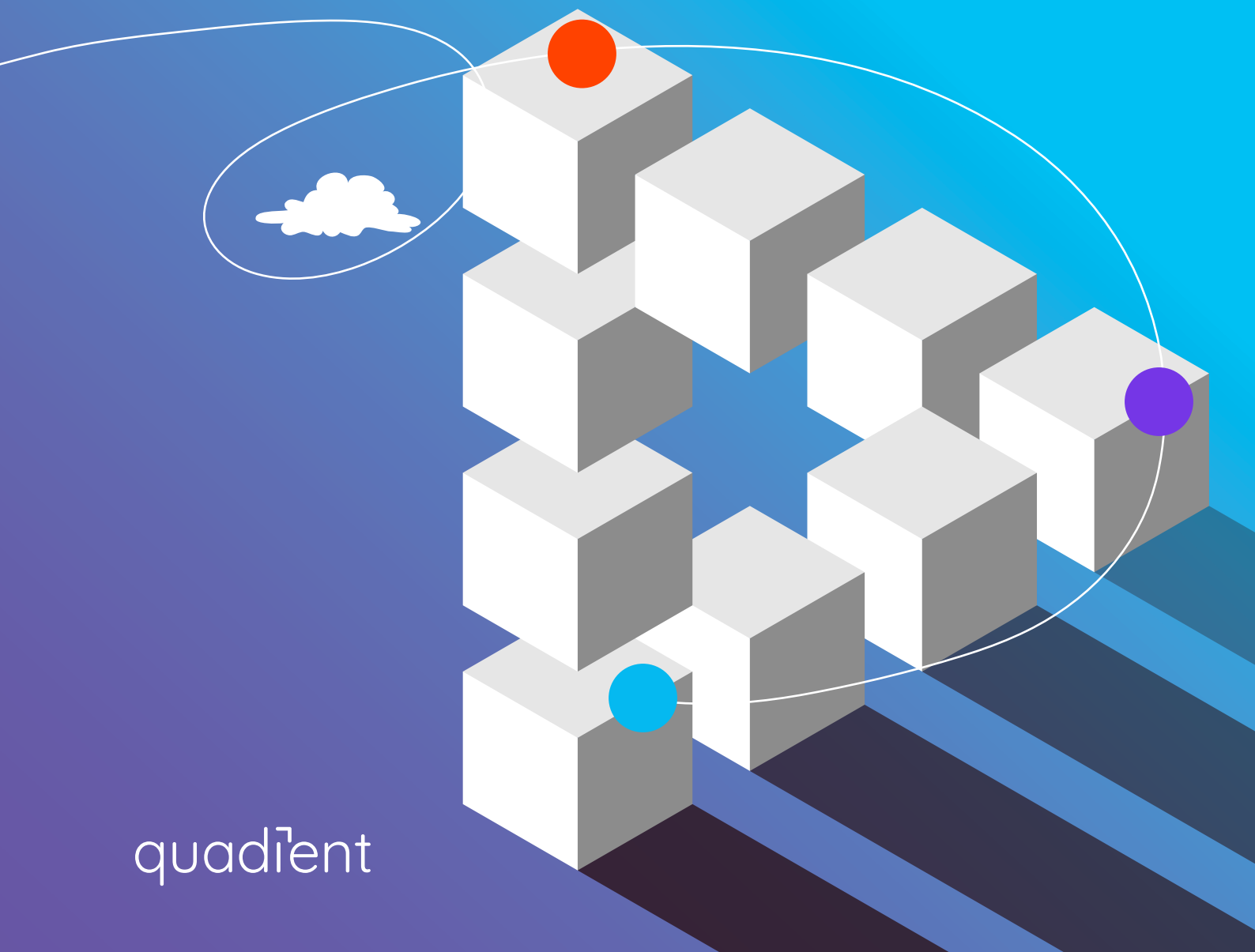


DER LEITFADEN ZUR BEWERTUNG DER KUNDENKOMMUNIKATION:

Wie schneidet Ihr Unternehmen ab?



