



SEPTEMBER 18, 2018

Digitale Transformation & die Rolle des Kunden

eCH-Abendveranstaltung 2018

Was würde sich ergeben, wenn die Herausforderungen des öffentlichen Sektors unter dem Aspekt der Kundenerfahrung betrachtet würden?

Kunden wollen eine durchgängige und personalisierte **Erfahrung**. Dies erfordert eine stärkere **Vernetzung** föderaler Ebenen.

Customer Experience Design ermöglicht und unterstützt die Umsetzung des Standards „**Vernetzte Verwaltung Schweiz**“.



Agenda

1 Ben's Reise

Was wollen Kunden heute erleben?

2 Digital DNA – “Being Digital”

Wie treiben wir mit Customer Experience (CX) die Vernetzung voran?

3 Beispiel #1 – Smart Cities

Was haben wir von komplexen Projekten gelernt?

4 Beispiel #2 – Apple & Deloitte

Wie designen erfolgreiche Unternehmen Customer Experience?

5 Standardisierung von CX

Ist CX – aufbauend auf eCH-0176 - als Standard sinnvoll?

Intro – Ben's Reise

Wie Kunden den Erfolg einer digitalen
Transformation bestimmen.

Link: <https://youtu.be/KTQLuIPUowE>



Deloitte.
University Press

Vision – {Being digital = Vernetzt}

Digital DNA (dījī--tl dē'ēn--ā') n. 1. eine Reihe von besonderen Merkmalen und Eigenschaften, die Unternehmen in die Lage versetzen, in einer digitalen Welt erfolgreich zu sein. 2. Übernimmt die zugrunde liegenden Anweisungen, die Entwicklung, das Funktionieren und die Replikation für „being digital“.

Exploring DIGITAL

Nutzung traditioneller Technologien zur Automatisierung bestehender Funktionen

Doing DIGITAL

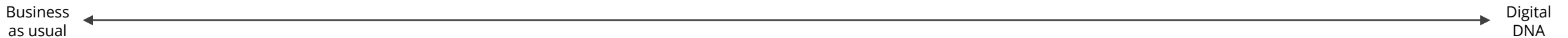
Nutzung digitaler Technologien um die Fähigkeiten zu erweitern, aber oft in Silos und immer noch weitgehend fokussiert rund um das laufende Geschäft

Becoming DIGITAL

Nutzung digitaler Technologien - immer mehr synchronisiert und weniger Silos - mit weit fortschrittlicheren Änderungen im laufenden Geschäft

Being DIGITAL

Unternehmens-, Betriebs- und Kundenmodelle werden weiterentwickelt und unterscheiden sich grundlegend von traditionellen Modellen.



Digitale Geschäftsmodelle
Business re-imagined

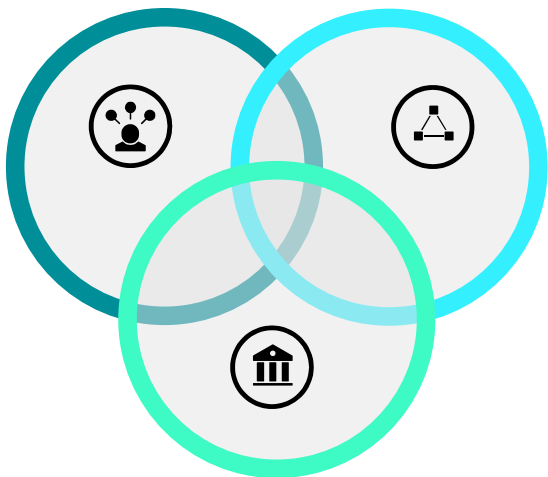
Digitale Betriebsmodelle
Neu konfiguriert für einen reibungslosen Betrieb zwischen legacy und digital

Digitale Servicemodelle
Kunden in der Wertschöpfung einbezogen wie nie zuvor

Definition – Customer Experience (CX) Design

CX oder besser gesagt das CX Management beinhaltet alle notwendigen Schritte, von der Ideenphase bis zur Umsetzung, Rollout und der Maintenance

«**Customer Experience** umfasst die Summe aller **Erfahrungen** die **Kunden** mit der Organisation und ihren Dienstleistungen haben. Die Kundenerfahrung ist **ganzheitlich** zu betrachten und konzentriert sich auf sämtliche Facetten entlang der **Dienstleistungserbringung.**»



Kundensicht

Wer sind meine Kunden und was will ich im Rahmen einer kundenzentrischen Experience Strategie erreichen?

