

WEBINAR - 02. SEPTEMBER 2021

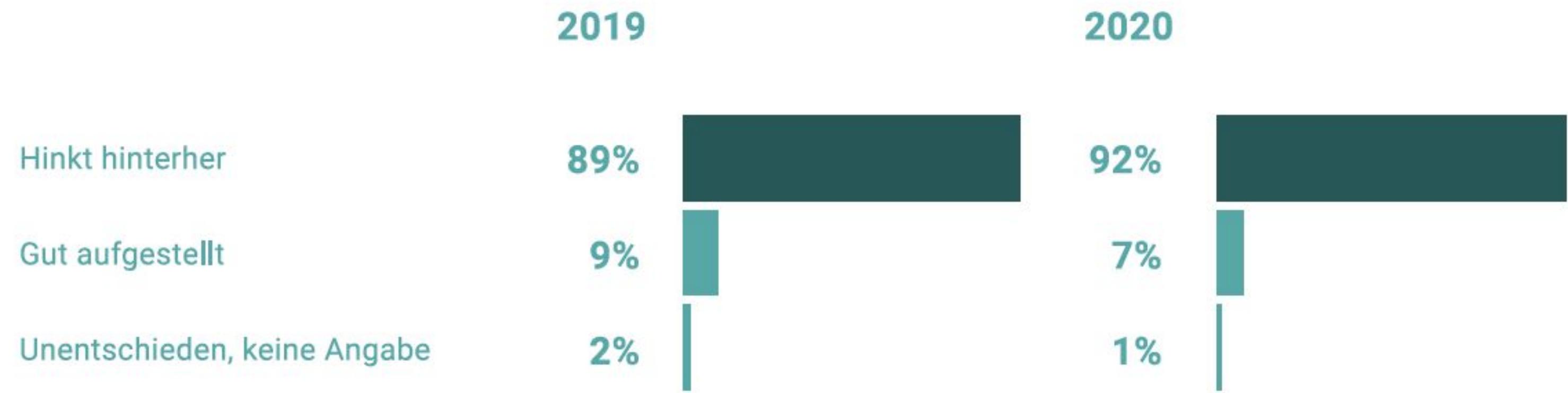
# Digitale Kundenstrategien

**Erfolgsfaktoren in der Industrie**

*Edmund Dueck, Gilbert Schwartmann*



# Digitalisierung in Deutschland



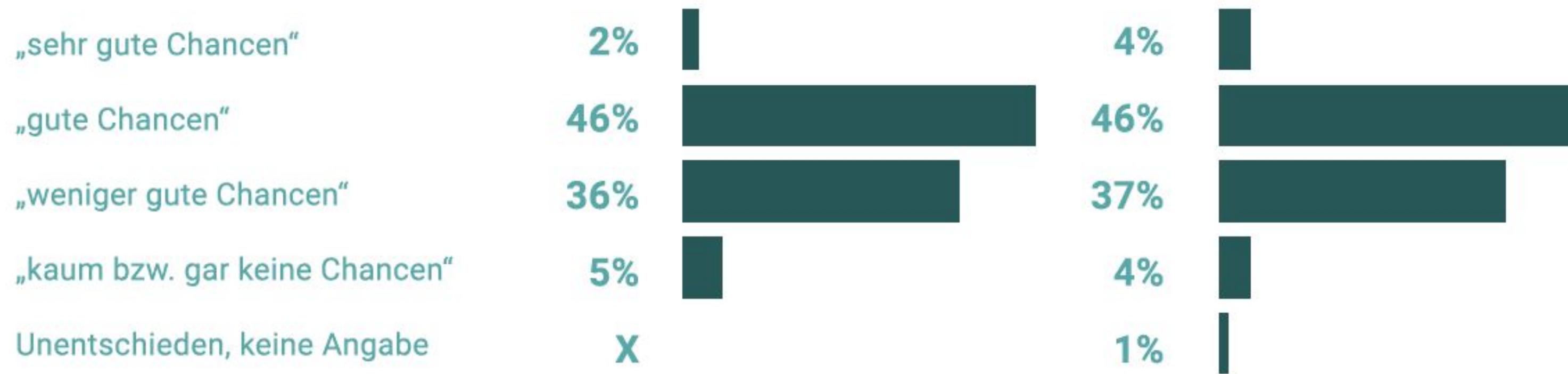
European Center for Digital Competitiveness (Hrsg.),