quadi⁷ent

Einführung

Die Kundenwahrnehmung spielt eine wichtige Rolle bei der Fähigkeit eines Unternehmens, seinen aktuellen Kundenstamm zu halten und neue potenzielle Kunden anzulocken. Die gute Nachricht ist, dass Unternehmen viele Faktoren steuern können, die diese Wahrnehmung prägen. Wie effektiv und effizient Sie mit Ihren Kunden kommunizieren, ist einer dieser zentralen Faktoren. Unternehmen, deren Kommunikation aussagekräftig, konsistent und personalisiert ist und über die bevorzugten Kommunikationskanäle der Kunden erfolgt, können sich von Konkurrenten, deren Kommunikation überflüssig, irrelevant und fehlerhaft ist, abheben.

Angesichts des sich ändernden Geschäftsumfeldes, einschließlich steigender Kosten, wachsender Kundenerwartungen und mehr hybriden Belegschaftsmodellen, waren viele kleine Unternehmen schlicht und einfach dazu gezwungen, ihren Kundenkommunikationsprozess zu verändern. Die Frage lautet: Woher weiß man, ob die aktuelle Lösung langfristig tragfähig ist?

Ein **Reifegradmodell** kann Ihnen dabei helfen, zu ermitteln, wie ein optimierter Prozess für Ausgangspost aussehen sollte und wo Ihr Unternehmen möglicherweise Nachholbedarf hat. Das hilft Ihnen nicht nur dabei, einzuschätzen, wo Ihr Unternehmen gerade steht, sondern bietet auch klare Richtlinien, mit denen Sie Ihr Unternehmen einen großen Schritt voranbringen können.

Unser **Reifegradmodell für die Kundenkommunikation** wurde dafür konzipiert, kleinen und mittelständischen Unternehmen dabei zu helfen, einen Fahrplan für die Verbesserung und Optimierung ihrer Kundenkommunikationsstrategie zu entwickeln. Ziel dabei ist es, einen kundenorientierten Prozess zu schaffen, der die Kunden unterstützt, ihren Kanalpräferenzen entspricht und das beste Erlebnis mit Ihrem Unternehmen bietet.



Inhalt

Warum ist Multi-Channel-Versand wichtig?	4
Welche Risiken bestehen, wenn man nichts unternimmt?	5
Wie kann ein Reifegradmodell helfen?	6
Stufe Eins – MANUELL	8
Stufe Zwei – AD HOC	9
Stufe Drei – INTELLIGENT	10
Stufe Vier – FORTSCHRITTLICH	11
Wie fange ich an?	12



Quadiënt® und das Quadiënt-Logo sind eingetragene Marken der Quadiënt Group AG. Alle anderen Firmen- und Produktnamen können Marken sein und sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer. Alle Informationen in diesem Dokument, einschließlich der Beschreibung von Merkmalen, Funktionen, Leistungen und Spezifikationen, können jederzeit ohne schriftliche Ankündigung geändert werden.

www.quadiënt.com



Warum ist Multi-Channel-Versand wichtig?

Einem Bericht von Keypoint Intelligence* aus dem Jahr 2021 zufolge haben 58 % der befragten Unternehmen aufgrund externer Faktoren ihre Kundenkommunikationsstrategie angepasst. Covid hat die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden kommunizieren, grundlegend verändert und die Wichtigkeit multipler Kommunikationskanäle zur Übermittlung von Dokumenten unterstrichen. Die Umfrageteilnehmer gaben an, dass der Hauptgrund hierfür darin bestand, alternative Versandkanäle verfügbar machen zu müssen, um Kundenpräferenzen zu entsprechen.

IM SCHNITT WÜNSCHEN SICH 65 % ALLER KUNDEN MULTI-CHANNEL-KOMMUNIKATION*

In vielen Fällen besteht weiterhin Bedarf an Kommunikation per Post. Kunden wünschen sich jedoch verschiedene Kanäle für verschiedene Inhalte. Sie geben sich möglicherweise mit Online-Auszügen und Erinnerungen zufrieden, bevorzugen aber Papier oder antworten vielleicht sogar rascher auf papierbasierte Kommunikation für wichtige transaktionsbezogene Dokumente. „Von ca. 3000 Mitgliedern forderten nur 250 ein Papierexemplar der verschiedenen Newsletter und Einladungen, die wir versenden“, so ein Event-Unternehmen.

