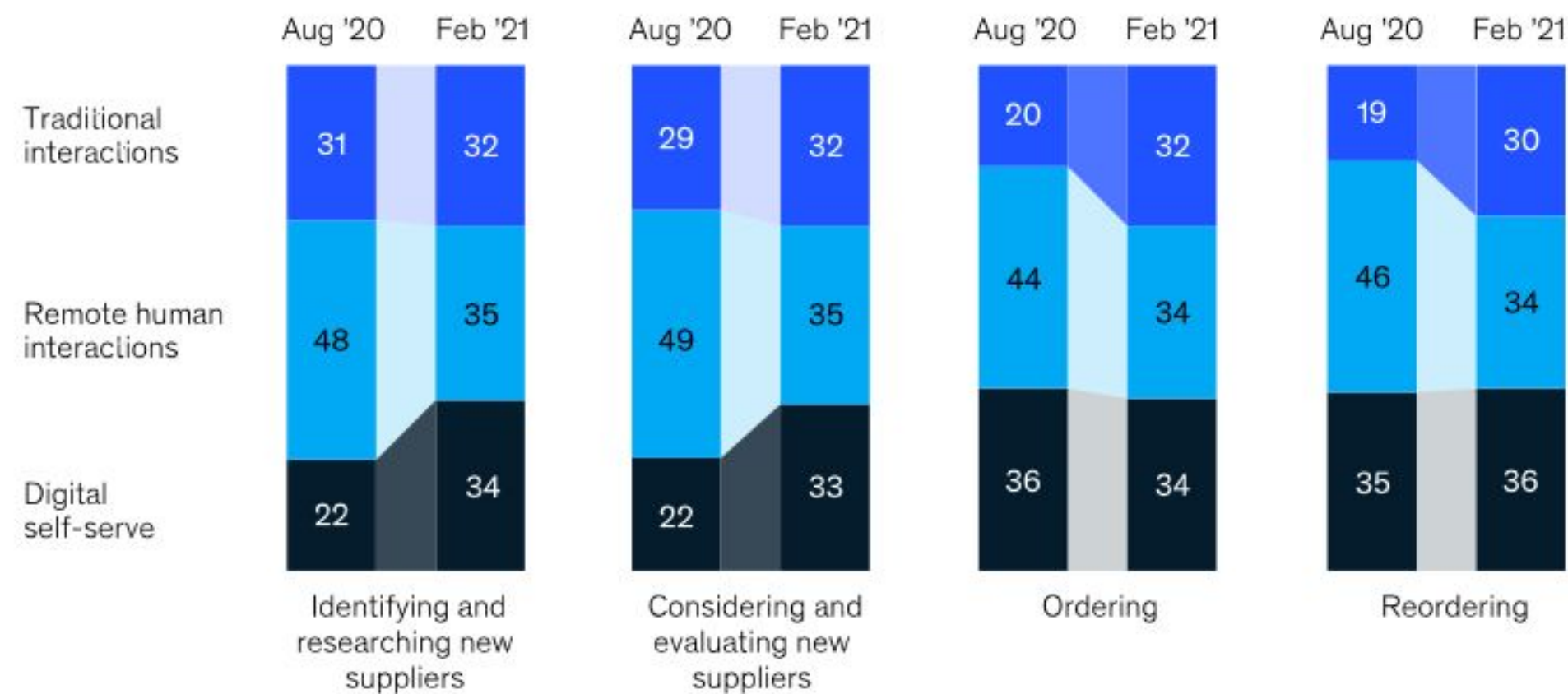


Source: McKinsey B2B Decision Maker Pulse Survey, April 7, 2020 (n = 3,619)

McKinsey
& Company

Current way of interacting with suppliers' sales reps during different stages...^{1,2}

% of respondents



... and that's exactly what customers want³

~2/3

of buyers prefer remote human interactions
or digital self-service

¹Q: How would you currently interact with sales reps from your company's suppliers during the following stages of interactions?

