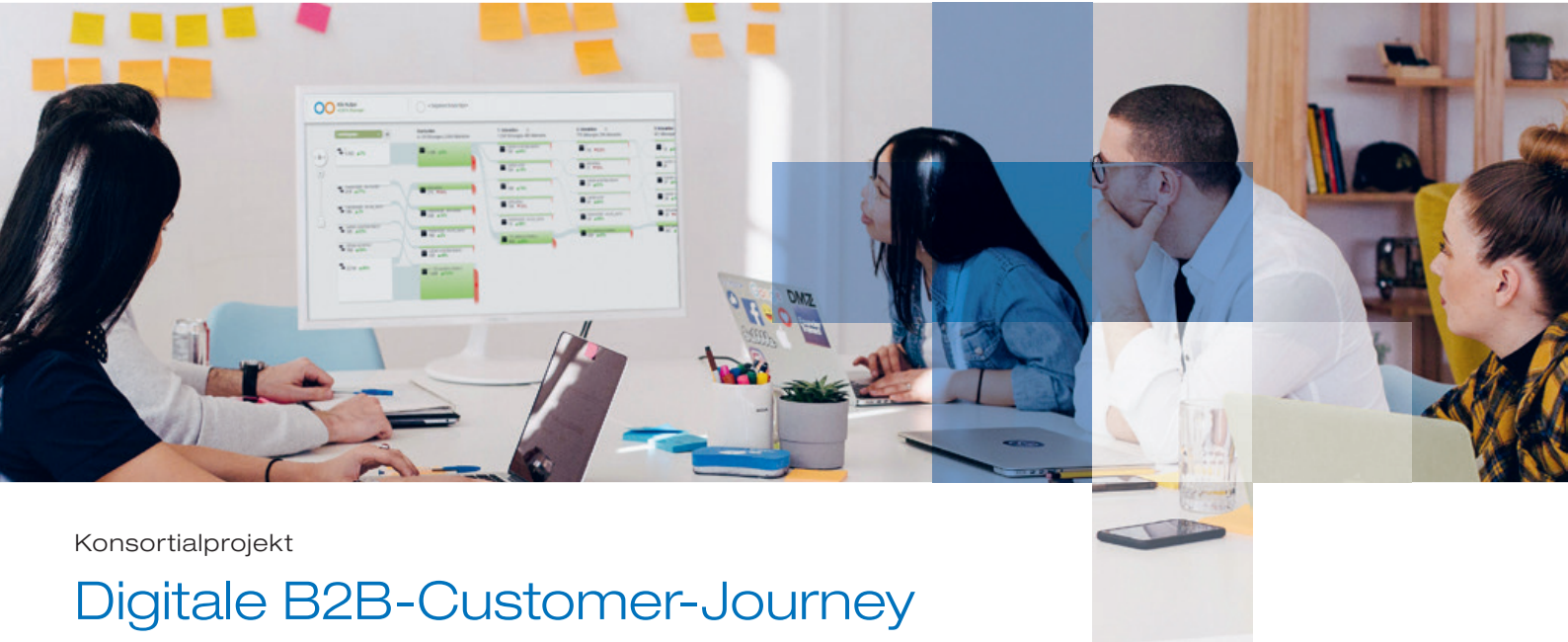
CENTER
SMART SERVICES



Konsortialprojekt

Digitale B2B-Customer-Journey

Das Kundenerlebnis durch die Digitalisierung neu gestalten

Digitale B2B-Customer-Journey – Management-Summary

Motivation und Herausforderung

- Unternehmen müssen den **Verkaufsprozess individuell** auf ihre Kunden **zuschneiden,** um ein nutzenoptimales Einkaufserlebnis zu ermöglichen.

- Die **Methoden** der digitalen Customer Journey **finden** trotz großem Erfolg in anderen Branchen im industriellen **B2B-Kontext** aufgrund der Komplexität bisher **wenig Anwendung**.

- Eine erfolgreiche Customer-Journey schafft
  - zufriedene und langfristige Kunden
  - tiefgreifende Customer Insights
  - nachhaltigen geschäftlichen Erfolg

Customer-Journey Management

- Zielgruppe für das Konsortialprojekt sind industrielle Unternehmen im B2B-Kontext, die neben physischen Produkten auch Services und Smart Services anbieten.
- Die Customer-Journey integriert Online- und Offline-Touchpoints crossmedial.
- Die B2B-Customer-Journey ist unter anderem durch vielschichtige Buying Center sowie umfangreiche und beratungsintensive Leistungen komplex.

