

Customer Analytics Roadmap



Die Potentiale richtig nutzen – mit der CINTELLIC Customer Analytics Roadmap

Unternehmens- und CRM-Ziele geben meist klare Vorgaben, dass CRM und Kundenansprache konsequent ausgebaut werden sollen. Die Frage ist nun, wie diese Anforderungen durch Customer Analytics am besten umgesetzt werden können. Oft fehlt es Unternehmen an nötigem Know-How, um intern zu beurteilen, wie stark die analytische Basis ist und wie analytische Verfahren zeitgemäß, effizient und gewinnbringend eingesetzt werden können. Auch die konkrete Einbindung von Analytics-Ansätzen in die betrieblichen Regelprozesse stellt ein Hemmnis für die Nutzung von Big Data und Predictive Analytics Ansätzen dar.

Dafür braucht es vor allem eine realistische Einschätzung des Entwicklungsstandes des eigenen Customer Analytics Reifegrades. Jedoch fällt es oft schwer, eine Vorstellung davon zu entwickeln, an welcher Stelle am besten anzusetzen ist und mit welchem konkreten Vorgehen die Ziele erreicht werden können bzw. wie sich eine Customer Analytics Strategie ideal in die Unternehmens- oder CRM-Strategie integrieren lässt. Herausfordernd kann es auch sein, eine Strategie zu entwickeln, wie sich Mehrwert aus der Nutzung von Analytics in der Kundenansprache generieren lässt.

Die typischen Fragestellungen der Entscheider sind:

- Wie kann ich mit Customer Analytics zukünftig (mehr) Geld verdienen?
- Was muss ich tun, um mit Analytics die Unternehmens- und CRM-Ziele zu erreichen?
- In welcher Reihenfolge muss ich es tun?
- Wie stelle ich sicher, dass sich die Analytics-Investitionen auch lohnen?

Was genau bietet CINTELLIC an?

Zur Beantwortung der vorgenannten Fragestellungen eine **Customer Analytics-Roadmap** mit folgenden Inhalten an:

- Standardisiertes und individualisierbares Customer Analytics-Assessment zur Identifikation des Reifegrades und Zielbildes
- Detaillierte Analyse und Priorisierung der identifizierten Handlungsfelder im Umfeld von Analytics, Datenmanagement oder Kundenmanagement
- Unterteilung in Use Cases (Business Mehrwert) und Enabler (Investitionsbereiche) inkl. Organisationsbereiche
- Umsetzungs-Roadmap auf 1-2 Jahre mit klar strukturierter Paketierung, so dass die Use Cases iterativ in 3-6 Monaten erfolgreich umgesetzt werden können

Was erhalten Sie im Detail?

CINTELLIC bietet einen standardisierten Bewertungsprozess an, um zu erheben, wie sich Unternehmen im Dschungel von Big Data und Analytics zurechtfinden und welchen individuellen Weg sie einschlagen sollten, um die Potenziale von Data Analytics stärker zu nutzen.

Das Assessment unterteilt sich in fünf Schwerpunkte:

1. Analytik/ Methodik
2. Architektur
3. Datenmanagement
4. Governance
5. Organisation & Strategie

Jeder dieser Schwerpunkte wird im Zuge des Projekts auf den Status Quo und das gewünschte Ziellevel hin mit eigens entwickelten standardisierten Assessmentbögen erhoben und anhand von fünf Reifegraden – von „Erfolgsfaktor nicht vorhanden“ bis hin zu „Branchenprimus“ bewertet. Aus den Abweichungen zwischen Ist- und Ziellevel werden die jeweiligen Handlungspotenziale und Quick-Wins im Aufbau von Customer Analytics ermittelt. Das Projektvorgehen gliedert sich in drei Hauptphasen mit unterschiedlichen Arbeitspaketen:

Phase I: Definition strategisches Zielbild	
Projekt Setup & Kick-Off	Anforderungsabgleich
Phase II: Soll-/ Ist Analyse	
Workshops & Interviews	Ergebnisaufbereitung
Ausarbeitung Use Cases & Enabler	
Phase III: Konzeption & Roadmap	
Bewertung & Priorisierung	Erstellung Roadmap

1. Definition strategisches Zielbild und Anforderungen

Die Bewertung von Customer Analytics sollte immer die strategischen Ziele im Unternehmen, und daraus abgeleitet, die Ziele im Marketing und Customer Relations Management als Startpunkt nehmen. Die daraus abgeleiteten Ziele für Marketing- bzw. CRM-Abteilungen oder Data Science-Teams sind dann ein zentraler Ausgangspunkt für die Bewertung und die weitere Nutzung von Customer Analytics Modellen.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- eine Kick-Off Unterlage sowie die abgestimmten Anforderungen zum Customer Analytics-Zielbild.

