

## Factsheet

# IT Voraussetzungen für Customer Experience und zufriedene Kunden



Der Begriff „Kunde“ kam im IT-Management bislang nur im Zusammenhang mit Anwendern vor. Das Verhältnis zu ihm wurde via Service Level Agreements gestaltet und im schlimmsten Fall hatte man es mit einem sogenannten „DAU“ zu tun ... dem Dümmden Anzunehmenden User. Standardantwort der IT: „RTFMF“ – read the f\*\*\*ing manual first.

Im Digitalen Zeitalter jedoch ist es oft die IT, die massiv das Kundenerlebnis mitgestaltet. Seien es Digital Signage CMS Systeme, POS Technologie, Webshops, Apps oder Lieferketten. Der Endkunde ist nicht nur direkt von der Performance der Unternehmens-IT betroffen, er ist zum Teil sogar unmittelbar User.

Mario Zimmermann, Geschäftsführer von VEEAM in Österreich und Christoph Schmutz, Social CIO haben im Rahmen der Confare Konferenz „INNOVATIVE CIO“ eine Creative Innovation Session (CIS) zum Thema IT & Customer Experience geleitet. Gemeinsam mit CIOs österreichischer Top-Unternehmen wurden 5 Punkte erarbeitet, die der CIO berücksichtigen muss, wenn es um Customer Experience und Kundenzufriedenheit geht.

- 1. IT schafft Voraussetzungen für Innovationen – vom begeisternden Erlebnisfaktor bis zum neuen Geschäftsmodell**  
Eine neue Generation an Kunden hat neue Anforderungen an Ihr Unternehmen. Technologie trägt nicht nur dazu bei, diesen Anforderungen gerecht zu werden, sie schafft auch die Möglichkeit, ganz neue Wege anzubieten, um den Kunden rundum zufrieden zu machen. Dazu ist eine enge Zusammenarbeit der IT mit den Fachbereichen notwendig, sowie ein direkter Kontakt mit Endkunden und jenen, die tagtäglich mit den Kunden zu tun haben. Innovation ist dabei nicht nur nützliches Nebenprodukt. Sie wird immer mehr zu einem entscheidenden Faktor um die Wettbewerbsfähigkeit auch zukünftig zu behalten.
- 2. Die IT muss dazu beitragen, für den Kunden Komplexität zu reduzieren**  
„Keep it simple & stupid“ ist eine alte Weisheit aus der Entwicklung. Auch wenn die Technologie dahinter hoch komplex ist, sind Menschen von iPhones, Tablets und Gadgets einfachste Handhabung gewöhnt. Keiner möchte eine Bedienungsanleitung lesen, um Point Of Sale bezahlen zu können oder via App zu bestellen. Bei der Konzeption von Lösungen für den Endkunden sollten Sie aber nicht nur die Einfachheit der Bedienung berücksichtigen. Gehen Sie einen Schritt weiter. Wie kann Ihre Lösung dazu beitragen, das Erlebnis des Kunden noch einfacher zu machen – ihm das Leben zu erleichtern? Damit trägt die IT direkt zu einem besseren Erlebnis und einem besseren Alltag bei.
- 3. Der Kunde im Mittelpunkt: IT-Lösungen müssen zielgruppenorientiert entwickelt und kanalübergreifend implementiert sein.**  
Sprechen Sie die Sprache Ihrer Kunden? Wissen Sie, was diese wirklich wollen?



## Im Confare-Blog:



**Ecosystems. Create. Future.**  
– Das Motto des 11. Confare  
CIO SUMMIT

[www.confare.at/be-cio-motto-launch/](http://www.confare.at/be-cio-motto-launch/)

Wieviel Feedback bekommt das IT-Management unmittelbar vom Markt? Oder erfahren Sie erst aus der Zeitung, wenn was in der IT schiefgegangen ist, weil vorher keiner dem Kunden zuhört? Methoden wie Design Thinking können dazu beitragen, zu erleben, wie es einem Anwender geht, auch wenn er nicht direkt mit Ihnen spricht.

Der Kunde identifiziert Ihr Unternehmen mit einem gewissen Level an Service und Qualität. Achten Sie darauf, dass Ihre IT-Lösungen diesen Erwartungshaltungen an allen Berührungspunkten mit Ihrem Unternehmen gleich ist. Ein super Shop mit einer veralteten Webpräsenz oder einem inaktiven Social Media Auftritt macht keinen guten Eindruck.