Betriebsmodell & Governance

Welchen Ordnungsrahmen gebe ich vor und wie ist das Betriebsmodell konfiguriert?

Softwarebebauung und Architektur

Welche Architektur und Softwarelösung wähle ich aus, um meine Lösungen zum Leben zu bringen?

Vorgehen CX Design

Personas, Journeys und Experience Maps werden während des gesamten Customer Experience Design Prozesses verwendet, um sowohl den aktuellen Zustand zu verstehen als auch das künftige Zielbild zu definieren.



Vernetzung dank komplementärer Betriebsmodelle

Mit CX wird die Verknüpfung und Ausrichtung der internen Funktionen - innerhalb sowie ausserhalb der Organisation - auf die Erfahrungen und Wahrnehmungen des Kunden ermöglicht.





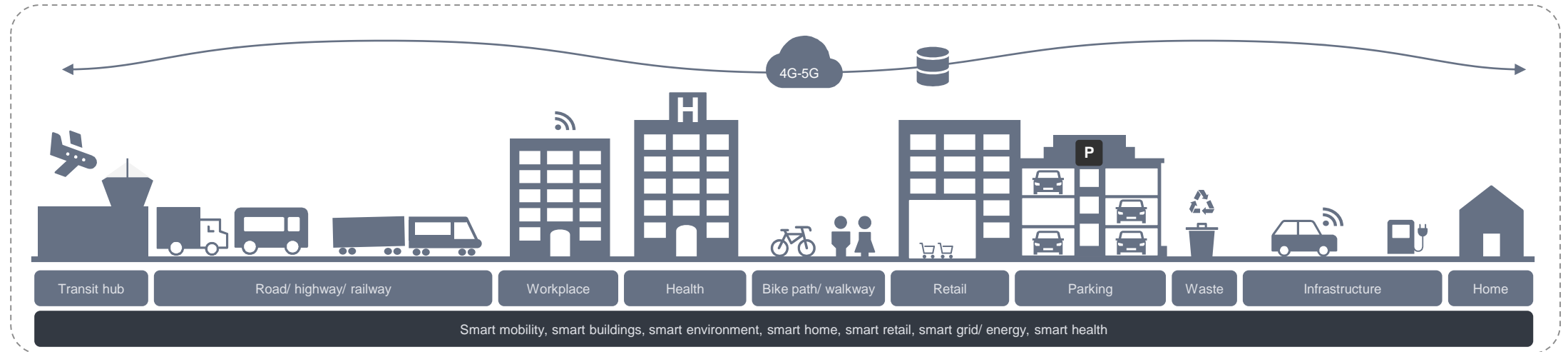
MIKE VOGT

MCH Group / SmartSuisse

“Hauptziel von SmartSuisse: Akteure miteinander weiter vernetzen, und das urbane Leben von morgen zu gestalten”

Smart City Projekte als Herausforderung

Die Erfahrung mit komplexen Smart City Initiativen zeigt die Wichtigkeit eines gemeinsamen Fokus auf Kundenbedürfnisse



Wieso Kundenfokussierung

Die Ausrichtung auf die Anliegen von **Kunden** ermöglicht die begründete und wertschaffende **Vernetzung** von Prozessen und Leistungen über die eigenen **Organisationsgrenzen** oder das eigene Auftragsverständnis hinaus.