Digitalreport 2021, Berlin, 2021

[Source](#)

# Digitalisierung in Deutschland

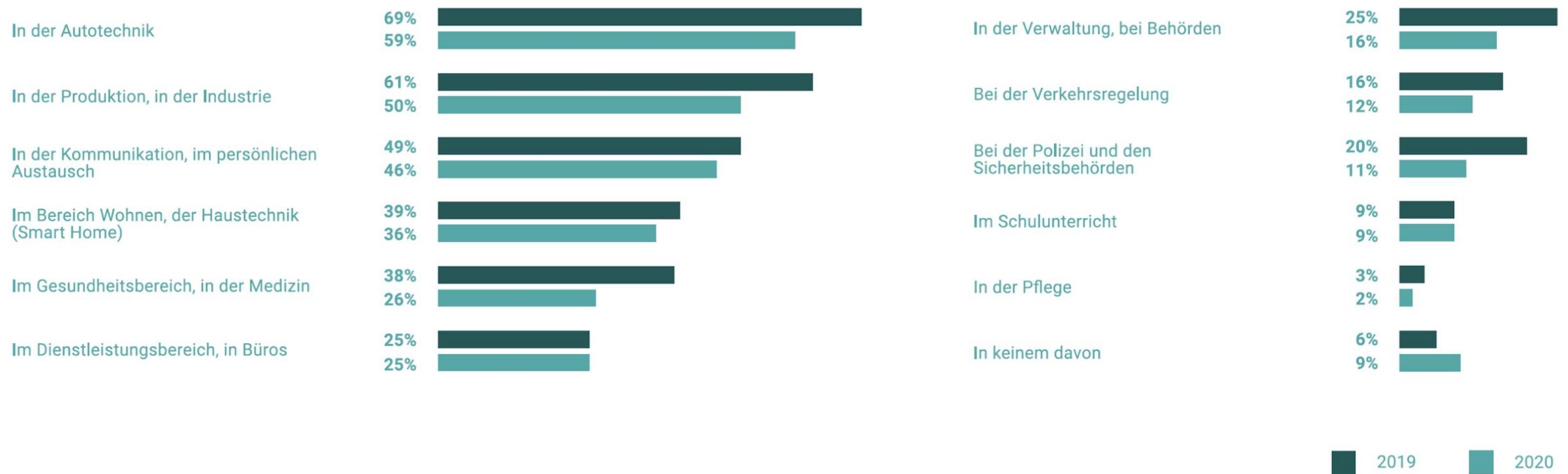
## Hinkt hinterher:



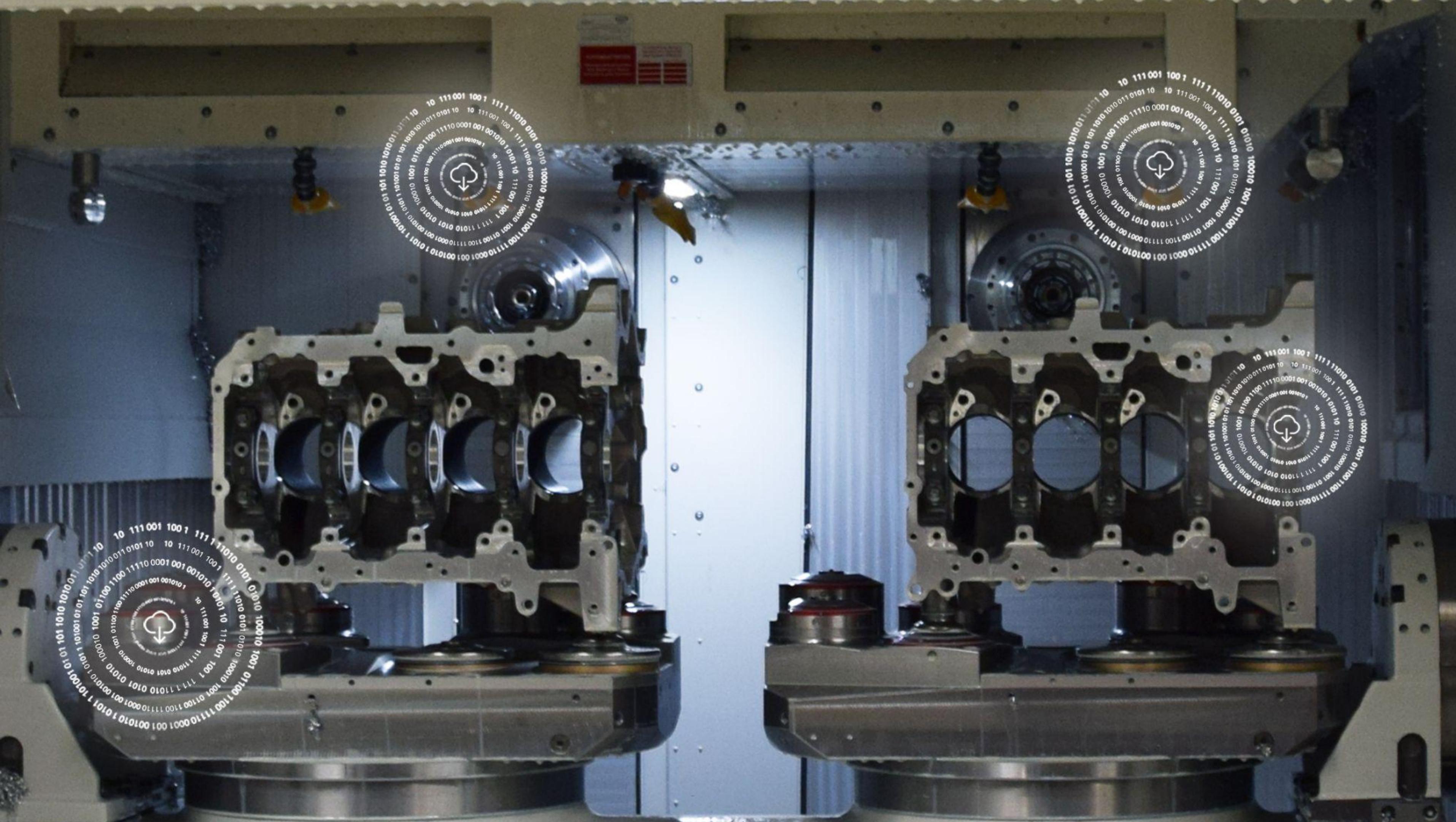
# Digitalisierung in Deutschland

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?“