Kunden fragen immer mehr nach digitaler Kommunikation. Somit müssen sich auch die Prozesse für Ausgangspost weiterentwickeln. „Wir können so die Erwartungen unserer jüngeren Kunden an digitale Kommunikation erfüllen.“

*Quellen: Keypoint Intelligence, Drivers of Change in Customer Communications November 2021

Welche Risiken bestehen, wenn man nichts unternimmt?

Die Einarbeitung in neue Technologien und die Schulung der Mitarbeiter in neue Verfahren kann zeitaufwändig und kostspielig sein - insbesondere, wenn man sich mit dem Altbewährten zufrieden gibt. Ganz abgesehen davon, dass Sie von der Konkurrenz abgehängt werden - auch wenn Sie der Meinung sind, dass Ihre Systeme und Verfahren funktionieren, birgt die Anwendung veralteter Methoden Risiken:

- Sie bieten Ihren Kunden ein dürrftiges, inkonsistentes Erlebnis
- Die Einsatzbereitschaft und Produktivität Ihrer Mitarbeiter sinkt
- Menschliche Fehler führen zu Datenschutzverletzungen und Compliance-Risiken
- Sie haben einen langsameren Cashflow
- Die Transparenz und Nachverfolgbarkeit ist eingeschränkt

Die meisten Leute würden zustimmen, dass sich eine Investition in die Zukunft Ihres Unternehmens lohnt. Jedes Unternehmen hat unterschiedliche Kompetenzen, Ressourcen und Technologien zur Unterstützung seines Betriebs und seiner Weiterentwicklung zur Verfügung. Somit können die jeweiligen Zeitrahmen variieren. Ein Hersteller mit 200 Mitarbeitern hat beispielsweise andere Möglichkeiten als eine Anwaltskanzlei mit 20 Angestellten. Doch jedes Unternehmen hat die gleiche Chance und Fähigkeit, seine Prozesse zu verbessern und geschäftlich einen großen Schritt voran zu kommen. Jedes Unternehmen ist anders, doch jede Firma kann einen Vorteil daraus ziehen, ihre aktuellen Kundenkommunikationsprozesse anhand der folgenden Richtlinien zu evaluieren, um Lücken zu identifizieren und einen Fahrplan zu erstellen, mit dem das Unternehmen ans gewünschte Ziel gelangen kann.



Wie kann ein Reifegradmodell helfen?

Quadients **Reifegradmodell für die Kundenkommunikation** beschreibt die allgemeinen Merkmale, welche mit den einzelnen Phasen des Modells verknüpft sind. Die Phasen reichen von der manuellen Vorbereitung und Verbreitung von Dokumenten bis hin zur Nutzung einer automatisierten digitalen Lösung, die sich mühelos in Ihre interne Infrastruktur einfügt und damit kompatibel ist.

Mit diesem Modell können Unternehmen von einer rein administrativen Handhabung von Dokumenten zu einem System übergehen, das interne Ressourcen optimiert und ein nahtloses Kundenerlebnis bietet. Das untenstehende Diagramm gibt einen Überblick über das Reifegradmodell und seine inkrementellen geschäftlichen Auswirkungen im Zuge der von Ihnen gemachten Fortschritte.

Unser Reifegradmodell wird Ihnen helfen:

- Ihre aktuellen Möglichkeiten mit einer Reihe von Best Practices für jede aufeinanderfolgende Reifegradstufe abzugleichen.
- die zu erwartenden Ergebnisse jeder einzelnen Stufe herauszuarbeiten, um darauf basierend einen Fahrplan zu erstellen.
- die nächsten Schritte zu visualisieren und Ziele festzulegen, um auf Kurs zu bleiben.