Erfolgsfaktoren - Smart City

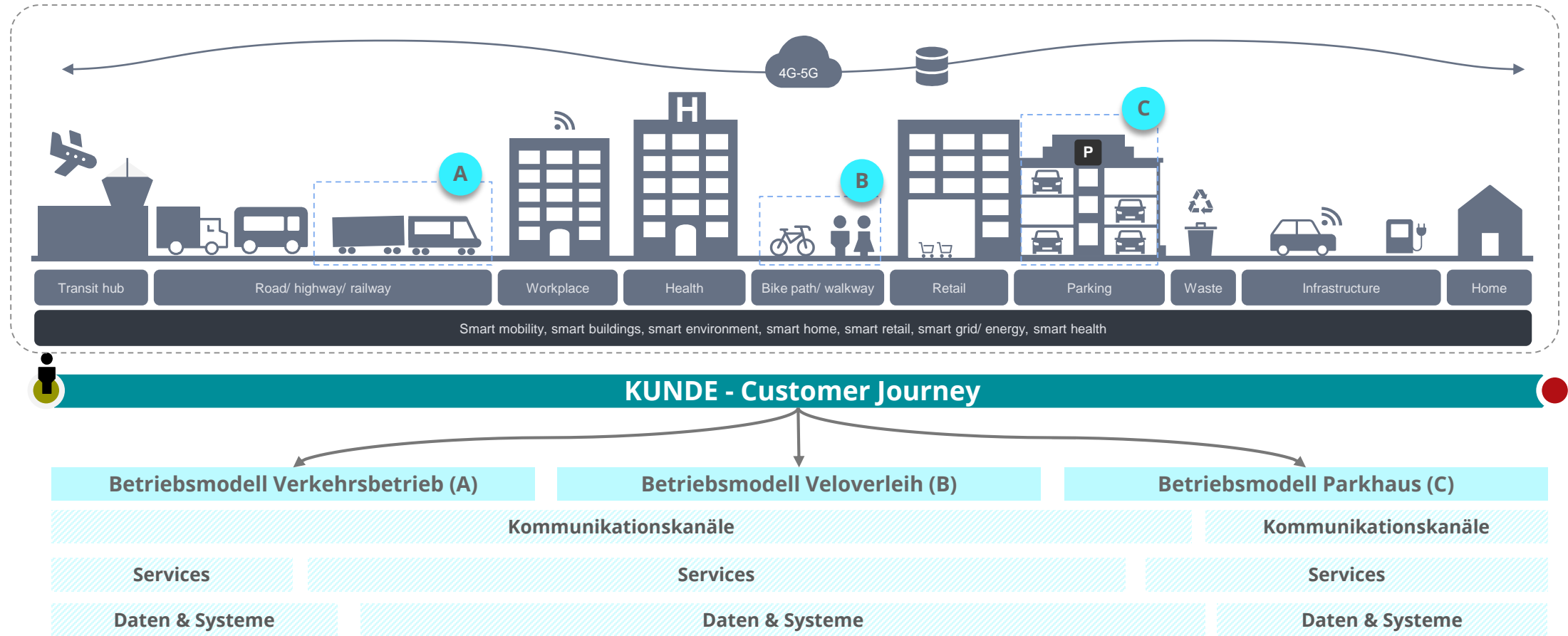
Cross-funktional statt silo-getrieben

Nutzerorientiert statt prozessgetrieben

Iterative Nutzertests statt Integrationstests

Vernetzung kommt durch Kundenfokussierung

Smart City Initiativen stellen die höchsten Anforderungen an Vernetzung und an ein gemeinsames Vorgehen aller Beteiligten





STEVE JOBS

GRÜNDER VON APPLE

**“You’ve got to start with the
customer experience and work back
toward the technology”**

Integration von physischem & virtuellem Store

Wie „vernetzt“ Apple die virtuelle und physische Kundenerfahrung in ihren Retail Stores

Beispiel

Customer Experience Apple Store

Apple steuert die Kundenerfahrung weg von einzelnen Kauftransaktionen in Richtung Dorfmarkt

Diese Kundenausrichtung bedingt die Vernetzung von physischem Geschäft mit einer virtuellen, datengetriebenen Kundenfokussierung.

Apple verfügt über eine near-realtime Inventarverwaltung aller Produkte in den Geschäften sowie über online-Kanäle.