Nutzen für unsere Konsortialpartner

- Case Studies vermitteln Successful-Practices mit konkreten Gestaltungsbeispielen als Arbeitsgrundlage.
- Bereitstellung eines stufenweisen Transformationsmodells mit Methoden und Vorgehensweisen zur Formulierung der Customer-Journey.
- Aufzeigen, welche Tätigkeiten morgen, in einem Jahr und in fünf Jahren zur Verbesserung des Erfolgs führen.
- Eine individuelle Roadmap zur Implementierung kann zusätzlich mit jedem Konsortialpartner entwickelt werden.

Ordnungsrahmen des Konsortialprojekts – Ein Ausblick auf eine digitale B2B-Customer-Journey

Aufmerksamkeit

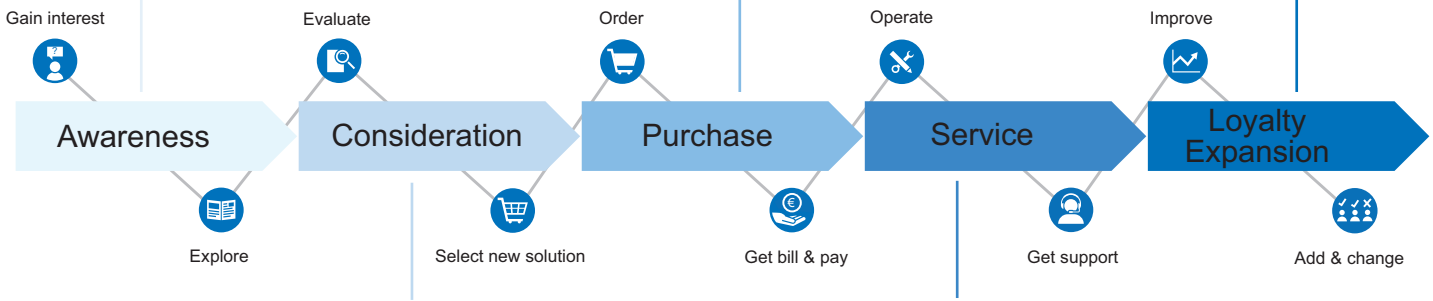
Das Interesse und der Bedarf des Kunden für die Leistung wird geweckt.

Kaufprozess

Der Kunde führt Bestellung und Kauf durch und erhält die Leistung nach seinen Wünschen.

Performancesteigerung

Die Leistungsperformance wird durch einen fortlaufenden Verbesserungs- und Anpassungsprozess in der Zusammenarbeit zwischen Kunde und Anbieter gesteigert.