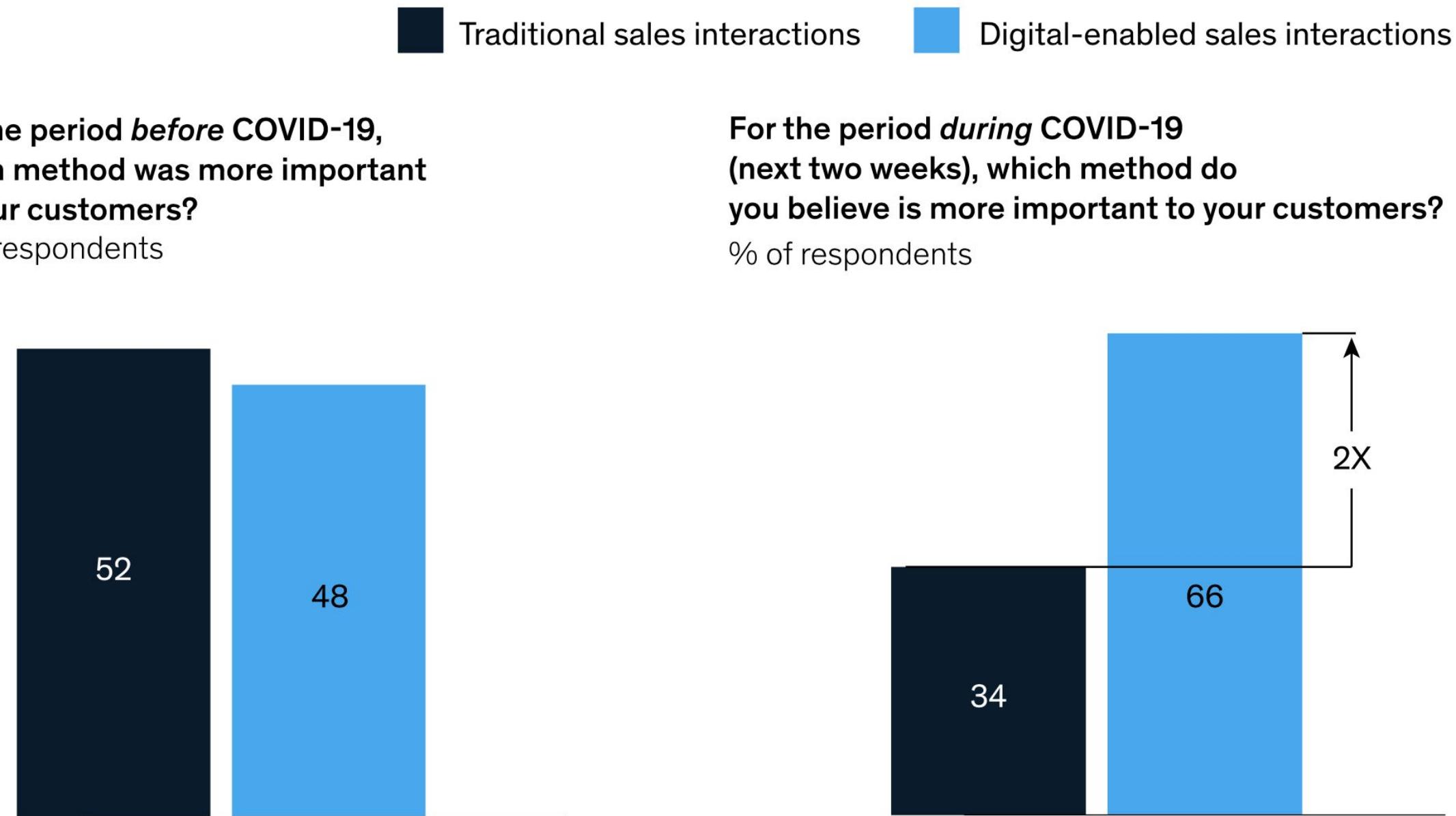






# Die digitale Chance für B2B

Digital interactions are twice as important.

