

Digitale Plattformstrategien für die Serviceindustrie

Die Digitalisierung stellt die Serviceindustrie hinsichtlich der Transformation ihrer Produkte, Services und Geschäftsabläufe in eine digitale Welt vor enorme Herausforderungen:

- Prozessabläufe werden nicht end-to-end betrachtet und Medienbrüche verhindern eine durchgängige Prozesstransparenz und -steuerung
- Veraltete IT-Landschaften behindern eine zügige Integration neu entwickelter Produkte und Services
- Digitalisierungsinitiativen fokussieren sich meist auf isolierte Teilbestandteile der Prozesskette (z. B. neue Apps und Services, Abschaffung von Papier)
- Grundlegende Investitionen in die Erneuerung der Prozess- und IT-Architektur werden aus Komplexitäts- und Kostengründen nicht konsequent angegangen

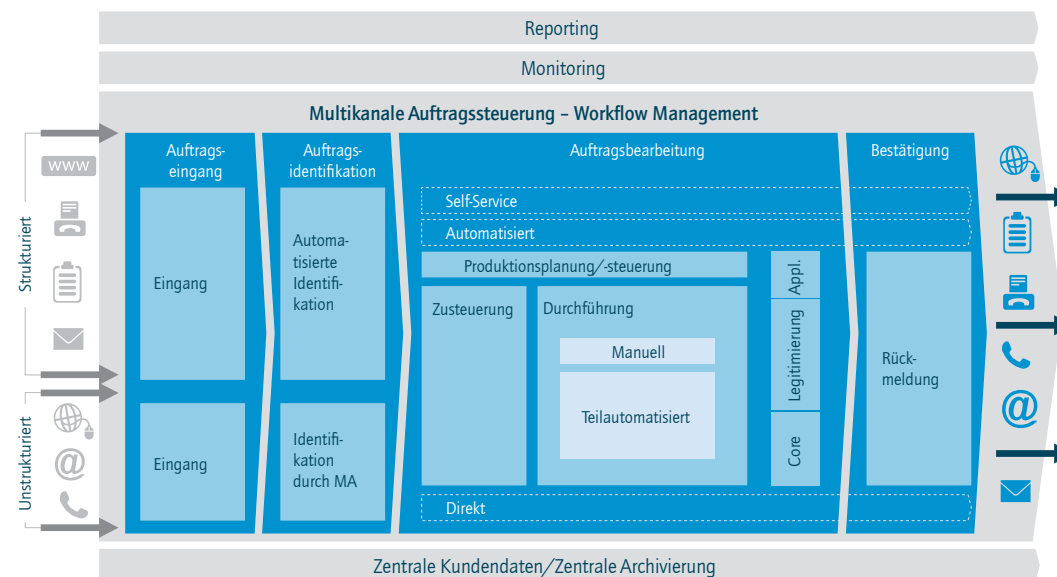
Die Folgen sind Fehler und suboptimale Abläufe in der Prozesskette. So werden etwa digital erhobene Daten redundant im Backoffice erfasst oder beworbene Serviceleistungen stehen in Spitzen- oder Nebenzeiten nicht zur Verfügung. Somit werden vorhandene Nutzenpotenziale der Digitalisierung nicht vollumfänglich gehoben, teilweise konkurrieren digitale Angebote mit dem bestehenden Serviceportfolio und erhöhen damit zusätzlich die Komplexität in der Prozess- und Anwendungslandschaft.

Eine Bewältigung dieser Herausforderungen erfordert eine stringente End-to-End-Ausrichtung der Geschäftsprozesse entlang der Wertschöpfungskette und die Synchronisation der Anforderungen in einer übergreifenden digitalen Plattformstrategie.

Digitale Plattformstrategie

Analog zu etablierten Plattformstrategien in der Automobilindustrie werden relevante Service- und Supportprozesse in standardisierte Einzelprozessschritte aufgeteilt und in Form wiederverwendbarer IT-Komponenten in einer integrierten Digitalplattform abgebildet („LEGO-Prinzip“). Die Plattform bildet ein virtuelles Fließband für die zeitgleiche Bedienung beliebiger Prozesse, Mit-

arbeiter- und Kundenanliegen. Die Aufnahme neuer Produkte und Services erfolgt entlang standardisierter Schnittstellen und mittels Wiederverwendung der vorher abgebildeten Komponenten. Dieser Architekturansatz ermöglicht einen hohen Grad an Flexibilität, erhöhte Time-to-Market-Geschwindigkeit und weitgehende Autarkie der Operationseinheiten im Hinblick auf die IT.