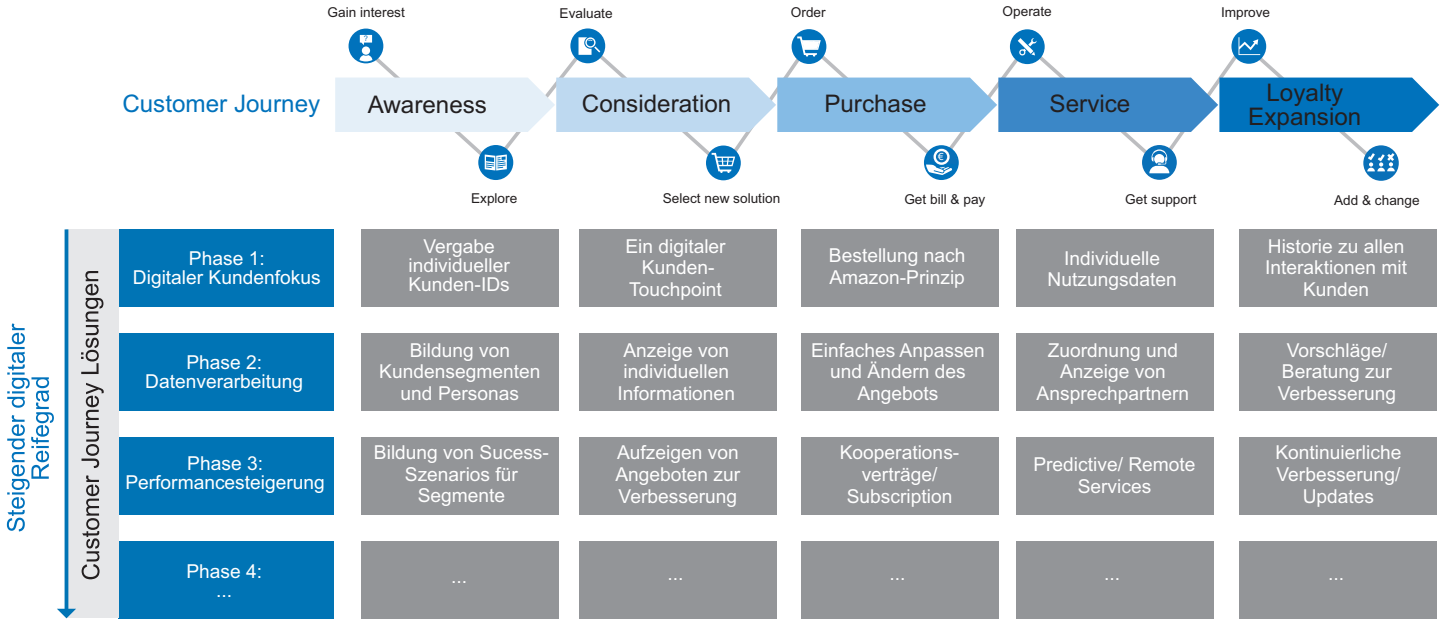
Kaufabwägung

Der Kunde informiert sich über das Produkt und wägt Alternativen ab.

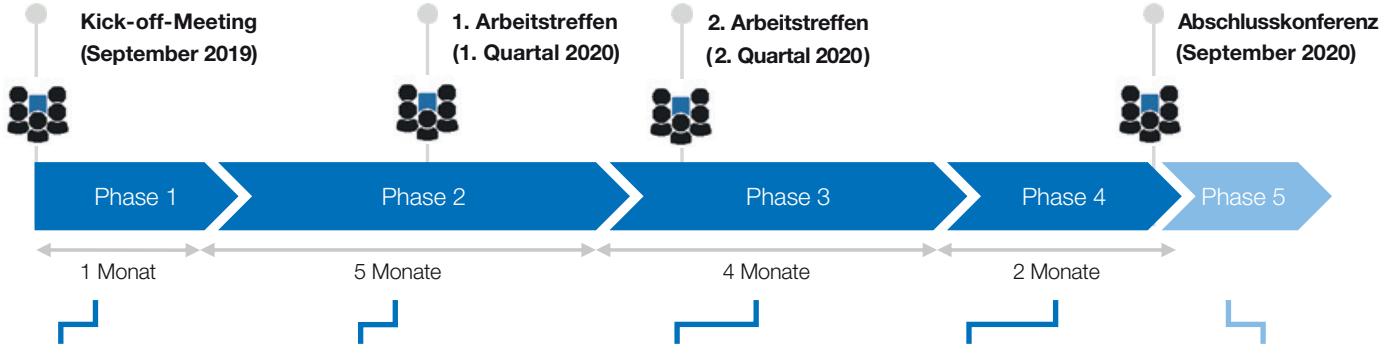
Nutzungsphase

Der Kunde nutzt die Leistung und der Anbieter unterstützt den Kunden bei den Herausforderungen der Nutzung.

Zielbild für ein Best-Practice basiertes Entwicklungsmodell der digitalen B2B-Customer-Journey



Vorgehen und zeitlicher Ablauf des Konsortialprojektes



Anforderungserhebung

- Aufnahme der Anforderungen der Konsortialpartner an die Customer Journey
- Definition einer Referenz Customer Journey mit den Konsortialpartnern

Ausarbeitung von Case Studies zu Successful Practices

- Entwicklung von Case Studies auf Basis identifizierter Successful-Practices
- Bearbeitung der Case Studies beim ersten Arbeitstreffen

Durchführung von Tiefeninterviews zur Maßnahmenentwicklung

- Durchführung von Tiefeninterviews mit Successful-Practices
- Abbildung der Ergebnisse in den Case Studies

Ausgestaltung der Roadmap

- Ausgestaltung eines Transformationsmodells auf Basis der Tiefeninterviews und Case Studies

Individualworkshops

- Optional zum Konsortialprojekt buchbar
- Ausgestaltung einer individuellen Roadmap auf die Anforderungen des Konsortialpartners hin
- Implementierungs-Workshop mit Vor- und Nachbereitung