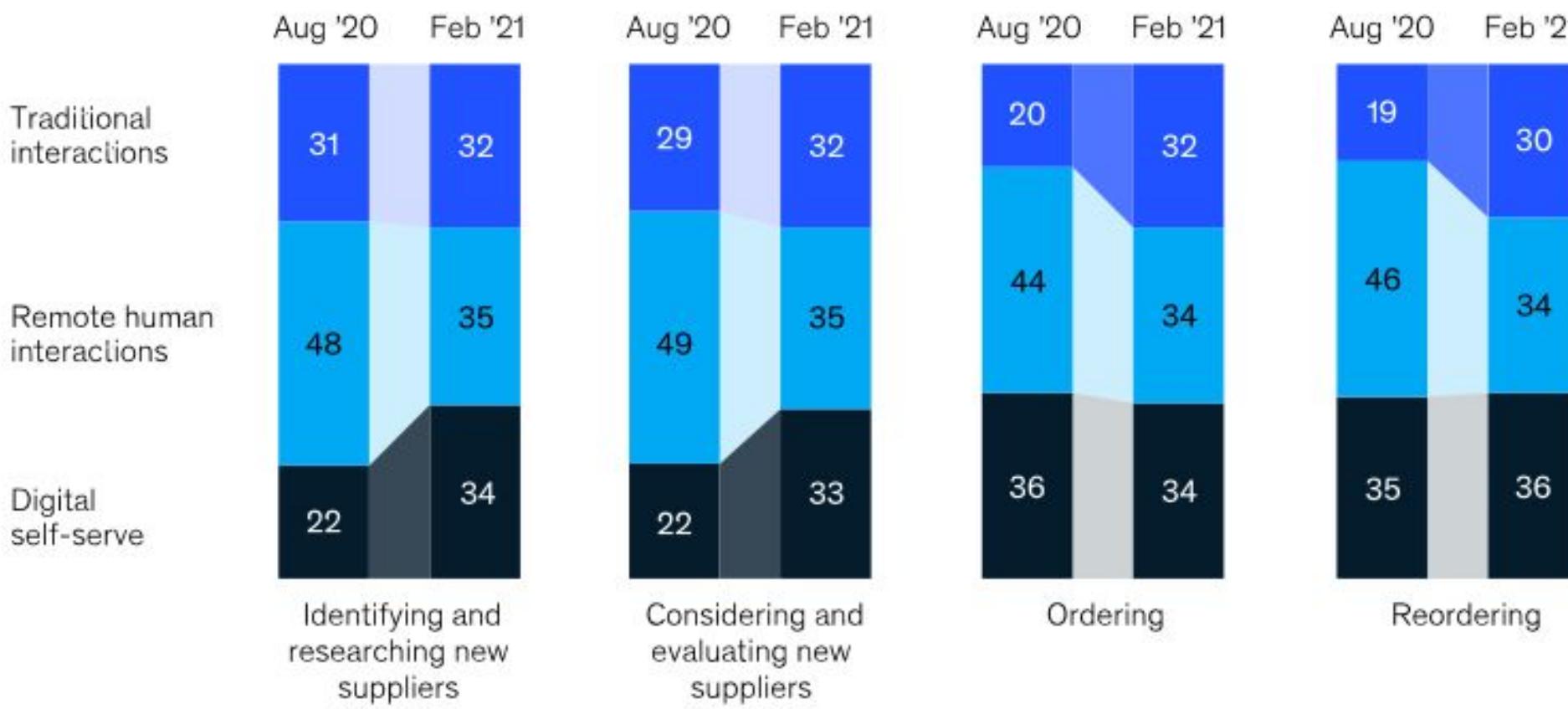


Source: McKinsey B2B Decision Maker Pulse Survey, April 7, 2020 (n = 3,619)

McKinsey  
& Company

## Current way of interacting with suppliers' sales reps during different stages...<sup>1,2</sup>

% of respondents



... and that's exactly what customers want<sup>3</sup>