Blueprint für eine digitale Plattform

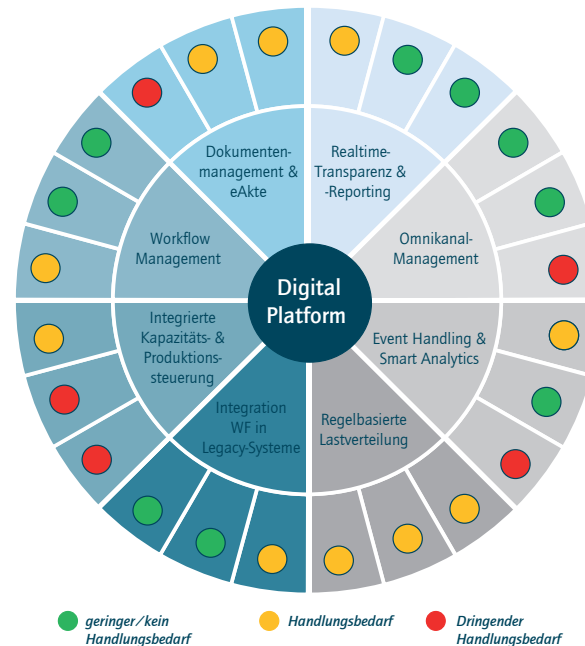
Kernfunktionalitäten einer integrierten Digitalplattform

Die erfolgreiche, effiziente Etablierung einer integrierten Digitalplattform erfordert:

- Integration sämtlicher Eingangs- und Ausgangskanäle über ein zentrales Multi-/Omni-Kanal-Management
- Vorgelagerte Elektronifizierung aller Dokumente in einem zentralen Archiv und jederzeitige Verfügbarkeit für alle Kanäle und Geschäftsprozesse in einer elektronischen Akte
- Konsequente Verlagerung aller kundenbezogenen Geschäftsvorfälle in ein zentrales Workflow-System sowie automatisierte und regelgebundene Steuerung der Geschäftsprozesse (Business Rules Engine)
- Generierung von Vertriebsimpulsen durch Nutzung von akquise-relevanten Kundendaten sowie Integration und Interaktion der Geschäftsprozesse mit den vorhandenen Legacy-Systemen
- Realtime Reporting und Monitoring über Auftragsdaten zur Steuerung und Geschäftsprozessoptimierung sowie zur automatisierten Lastverteilung

Unser Vorgehen: Das Reifegradmodell von Horváth & Partners

Gemeinsam mit unseren Kunden aus diversen Servicebranchen haben wir ein branchenübergreifendes Reifegradmodell für eine Digitale Plattformstrategie entwickelt. Mit Hilfe dieses Modells können Sie den aktuellen Entwicklungsstand Ihres Unternehmens bei der Digitalisierung von Serviceprozessen bewerten, Lösungsansätze identifizieren und Digitalisierungsmaßnahmen effizient und passgenau priorisieren. In einem ersten Schritt werden entlang der strategischen Leitplanken und der Digitalstrategie die Anforderungen an die digitale Plattformstrategie erhoben und in einem Zielszenario konsolidiert. Anschließend wird entlang der relevanten Bewertungsdimensionen eine Reifegradbestimmung der aktuellen IT-Anwendungslandschaft durchgeführt, Abweichungen zu den Anforderungen aus den strategischen Leitplanken bewertet und mit Best-Practice-Ansätzen von Horváth & Partners aus der Serviceindustrie gespiegelt.



Dimensionen zur Erhebung des Reifegrades für eine digitale Plattformstrategie (exemplarisch)

Ergebnisse des Reifegradmodells von Horváth & Partners sind:

- Umfassende Positionsbestimmung des individuellen Reifegrades der betrachteten Dimensionen und Spiegelung mit Best-Practice-Ansätzen in der Serviceindustrie
- Identifikation von Handlungsfeldern im Kontext der digitalen Plattformstrategie
- Gap-/Potenzial-Analyse entlang der relevanten Architekturkomponenten (Omni-Channel, Integration, Data Mining und Event Handling etc.).

Basierend auf den Ergebnissen der Reifegradbestimmung werden zielgerichtet die erforderlichen Maßnahmen identifiziert, Prioritäten mit der Unternehmensstrategie synchronisiert sowie eine Roadmap und Abarbeitungssequenz abgeleitet.

Nutzen Sie das Know-how unserer Experten

Horváth & Partners ist eine international tätige, unabhängige Managementberatung. Mit über 600 hochqualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist das 1981 in Stuttgart gegründete Unternehmen mit eigenen Standorten in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Ungarn, Rumänien, Saudi-Arabien und den Vereinigten Arabischen Emiraten vor Ort vertreten. Durch unsere Mitgliedschaft in der internationalen Beraterallianz „Cordence Worldwide“ sind wir mit insgesamt mehr als 2.600 Beratern weltweit und mehr als 50 Büros in den wichtigsten Wirtschaftsregionen vertreten.

Unsere Beraterteams verfügen über langjährige Erfahrung in der Serviceindustrie und sind Ihr kompetenter Partner in der Steuerung und Umsetzung digitaler Transformationsprojekte. Mit unserer herausragenden Branchenexpertise und Lösungskompetenz helfen wir unseren Kunden, die aktuellen und künftigen Herausforderungen erfolgreich zu meistern.



Sebastian Ostrowicz
Competence Center
Financial Industries

+49 162 2786332
SOstrowicz@horvath-partners.com