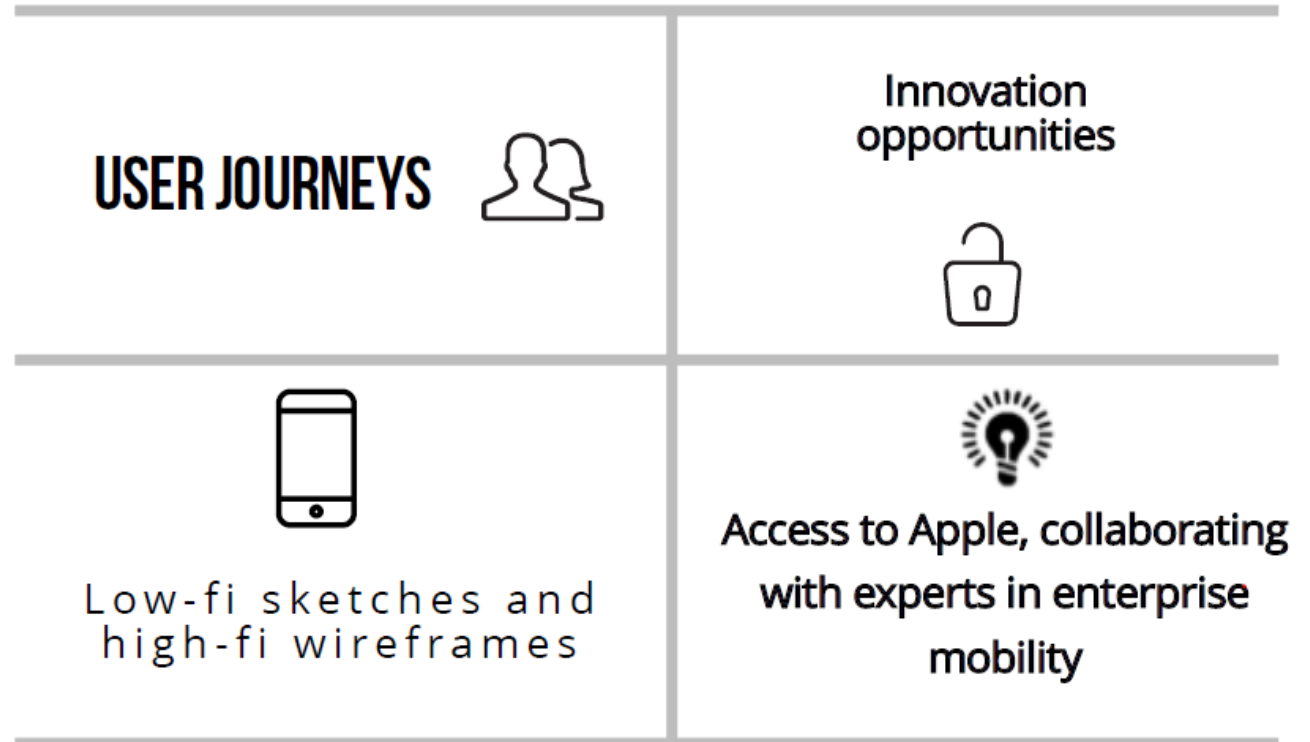
Wie Apple Nutzerforschung betreibt

EnterpriseNext ist ein Angebot, dass es ermöglicht, durch einen zweiwöchigen lösungsorientierten Workshop neue mobile Möglichkeiten zu erkennen

Apple / Deloitte Alliance

Apple und Deloitte sind eine Partnerschaft eingegangen, um die Transformation von Organisationen zu beschleunigen: Wir unterstützen unsere Kunden dabei, neue Wege der Kundenbindung zu finden.

Das Apple-Labor von Deloitte kann für jede Branche von Vorteil sein - eine Auswahl von relevanten Use Cases unterstützt unsere Kunden dabei, sofort nutzbare Potenziale zu identifizieren.





STEVEN COVEY

AUTOR

**“There are three constants in life...
change, choice and principles”**

Prinzipien & Werkzeuge CX Design

Die wichtigsten Prinzipien und Werkzeuge zur Umsetzung von Customer Experience Design

5 PRINZIPIEN von CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN

Nutzer-Zentriert

Dienstleistungen sollten aus der Sicht des Kunden erfahrbar gemacht werden.

Integrativ

Alle Beteiligten sollten in den Prozess des Service Designs einbezogen werden.

Iterativ

Der Service sollte als eine Sequenz von zusammenhängenden Aktionen visualisiert werden.

Visualisiert

Immaterielle Dienstleistungen sollten in Form von physischen Artefakten visualisiert werden.

Gesamtheitlich

Eine Leistung muss gesamtheitlich, inklusive der Umgebung, betrachtet werden

5 Werkzeuge zu CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN

Personas

Personas können definiert werden, sobald die Kunden segmentiert sind, und in den meisten Fällen, wenn Benutzerforschungsdaten gesammelt wurden. Sie werden im Mittelpunkt des Designs stehen und die Customer Journeys beeinflussen.

IST-Journey

Nach der Beurteilung des Ist-Zustandes können wir die wichtigsten Insights mittels einer Customer Journey dokumentieren. Dadurch können wir abgebildete Painpoints entlang der Journey aufzeigen.

Experience Maps

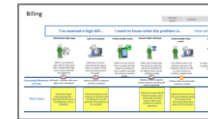
Experience Maps visualisieren die Kundenreise durch eine Abbildung von Empathie und Verständnis. Sie prägen die Soll-Journeys und tragen dazu bei, ein nahtloses Kundenerlebnis zu schaffen.

SOLL-Journey

Nach einer Definition der betrieblichen Auswirkungen und der Überprüfung der Umsetzungsmöglichkeiten definieren die Soll-Journeys das optimale zukünftige Kundenerlebnis.