Reifegradmodell für die Kundenkommunikation



	Manuell	Ad Hoc	Intelligent	Fortschrittlich
Prozess für ausgehende Dokumente	Papier-zentrisch. Manuelle Vorbereitung und Bearbeitung	Mischung aus physischer und elektronischer Post (hauptsächlich PDF-Anhänge)	Dokumente werden im Büro über eine einzige Plattform verwaltet	Nutzung von Druck-, digitalen und outgesourceten Versandkanälen, die von überall aus verwaltet werden können
Betriebseffizienz	Rasche Anpassung an interne oder externe Herausforderungen ist schwierig	Dezentralisierte oder separate Prozesse und Systeme	Automatisierte Vorbereitung und Bearbeitung von Dokumenten Einsparungen bei Papier- und Portokosten durch digitale Bereitstellungs kanäle	Ausgewählte Postsendungen können einer sicheren Einrichtung für Printoutsourcing anvertraut werden
Mitarbeiterengagement und -produktivität	Mitarbeiter führen repetitive und überflüssige Aufgaben manuell aus	Teilweise manuelle Prozesse	Höhere Agilität durch Automatisierung, gleichzeitige Reduzierung von Fehlern	Mitarbeiter können Dokumente von überall aus erstellen, genehmigen und verwalten
Dokumenteintegrität	Dokumente sind anfällig für falsche Handhabung und Fehler Manuelle Nachverfolgung und Aufbewahrung	Dokumente sind anfällig für falsche Handhabung und Fehler Isolierte Aufbewahrung und Nachverfolgung	Automatisierungssoftware sorgt dafür, dass das richtige Dokument in den richtigen Umschlag gelangt Zentralisierte Aufbewahrung	Dokumente bleiben stets sicher und vorschriftskonform – unabhängig davon, ob sie intern oder extern hergestellt werden
Customer Experience	Generische, nicht personalisierte Kommunikation, die über einen Versandkanal erfolgt	Unbeständige Kommunikation für ähnliche Kunden	Personalisiert, mit gezielten Botschaften	Personalisierte Multi-Channel-Kommunikation je nach Präferenz des Kunden

Stufe Eins – MANUELL



Der niedrigste Reifegrad steht für ein Unternehmen mit vielen manuellen Prozessen. Manuelle Prozesse beeinträchtigen die Agilität sowie die Fähigkeit eines Unternehmens, interne und externe Probleme schnell zu lösen. Auf dieser Ebene wird ein Unternehmen sicher nicht in der Lage sein, lange mit seinen voll digitalisierten Wettbewerbern mitzuhalten.

Viele Organisationen haben keine Kontrolle über den Austausch von Geschäftsdokumenten. Fakt ist, dass manuelle Prozesse höhere Betriebskosten und eine geringere Mitarbeiterproduktivität bedeuten. Am wichtigsten ist jedoch, dass manuelle Prozesse Ihr Unternehmen den potenziellen Risiken im Zusammenhang mit menschlichem Versagen wie Compliance-Problemen aussetzen. Hierdurch können das Erlebnis Ihrer Kunden und deren Wahrnehmung Ihres Unternehmens negativ beeinträchtigt werden.

Unternehmen auf dieser Stufe zeichnen sich durch Folgendes aus:

- Prozesse, die auf historischen Präzedenzfällen basieren
- Überwiegend papierbasierte Arbeitsabläufe für Dokumente
- Selbstverwaltete Governance- und Sicherheitsstrukturen
- Mitarbeiter haben oft Schwierigkeiten dabei, Dokumente zu finden, oder zu prüfen, ob es sich um die aktuellste Version handelt
- Manuellen Prozesse der Dokumentenverwaltung werden von einem oder mehreren Mitarbeitern erledigt, die normalerweise mehrere Rollen bekleiden
- Größere, aufwendige Postsendungen erfordern die Unterstützung gesamter Abteilungen
- Generische, nicht personalisierte Kundenkommunikation

Diese Phase hat wenig zu bieten im Hinblick auf das Kundenerlebnis sowie das Engagement der Mitarbeiter. Mitarbeiter verwenden mehr Zeit auf die verwaltungstechnischen Aspekte des Dokumentenversands als auf komplexere, inspirierendere und umsatzfördernde Tätigkeiten. Zudem laufen Unternehmen in dieser Phase Gefahr, Kunden an digital versiertere Wettbewerber zu verlieren.