²Figures may not sum to 100% because of rounding.

³Q: How would you prefer to interact with sales reps from your company's suppliers during the following stages of interactions?

[Source](#)





Die Strategie-Bausteine

1. Kundenfokus statt Produktfokus
2. Retrospektiv und visionär
3. Gesamte Customer Journey
4. Agil und schlank
5. Basierend auf Experiences



Digitale Strategie:

**Technologie
+ Organisation
+ Mensch**

= Experience

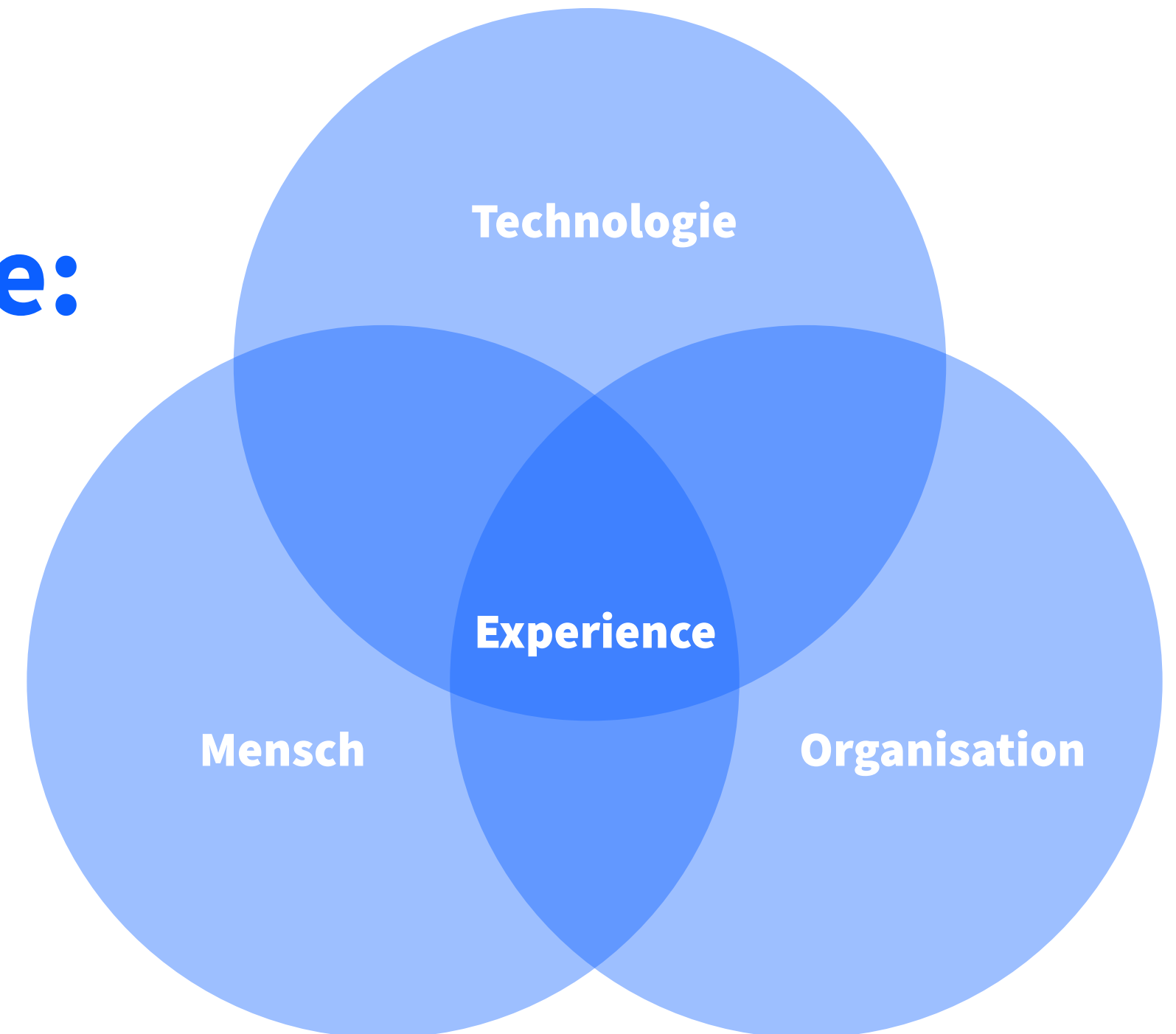
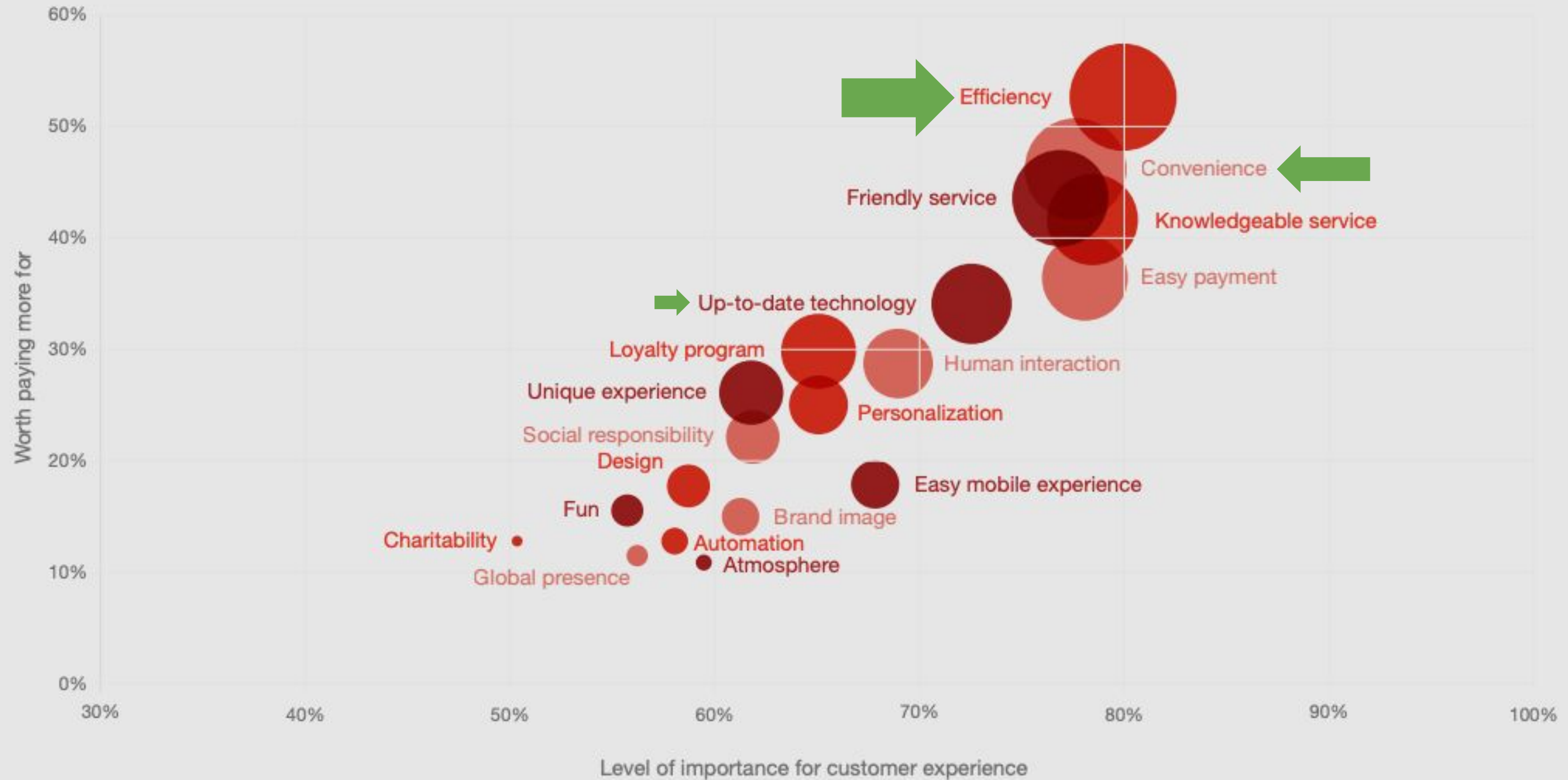