Umsetzungsroadmap

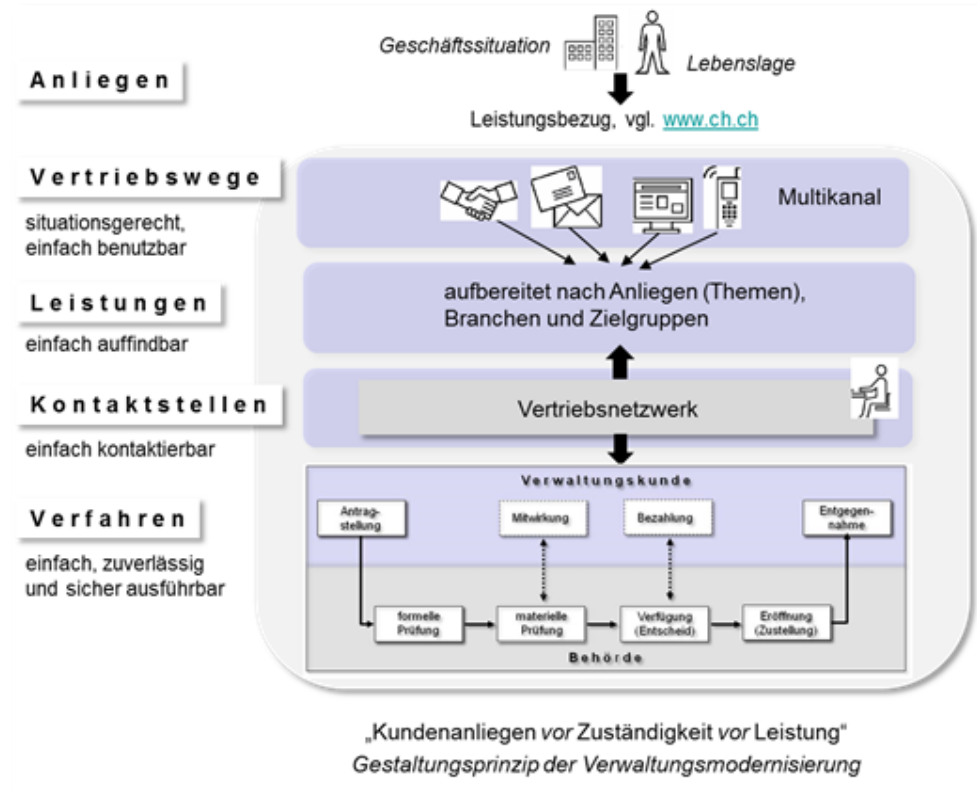
Mit Hilfe der Soll-Journeys werden detaillierten Use Cases für die einzelnen Bereiche entwickelt. Diese Use Cases müssen in spezifische, priorisierte Initiativen mit Business Case umgesetzt werden.



Standardisierung CX – sinnvoll?

Aufbauend auf Standard (eCH-0176) können klare Standards zu CX Design in allen föderalen Ebenen definiert werden.

Standard (eCH-0176) – Vernetzte Vertriebsstrukturen



Standard (eCH-xxxx) – Gesamtheitliche Kundenerfahrung

Kann Customer Experience Design oder das **Vorgehen** zu einer gesamtheitlichen Kundenerfahrung als standardisiertes Vorgehen die **Anliegen** der Kunden nach **validierten** Grundlagen ermöglichen? Im Rahmen eines Standards könnte **spezifisch** auf **folgende Punkte** eingegangen werden:

- Identifizierung & Priorisierung von Segmenten
- Etablierung einer CX Vision & Strategie
- Entwicklung des Kundenverständnisses
- Design der Kundenerfahrung
- Entwicklung & Umsetzung der Roadmap
- Messung & Anpassung



Customer Experience (CX) Design

löst nicht auf magische Weise alle vorhanden Probleme aber ein **standardisiertes Vorgehen** zur Evaluation und Design von Customer Experience ist eine **Voraussetzung** für zielgerichtete Vernetzung.

Vielen Dank.

Pablo Mandelz

Digitale Transformation im öffentlichen Sektor

Kontakt: pmandelz@deloitte.ch

Diese Publikation ist allgemein abgefasst und wir empfehlen Ihnen, sich professionell beraten zu lassen, bevor Sie gestützt auf den Inhalt dieser Publikation Handlungen vornehmen oder unterlassen. Deloitte Consulting AG übernimmt keine Verantwortung und lehnt jegliche Haftung für Verluste ab, die sich ergeben, wenn eine Person aufgrund der Informationen in dieser Publikation eine Handlung vornimmt oder unterlässt.

Deloitte Consulting AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte NWE LLP, einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), eine "UK private company limited by guarantee" (eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht). DTTL und ihre Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbständige und unabhängige Unternehmen. DTTL und Deloitte NWE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie unter www.deloitte.com/ch/about.