OHNE TOOLS ZUR REDUZIERUNG VON IRRTÜMERN BESTEHT EIN HÖHERES RISIKO, FEHLER ZU MACHEN, DIE SICH NEGATIV AUF IHRE MARKE AUSWIRKEN, KUNDEN UNZUFRIEDEN MACHEN ODER DAZU FÜHREN KÖNNEN, DASS SIE GESETZLICHE VORSCHRIFTEN NICHT EINHALTEN.

Stufe Zwei – AD HOC



Im Laufe der letzten beiden Jahre sind viele kleine und mittelständische Unternehmen gezwungenermaßen in dieser Phase angelangt.

Viele haben sich an externe Veränderungen angepasst, indem sie verschiedene, nicht miteinander vernetzte Systeme und digitale Tools aneinandergereiht haben. Diese Notlösungen erfüllen vielleicht vorübergehend ihren Zweck, sind aber langfristig nicht tragfähig.

Unternehmen auf dieser Stufe zeichnen sich durch Folgendes aus:

- Gedruckte Post gemischt mit E-Mails und PDFs in Form von gescannten Anhängen (manuell/digital)
- Mit verschiedenen Systemen erstellte Dokumente
- Zusammengestückelte Workflow-Tools
- Duplikate an mehreren Orten
- Die Korrespondenz wird hauptsächlich auf Ad-hoc-Basis erstellt, ohne echte Möglichkeiten für Nachverfolgung oder einheitliche Markendarstellung
- Selbstverwaltete Governance- und Sicherheitsprotokolle

Das Hinzufügen elektronischer Mitteilungen wie PDF-Anhänge ist nicht ideal. So bieten Sie Kunden zwar mehr als nur Papierdokumente, doch diese Dokumente werden weiterhin manuell verwaltet und nicht über eine zentralisierte Plattform generiert oder dort archiviert.



**WENN KUNDEN
MIT EINEM
WETTBEWERBER
EINFACHER UND
NAHTLOSER
ZUSAMMENARBEITEN
KÖNNEN, SPIELT ES
KEINE ROLLE, WIE
GROSSARTIG
IHRE PERSÖNLICHE
BEZIEHUNG IST ODER
WIE LANGE SIE DAMIT
VERBRACHT HABEN,
SIE AUFZUBAUEN.**

Stufe Drei – INTELLIGENT



Unternehmen auf dieser Ebene haben Versandautomatisierung in ihre Prozesse integriert. Durch das Hinzufügen automatisierter Komponenten wie z. B. einer durch Automatisierungssoftware unterstützten Kuvertiermaschine beginnen Unternehmen, wesentliche Verbesserungen im Hinblick auf die Produktion und Integrität von Dokumenten zu erzielen.

Durch das Hinzufügen intelligenter Automatisierungssoftware können Unternehmen Kundenmitteilungen entsprechend vordefinierter geschäftlicher Regeln sortieren, gruppieren und/oder verwalten. Anhand dieser Regeln können Unternehmen Ausnahmen geltend machen oder bestimmte Dokumente für ausgewählte Kunden identifizieren. Die Konsolidierung von Dokumenten für denselben Kunden reduziert nicht nur die Lager- und Portokosten, sondern vermittelt Ihrem Kunden auch den Eindruck eines besser organisierten und professionelleren Betriebs.