#### 4. Eingesetzte Lösungen sollten Marktreife haben – Qualität und Usability gewinnen an Bedeutung

Noch so innovative Lösungen wirken kontraproduktiv, wenn sie schlecht entwickelt, unzureichend designed und mit Infrastruktur umgesetzt sind, die nicht ausreichend leistungsfähig ist. Während man den internen Kunden einfach mal dazu zwingen kann, unpraktische Anwendungen und komplexe Benutzeroberflächen zu nutzen, ist der Endkunde relativ schnell bei der Konkurrenz zu finden.

#### 5. Schaffen Sie den Balanceakt zwischen Offenheit, IT-Security und Verfügbarkeit

Biometrie, Kundendaten, Userverhalten ... wenn Sie dem Kunden besondere Erlebnisse bieten wollen, müssen Sie sicherstellen, dass Sie auch sicher mit seinen Daten umgehen können. Je weiter Ihre IT in die Welt außerhalb des Unternehmens wirkt, umso weiter müssen auch Ihre IT-Security und Safety Maßnahmen wirkungsvoll sein.

Den Balanceakt von erhöhter Security versus Usability gilt es zu schaffen. Zusätzlich muss die Verfügbarkeit der Services, von Daten und Applikationen in den Mittelpunkt rücken. Müssen interne Kunden mit Ausfällen leben, haben externe Kunden eine Nulltoleranz gegenüber Services die nicht zur Verfügung stehen. Keine Customer Experience ist noch fataler als eine schlechte.



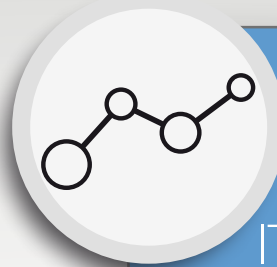
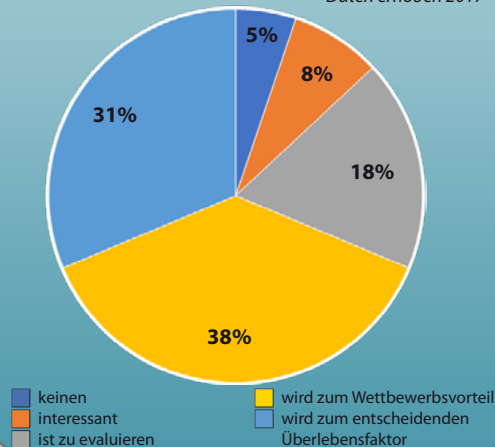
**confare**

in Kooperation mit **EY** Building a better working world

## IT-Management Trendbarometer

**Wie wichtig ist das Thema  
Customer Experience für  
Ihr Unternehmen im  
nächsten Jahr?**

Daten erhoben 2017



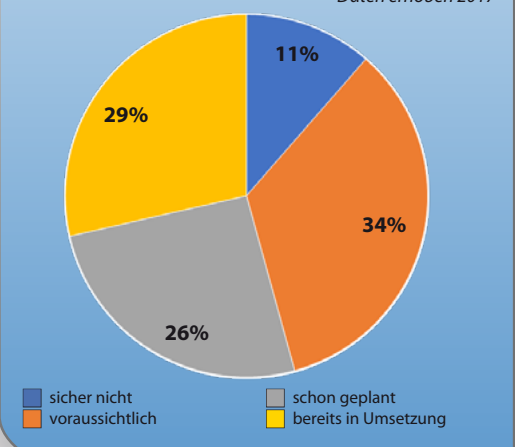
**confare**

in Kooperation mit **EY** Building a better working world

## IT-Management Trendbarometer

**Innovationsprojekte im  
Bereich Customer Experience  
in den nächsten beiden  
Jahren**

Daten erhoben 2017



Ihr Ansprechpartner:



**Mag. Mario Zimmermann**

Country Manager Austria bei Veeam Software GmbH

[mario.zimmermann@veeam.com](mailto:mario.zimmermann@veeam.com) | tel. +43 1 99460 6454 | [www.veeam.com/de](http://www.veeam.com/de)

**VEEAM**