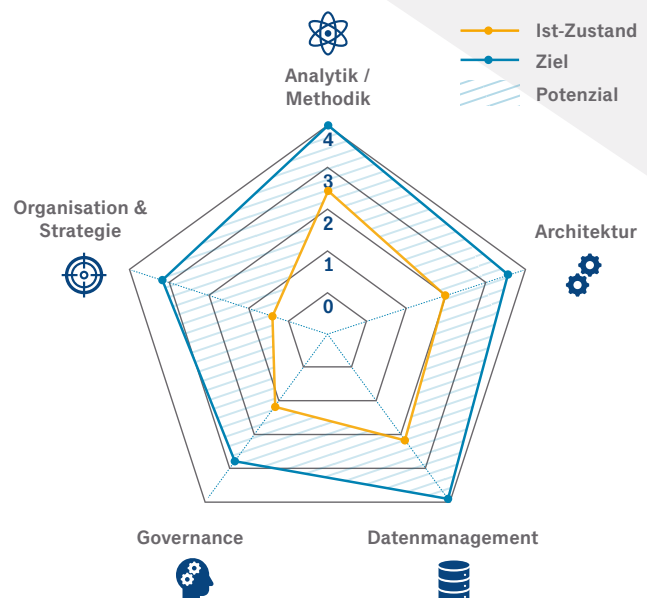
2. Analyse (Soll-Ist-Abgleich anhand des Assessmentbogens)

Um den Reifegrad der Customer Analytics-Ansätze in einem Unternehmen zu ermitteln, hat es sich bewährt, die beteiligten Abteilungen in die Bewertung mit einzubeziehen. Im Rahmen von Workshops und Interviews kann so eine valide Bestandsaufnahme der Customer Analytics Aktivitäten abgebildet werden. Daran anknüpfend können dann die Zielperspektiven – im Rahmen dieser Workshops und Interviews – ermittelt und konsolidiert werden.

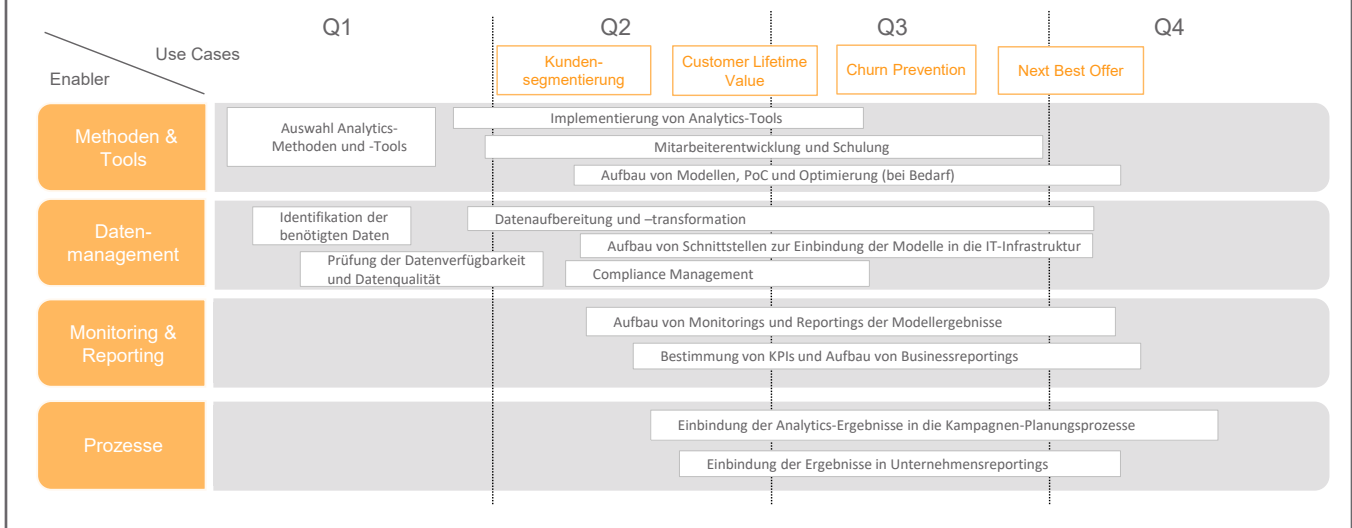
Anschließend werden die verschiedenen Analytics Ansätze daraufhin überprüft, inwieweit sie zur Zielerreichung beitragen können und entsprechend priorisiert. Im Rahmen einer Gap-Analyse wird aufgezeigt, welche Modelle bereits im Unternehmen vorhanden sind, welche Verbesserungspotenziale sie aufweisen und welche weiteren Analytics Modelle für die Erreichung der Zielsetzungen notwendig sind. Ziel ist es, die Lücken zu identifizieren, die durch den Einsatz neuer Modelle, die Weiterentwicklung der Datenqualität, das Einpflegen von neuen Kundendaten, usw. geschlossen werden können.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- Aufbereitung der Interview-Ergebnisse/ Fragebögen, bspw. visualisiert über ein Spinnendiagramm um anhand der Reifegrade direkte Optimierungspotenziale zu erkennen.
- Umfassende, einheitliche Beschreibung der Handlungsempfehlungen und Use Cases, inkl. Beschreibung der Enabler, die benötigt werden, um den Use Case umzusetzen.