Unternehmen auf dieser Stufe zeichnen sich durch Folgendes aus:

- Eine Plattform, die dafür sorgt, dass Kundendaten während der Sendungsvorbereitung sicher bleiben
- Eine besser organisierte und kontrollierte Dokumentenverwaltung
- Gesteigerte Mitarbeiterproduktivität aufgrund höherwertiger Aufgaben
- Höhere Betriebseffizienz und Kosteneinsparungen
- Kommunikation, die Datenschutz-, regulatorische und Compliance-Standards erfüllt

Das Unternehmen nutzt in erster Linie seine interne Infrastruktur wie z. B. die Postversandstelle, um Versandaktivitäten durchzuführen. Intelligente Barcodetechnologie erhöht die Fähigkeit des Unternehmens, Dokumente effizienter zu liefern, während gleichzeitig Datenschutz und die Compliance-Anforderungen erfüllt werden.

Die meisten Unternehmen erleben eine Produktivitätssteigerung der Mitarbeiter, da die Hardware das Sortieren, Zusammenstellen und Gruppieren verschiedener Dokumente übernimmt, während die Automatisierungssoftware sicherstellt, dass die richtigen Dokumente in den richtigen Umschlag gelangen.

**DIE DIGITALISIERUNG
VON WORKFLOWS
MACHT IHR
UNTERNEHMEN
AGILER, SPART KOSTEN
UND VERBESSERT DAS
KUNDENERLEBNIS.**



Stufe Vier – FORTSCHRITTLICH



In dieser Phase haben Unternehmen eine klar definierte Kundenkommunikationsstrategie erstellt. Diese Unternehmen können nicht nur Kundendokumente über verschiedene Kanäle bereitstellen, sondern diese Mitteilungen auch von überall aus verwalten. Das Unternehmen kann sich auch dafür entscheiden, manche umfangreichen, unhandlichen Postsendungen outzusourcen, um seine internen Belegschaft so sinnvoll wie möglich einzusetzen und deren Zeit auf komplexere, stimulierende und umsatzfördernde Aufgaben zu verwenden.

Unternehmen auf dieser Stufe zeichnen sich durch Folgendes aus:

- Multi-Channel-Kommunikation unter Berücksichtigung der Kundenpräferenz über eine einzige Plattform (Druck, digital oder outgesourct)
- Eine vollständig automatisierte Dokumentenvorbereitung und -verarbeitung
- Anwendungen, von denen Mitarbeiter innerhalb und außerhalb des Büros profitieren
- Zuverlässige Nachverfolgungs- und Archivierungsfunktionen
- Eine höhere Agilität des Unternehmens
- Eine gesteigerte Mitarbeiterproduktivität und mehr Engagement
- Skalierbarkeit bei Arbeitsspitzen und Anpassung an unerwartete Kundenanforderungen

Hier findet der Übergang zu einer wirklich dynamischen Postausgangsverwaltung statt. Auf dieser Stufe bekommen Kunden die Möglichkeit, ihre bevorzugten Bereitstellungskanäle auswählen, und die zugrundeliegende Technologie speichert diese Einstellungen, um künftige Mitteilungen zu beschleunigen. Dank der Flexibilität bei den Kanälen kann das Unternehmen schnell auf Kundenanforderungen oder das sich ändernde Geschäftsumfeld reagieren.

FEIERN SIE, WENN IHR UNTERNEHMEN DIESEN MEILENSTEIN ERREICHT HAT. ÜBERWACHEN SIE WEITERHIN DIE PERFORMANCE UND SKALIEREN SIE IHRE LÖSUNG NACH BEDARF. NEUE TECHNOLOGIEN BIETEN STETS NEUE CHANCEN, UM ETWAS ANDERS ZU MACHEN UND IHREN BETRIEB ZU VERBESSERN.





Wo fange ich an?