Der Aufbau des Konsortiums

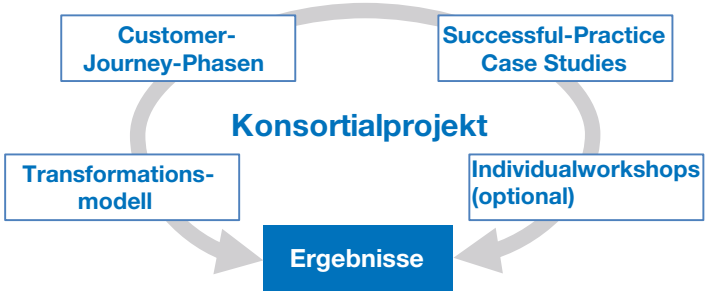
Konsortialpartner

- Vertreter von Unternehmen, die im industriellen Kontext ihre B2B-Customer-Journey systematisch weiterentwickeln wollen
- Führungskräfte und Experten in der Strategieentwicklung, dem Business Development, dem Service und dem Vertrieb

Forschungsinstitute

fir an der RWTH Aachen

CENTER SMART SERVICES



Successful-Practice Case Studies

- Methoden und Vorgehensweise
- Technologien und Best Practices

Transformationsmodell

- Innovative Ansätze der Customer-Journey
- Einordnung der Methoden nach Priorität
- Branchenübergreifende Best-Practices

Interdisziplinäres Konsortium

- ca. 10 Konsortialpartner
- 30.000 €*– pro Partner
- 12.000 €* – individuelle Erweiterung
- ca. 12 Monate Laufzeit (ab September 2019)
- Kick-Off, zwei Arbeitstreffen bei Konsortialpartnern vor Ort
- Abschlusstreffen und finale Dokumentation

*Immatrikulierte Mitglieder erhalten die Leistungen zu einem vergünstigten Tarif

Ihr Nutzen am Konsortialprojekt Digitale B2B-Customer-Journey

Ihr Nutzen

Innerhalb von zwölf Monaten erfahren Sie, wie Sie Ihre B2B-Customer-Journey durch die Möglichkeiten der Digitalisierung neu gestalten können:

- Erarbeitung eines Transformationsmodells mit dessen Hilfe die Transformation zur digitalen B2B-Customer-Journey ermöglicht wird
- Wertvolle Kontakte und direkter Austausch mit anderen Unternehmen zum Thema „Customer-Journey“ sowie Gewinnung wertvoller Erkenntnisse, Erfahrungen und praxisnaher Anregungen
- Zugang zu Successful-Practice-Ansätzen aus unterschiedlichen Branchen im Themenfeld digitale B2B-Customer-Journey
- Optional buchbare Workshops für die Individualisierung und Implementierung der im Rahmen des Konsortialprojekts erarbeiteten Ergebnisse