Figure 2: What people value most in their customer experience



Q: When it comes to great overall customer experience, how important do you think each of the following will be in the future?
Which of the following things are worth paying more for?
Source: PwC Future of Customer Experience Survey 2017/18

[Source](#)

Typische B2B Experiences

1. **Lösungssuche:** Technische Anwender und Decision Maker müssen eine Herausforderung lösen und suchen nach der passenden Lösung
2. **Kommerzielle Prozesse:** Komplexe B2B-Supply Chains abbilden, für unterschiedliche administrative und technische Ansprechpartner
3. **Produktnutzung, Support, Service:** Über sehr lange Nutzungsdauern und Produktlebenszyklen hinweg
4. **Digital angereicherte Produkterlebnisse:** Digitale Customer Journeys, administrative Prozesse und die tatsächliche Nutzung des Produkts verschmelzen zu einem Experience



1

Aufholjagd

Digitaler Starter

Business-Prozesse per
Self-Service

2

Trendsetter

Omnichannel- Experte

Analoge und digitale
Touchpoints vereint

3

Wachstum

Digitaler Champion

Digital angereicherte
Produkterlebnisse

1

Aufholjagd

Digitaler Starter

Ziel: Digitales Ökosystem aufbauen

- Content auf der Website
- eCommerce und digitale Transaktionen möglich
- Personalisierte Ressourcen- und Dokumentenbibliothek für After-Sales-Anwendungen

PERSPEKTIVE

- Retrospektive - Aufholjagd
- Schnelle, kurze Iterationen von neuen Releases



2

Trendsetter

Omnichannel-Experte

Ziel: B2B-Experience auf allen Ebenen

- Personalisierte Angebote für Kunden und Partner
- Produktkonfiguration und -nutzung online/offline
- Harmonisierte Leistungen und Angebote

PERSPEKTIVE

- Trendsetting
- Interne Prozess-Harmonisierung im Fokus



Hewlett Packard Enterprise

Partner Ready Portal



Passport Sign In

Email Address

.....

SIGN IN

New user? Register here

Forgot User ID or Password?

GET SUPPORT

An easier way to engage

The HPE Partner Ready Portal delivers easier-to-find, personalized sales tools and resources to provide a faster and more collaborative sales engagement, training, demand generation and

Want to become an HPE Partner?

Get started and sign up today



Hewlett Packard
Enterprise

„Zu keinem Zeitpunkt hat man uns etwas vorgelegt, womit wir nicht zurechtgekommen wären. Unser Portal ist auf wachsende, sich verändernde Geschäftsanforderungen ausgelegt. Und das gelingt, ohne dass jedes Mal Neuentwicklungen nötig sind. Das ist ziemlich genial.“



Anne Anderson

VP OF EXPERIENCE AND CHANGE
MANAGEMENT, HEWLETT PACKARD
ENTERPRISE



Wachstum

Digitaler Champion

Ziel: Digitale Markt- und Wachstumschancen nutzen

- Produktnutzung und Customer Experience verschmelzen
- Nutzung von AI und IoT-Möglichkeiten
- Skalierung in neue Subskriptions- und Geschäftsmodelle