**~2/3  
of buyers prefer remote human interactions  
or digital self-service**

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

<sup>2</sup>Figures may not sum to 100% because of rounding.

<sup>3</sup>Q: 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

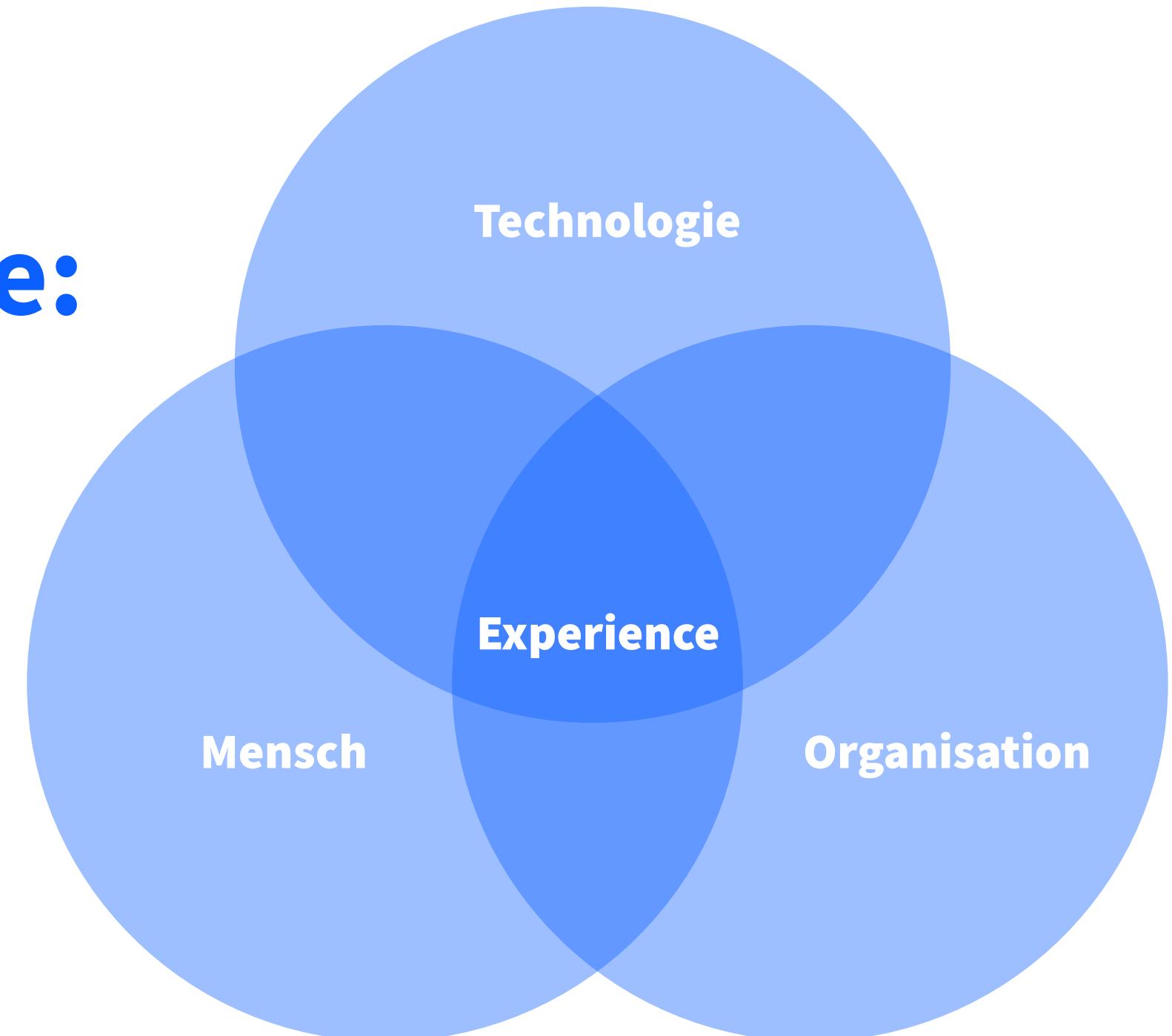
# Digitale Strategie:



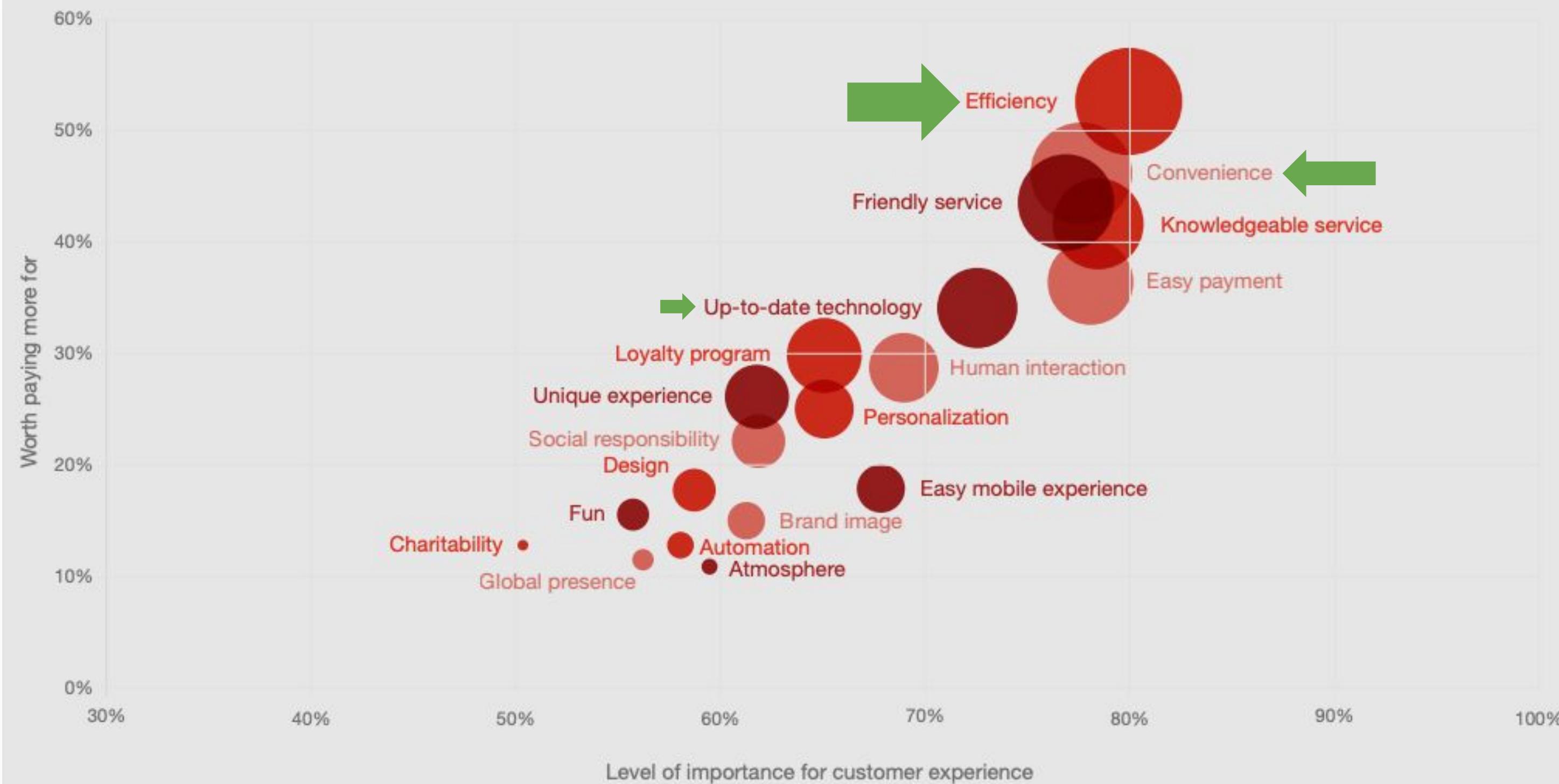
**Technologie**  
+ Organisation  
+ Mensch  