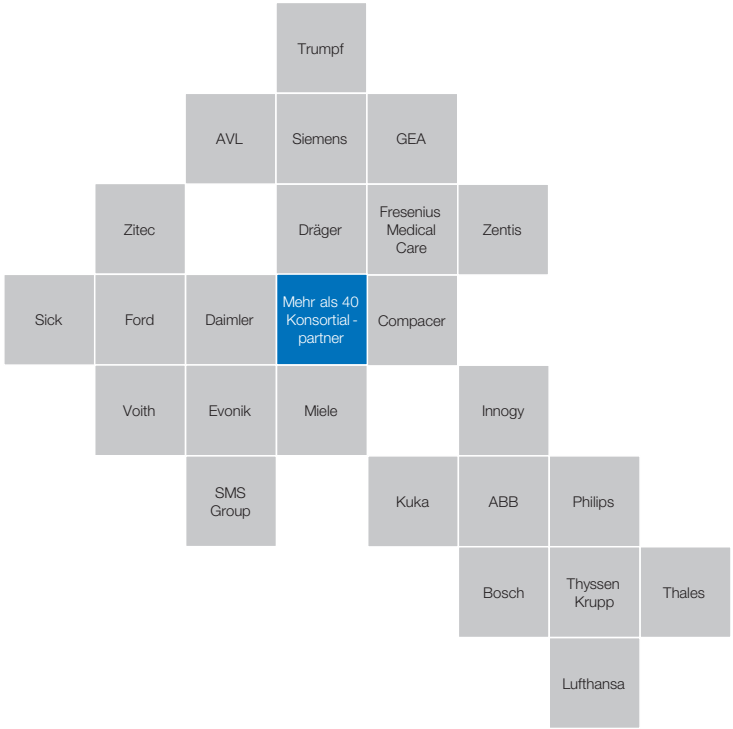
Erarbeitung einer Roadmap

Qualifikation von Mitarbeitern

Networking und Informationsaustausch

Erfahrungen aus Successful-Practice-Ansätzen

Unsere Referenzen

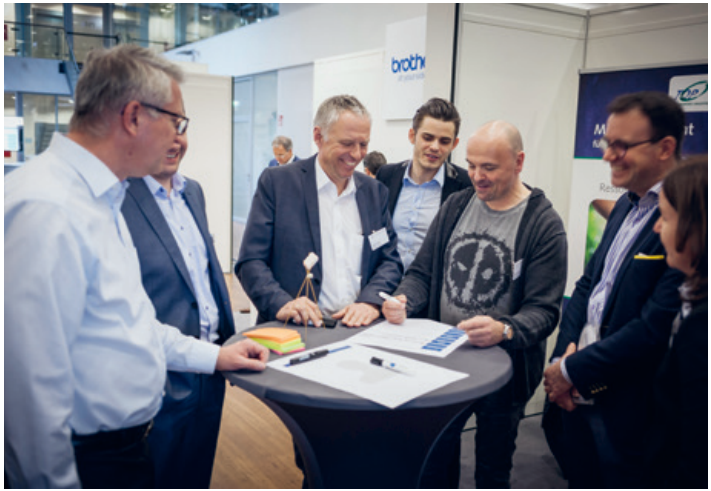


Auszug aus Projekten

- Case Competition mit SMS Group, Philips, Bosch, Kuka, Materialise, Ford
- Konsortialbenchmarking „Datenbasierte Dienstleistungen“, „Smart Maintenance“ und „Subscription Business“
- Marktstudie „Industrial Machine Learning“
- Konsortialprojekt „Smart Service Vertrieb“
- Konsortialprojekt „Smart Service Check“
- u. v. m.

Rahmenbedingungen der Konsortialprojekte

- Generierung der Ergebnisse durch die Experten des Center Smart Services und die Forschungspartner
- Präsentation und Diskussion der Ergebnisse mit Vertretern der Konsortialpartner in gemeinsamen Arbeitstreffen
- Moderation Branchenübergreifende Workshops durch die Experten des Center Smart Service und Keynote-Vorträge der Successful-Practice-Unternehmen
- Netzwerken in einem branchenübergreifenden Konsortium und mit Forschungsinstituten des RWTH Aachen Campus



Ihre Aufwände für das Konsortialprojekt Digitale B2B-Customer-Journey

- Der Beitrag für die Teilnahme beträgt 30.000 € pro Unternehmen.
- Der Beitrag für immatrikulierte Mitglieder beträgt 25.000 € pro Unternehmen.
- Alle Aufwendungen (exkl. der Reisekosten) für die Durchführung und Dokumentation des Projekts sind in diesem Betrag enthalten.
- Eine Erweiterung - in Form von Individualworkshops zur Adoption der Roadmap - kann für 12.000 € zum Projekt hinzugebucht werden.
- Immatrikulierte Mitglieder können den Individualworkshop für den reduzierten Betrag von 10.000 € hinzubuchen.

Alle Preise zzgl. USt.

Partizipierende Center

CENTER
SMART SERVICES

Center Smart Services

Das Center Smart Services im Cluster Smart Logistik auf dem RWTH Aachen Campus ist ein Zusammenschluss aus Forschung und Industrie mit dem Fokus auf datenbasierten, industriellen Dienstleistungen. Im Konsortium können konkrete Themen mit mehreren Partnern in Konsortialprojekten binnen kurzer Zeit entwickelt werden, ohne dass äußere Vorgaben wie z. B. öffentliche Förderinitiativen die Geschwindigkeit neuartiger Vorhaben einschränken.

Kontakt

Benedikt Moser
Director Center Smart Services
Telefon +49 241 47705-205
E-Mail Benedikt.Moser@center-smart-services.com

Tobias Leiting
Project Manager
Telefon +49 241 47705-232
E-Mail Tobias.Leiting@center-smart-services.com

RWTH AACHEN CAMPUS
SMART LOGISTIK

Quellenangabe

Titelbild: © You X Ventures Studio - unsplash.com;
S. 9: mika-photography.com; S. 10: © Pixabay

Center Smart Services
c/o ElCe Aachen GmbH
Campus-Boulevard 55
52074 Aachen
Telefon +49 241 47705-202
E-Mail info@center-smart-services.com
www.center-smart-services.com

fir an der RWTH Aachen

Stand: 06.2019