Beispiel Roadmap Customer Analytics



3. Konzeption (Priorisierung & Roadmap)

Im Prozess der Erstellung einer Roadmap ist es entscheidend, die einzelnen Maßnahmen zur Verbesserung der Analytics-Ansätze festzulegen und zu priorisieren. Um einen Nutzen aus den gewonnenen Erkenntnissen der verschiedenen Analytics Ansätze zu generieren, ist es wichtig, die Ergebnisse zu messen, zu bewerten und die grundlegenden Ansätze und deren Nutzen im Unternehmen zu kommunizieren. Auf dieser Basis kann eine Customer Analytics-Roadmap entwickelt werden, die sich nach den relevanten Enablern zur Umsetzung der identifizierten Use Cases und den bevorstehenden Quartalen gliedert. Diese Roadmap zeigt auf, welche Maßnahmen Priorität haben und wie diese aufeinander aufbauen. Mit dieser Beschreibung wissen Sie, in welcher Reihenfolge Sie Ihre Customer Analytics-Aktivitäten angehen müssen, um Ihre Maßnahmen erfolgreich auf die CRM- und Analytics-Ziele auszurichten. Aus den identifizierten Lücken können so durch Quick-Wins schnell erste Erfolge erzielt werden und mit den strategischen Maßnahmen eine Customer Analytics-Strategie abgeleitet werden.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- Die Bewertung zum notwendigen Ressourcenaufwand sowie Business Mehrwert pro Use Case.
- Die gemeinsam entwickelte und abgestimmte Customer Analytics-Roadmap für die nächsten 1-2 Jahre.

Durch die Standardisierung unseres Assessments können wir Ihnen in 2-4 Wochen die gewünschten Ergebnisse liefern. Der Zeitaufwand gestaltet sich abhängig von Anzahl der Stakeholder, Umfang und Komplexität der Organisation und der daraus resultierenden Menge an benötigten Interviews und Workshops. Dabei achtet CINETELLIC darauf, ressourcenschonend vorzugehen, damit Ihr Tagesgeschäft nicht behindert wird.

Warum CINETELLIC?

CINETELLIC verfügt über langjährige Erfahrungen in den Themenfeldern CRM, BI und Analytics bei Kunden – vom Mittelstand bis zu Großkonzernen. Dadurch bringen wir Ihnen einen Marktüberblick mit und sind in der Lage, Ihren Reifegrad realistisch einzuschätzen. Des Weiteren entwickeln wir unser Customer Analytics Reifegrad-Modell ständig weiter und passen es an die sich schnell verändernden Technologie-Trends sowie an Branchenspezifika an.

Ihre Mehrwerte durch CINETELLIC für den Aufbau einer Customer Analytics Roadmap:

- Mit Ihrer individuellen Analytics-Roadmap sehen Sie genau, wo Ihre Entwicklungsfelder liegen, um Ihr Zielbild zu erreichen. Sie sehen, in welcher Reihenfolge Sie Ihre Analytics-Aktivitäten angehen müssen und welche Abhängigkeiten bestehen.
- Damit können Sie Ihre Projekte transparent und strukturiert aufplanen und intern vermarkten. Für jeden Use Case erhalten Sie eine Bewertung nach Ressourcenaufwand und Business Mehrwert.
- Durch vielfache Durchführung in verschiedenen Branchen bringen wir Best Practices mit, um zu bewerten welche Maßnahmen am erfolgversprechendsten sind. So profitieren Sie von umfassendem Branchenwissen und dem Vergleich mit Benchmarks innerhalb und außerhalb Ihrer Branche.
- Durch unseren hohen Standardisierungsgrad profitieren Sie von zügigen Ergebnissen und ressourcenschonendem Projektvorgehen.
- Durch unseren ganzheitlichen Beratungsansatz sind wir zudem der richtige Partner, um nach Abschluss des Assessments unsere Klienten auch bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen zu unterstützen.

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group
info@cintelllic.com



Alexander Faber
Portfoliomanager
CINTELLIC Consulting Group
alexander.faber@cintelllic.com

Cintelllic im Social Web



Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt/Main und München arbeiten rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

www.cintelllic.com

#jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