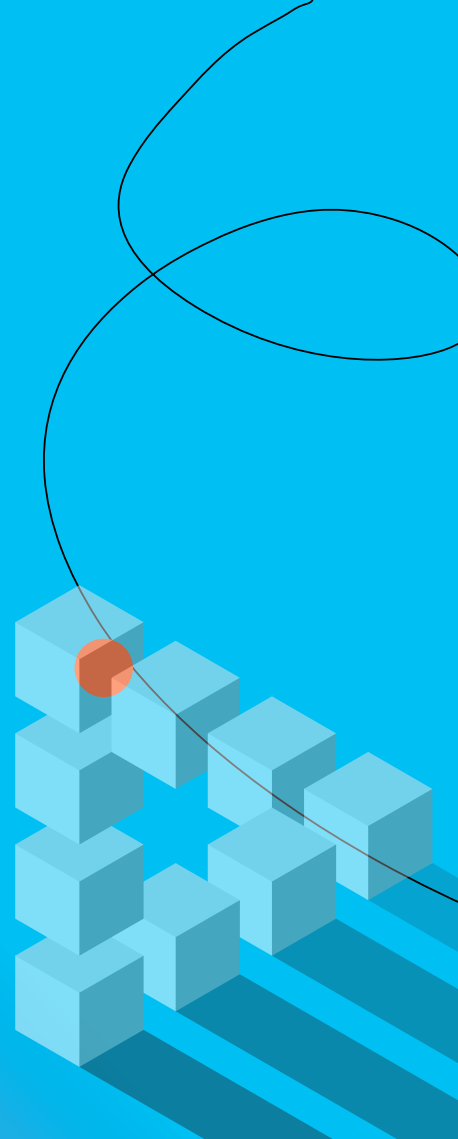
Denken Sie zunächst über Ihre Organisationsstruktur und Teamkultur nach. Überlegen Sie, wer der Ansprechpartner für die Steuerung Ihrer digitalen Transformation sein soll. Wie werden Sie Mitarbeiter einsetzen und Verantwortlichkeiten zuweisen? Sprechen Sie mit den Mitarbeitern, die derzeit für Ihre nach außen gerichtete Kundenkommunikation zuständig sind, um zu verstehen, welchen Herausforderungen sie gegenüberstehen. Machen Sie sich ein Bild davon, wo Ihr Unternehmen aktuell steht und welches Ziel Sie erreichen möchten. Wenden Sie sich an einen Kommunikationstechnologiepartner, der Ihnen bei den nächsten Schritten zur Seite steht und Ihnen dabei hilft, eine Lösung zu konfigurieren, die Ihren geschäftlichen Anforderungen am besten entspricht.

Machen Sie Ihr Unternehmen mit Quadient Impress zukunftssicher

Automatisieren Sie Ihren gesamten Dokumentenworkflow mit Quadient Impress und Sie erhalten die Flexibilität, gezielte Mitteilungen über verschiedene Bereitstellungskanäle zu versenden: Print, digital oder outgesourct. Impress ist eine benutzerfreundliche, cloud-basierte und skalierbare Plattform, mit der Sie Kommunikation ganz unkompliziert gemäß Kundenpräferenzen migrieren und verwalten können.

Die Plattform Quadient Impress wurde für moderne Unternehmen konzipiert, die auch ältere Systeme und Prozesse unterstützen müssen. Sie bietet Unternehmen die Flexibilität, rasch auf Kunden-, regulatorische und Umweltschutzanforderungen einzugehen und sich an diese anzupassen – zu einem für KMU erschwinglichen Preis. Sie lässt sich ohne oder mit nur wenig IT-Support integrieren und im Zuge Ihres Unternehmenswachstums skalieren. Mit leistungsstarken Anwendungen und Dienstleistungen hilft Quadient Impress Unternehmen dabei, den Bedürfnissen von heute zu entsprechen und sich an die veränderten Anforderungen von morgen anzupassen.

Lassen Sie sich von Quadient den Weg zu einer effizienteren und effektiveren Kundenkommunikation weisen. Machen Sie noch heute den Einstieg.



Über Quadient®

Quadient ist die treibende Kraft hinter bedeutungsvollen Kundeninteraktionen. Durch die Konzentration auf intelligente Kommunikationsautomatisierung, Paketschließfachlösungen und Mailing-Lösungen hilft Quadient Hunderttausenden von Kunden weltweit, die Verbindung zwischen Menschen und dem, was ihnen wichtig ist, zu vereinfachen.

Weitere Informationen zu Quadient finden Sie unter quadient.com.