---

= Experience



**Figure 2: What people value most in their customer experience**



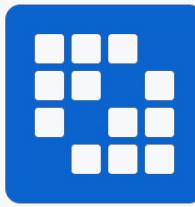
Q: When it comes to great overall customer experience, how important do you think each of the following will be in the future?  
Which of the following things are worth paying more for?

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



**Terres**  
**Inovia**  
l'agronomie en mouvement

# 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

# 3

*Wachstum*

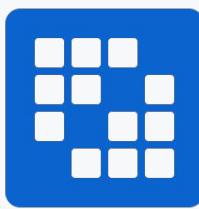
## Digitaler Champion

**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

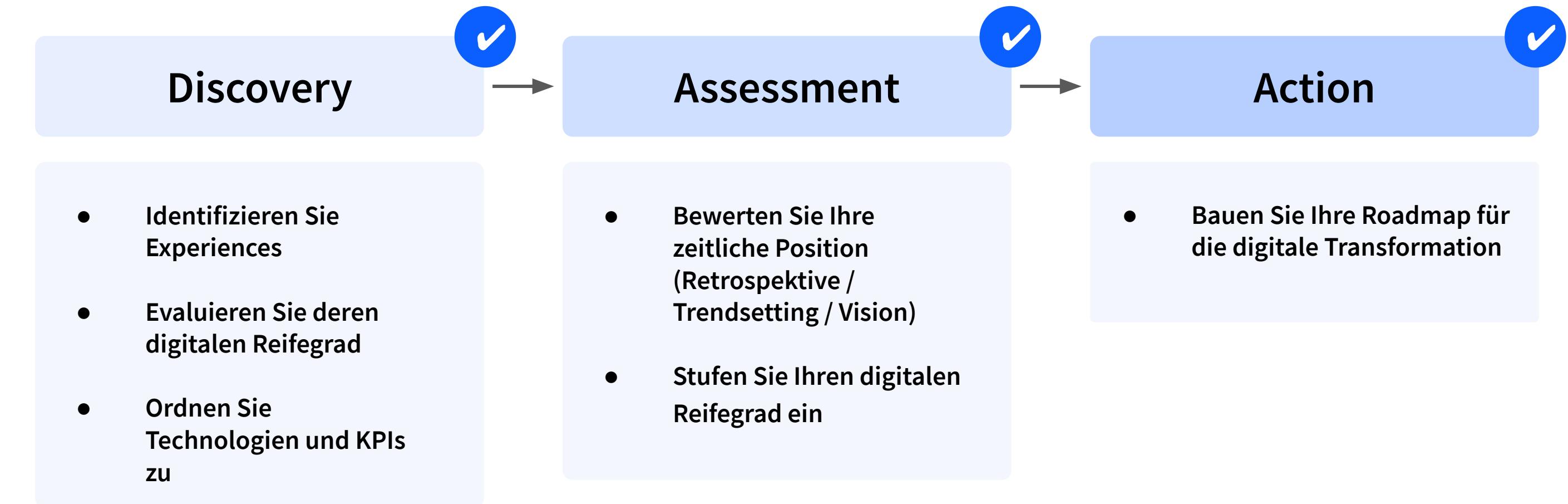
**10,500+**

Produkte

**25,500+**

Bestellungen seit  
Dezember 2020

# Checkliste



chandelier

reflection

pink anted

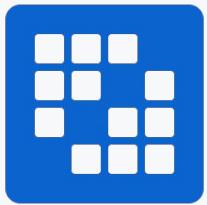
yellow flower

Poppy

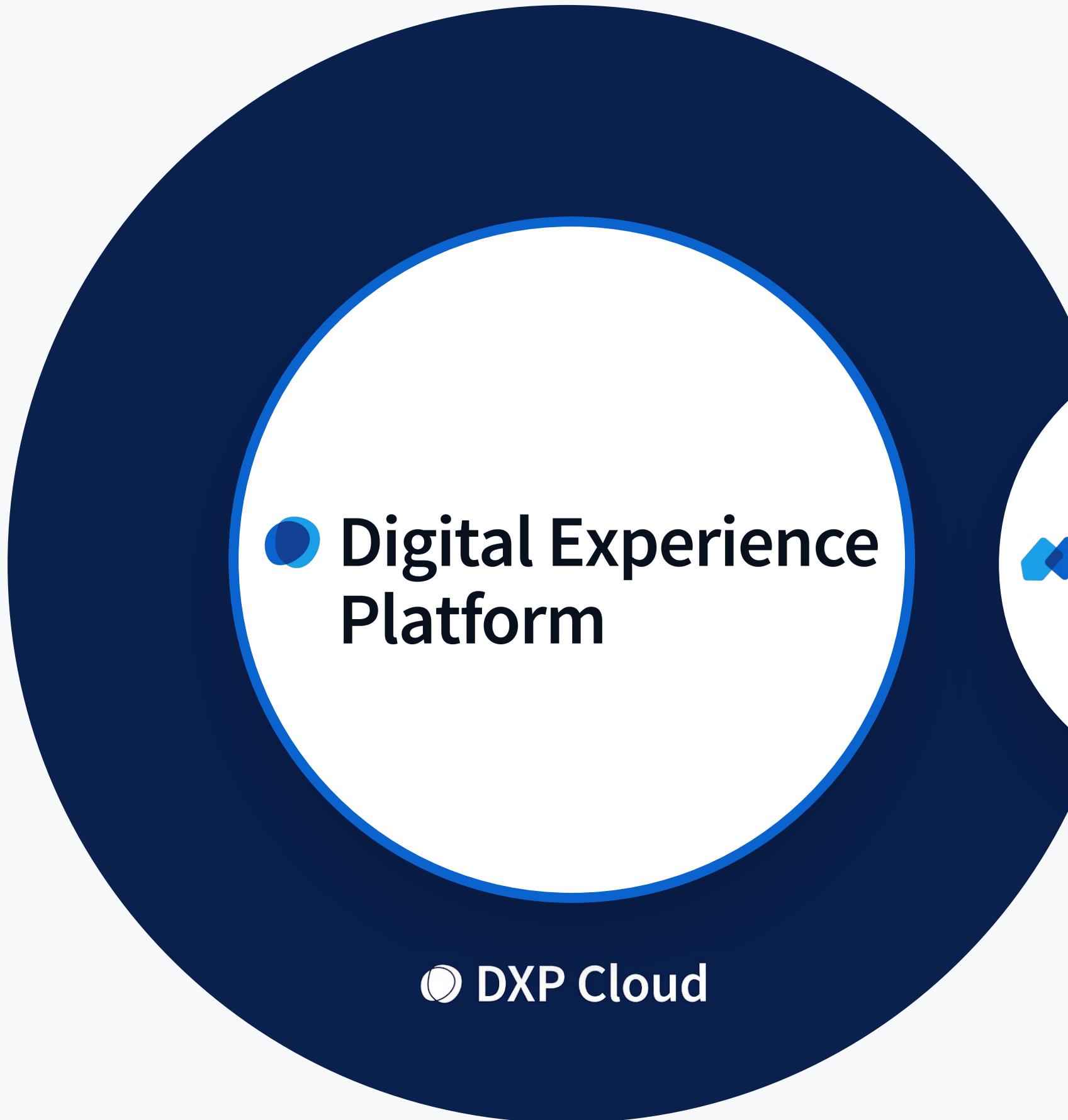
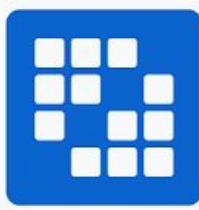
rose (s)

lum2

# 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





**liferay.com**

LIFERAY

**Edmund Dueck**

*edmund.dueck@liferay.com*

**Gilbert Schwartmann**

*gilbert.schwartmann@liferay.com*