PERSPEKTIVE

- Visionär
- Digitale Möglichkeiten nutzen



1

Aufholjagd

Digitaler Starter

Business-Prozesse per Self-Service

2

Trendsetter

Omnichannel-Experte

Analoge und digitale Touchpoints vereint

3

Wachstum

Digitaler Champion

Digital angereicherte Produkterlebnisse





4000+

Registrierte
Benutzer

1500+

Kunden

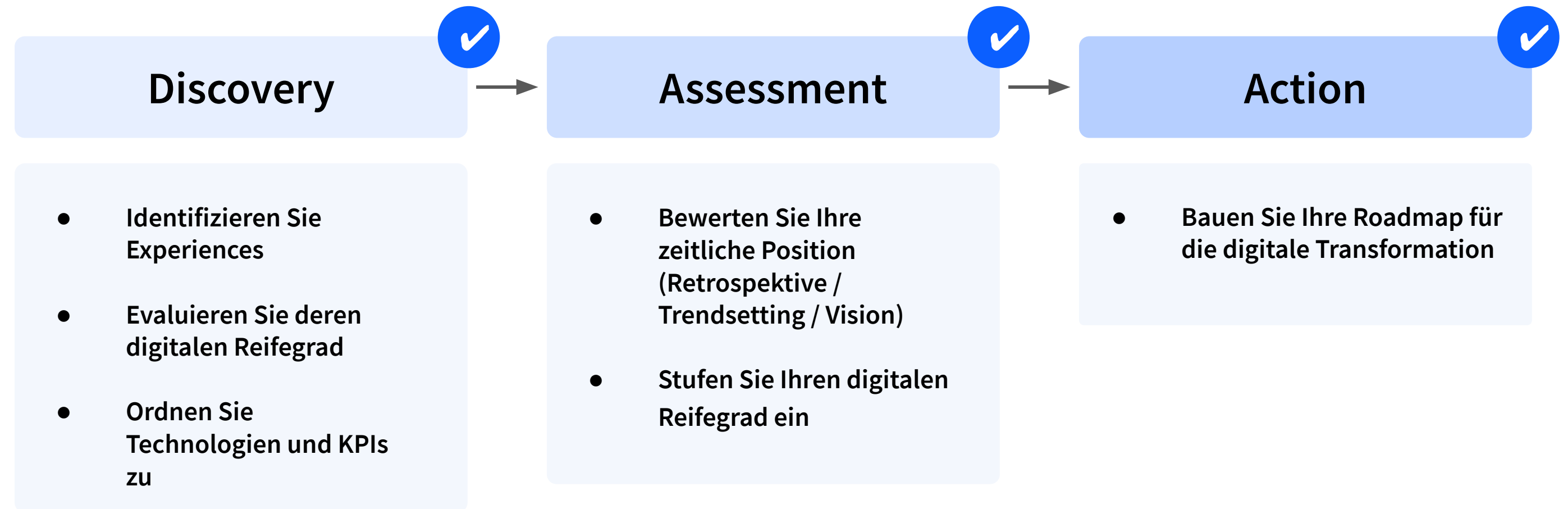
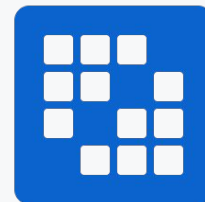
10,500+

Produkte

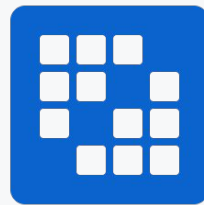
25,500+

Bestellungen seit
Dezember 2020

Checkliste








Anforderungen, die Sie an ein DXP-System stellen dürfen und müssen:

1. **Konnektivität:** Kann alle denkbaren Datenquellen verbinden
2. **Offenheit:** Zur Vermeidung von Lock-In-Effekten
3. **Business-tauglich** mit tragfähigen Lizenzmodellen



 **Digital Experience
Platform**

 **DXP Cloud**

 **Commerce**

 **Analytics
Cloud**

LIFERAY PRODUKTE



liferay.com

Edmund Dueck

edmund.dueck@liferay.com

Gilbert Schwartmann

gilbert.schwartmann@liferay.com