

Beyond Corona: Disruption im Zeitraffer!

Die Customer Centricity Agenda, um Chancen in der Krise zu erkennen und zu nutzen!



München,
14.05.2020

Unternehmen müssen ihre Position jetzt aktiv verteidigen und ausbauen!

The future is exponential – Ganze Branchen befinden sich im disruptiven Strudel:

- Die Corona Krise stellt Unternehmen vor die größte Herausforderung der letzten Jahrzehnte.
- Die Disruption trifft ganze Branchen im Minutentakt.
- Kundenbedürfnisse ändern sich radikal in kürzester Zeit.
- Marktanteile verschieben sich rasant.
- Es wird einige Gewinner und viele Verlierer geben.

Involved zeigt drei Erfolgsfaktoren der Customer Centricity, die für Unternehmen in diesen Tagen entscheidend sind:

1. **Kundenzentriert & digital** – Kunden und Potenziale sichern und ausbauen!
2. **Agil & kollaborativ** – Organisation und Mitarbeiter aktivieren!
3. **Effizient & KPI Driven** – Build, Measure, Learn etablieren!

Ganze Branchen befinden sich im disruptiven Strudel der Corona Krise. Antworten sind gefragt.



Was sollte ich jetzt an Kunden kommunizieren?

Wieviel Transparenz ist notwendig? Was überfordert?

Wie strahlen wir Zuversicht aus, ohne ignorant zu wirken?

Was erwarten meine Kunden jetzt von mir?

Wie kann ich jetzt das Vertrauen zu Kunden und Mitarbeitern stärken?

Wie geht Customer Experience in Zeiten von Corona?

Wie sind unterschiedliche Kundengruppen von der Krise betroffen?

Wie kann ich meine Leistungen in gleicher Qualität erbringen?

Wie lässt sich persönlicher Kontakt kompensieren?

Wie kann ich mich differenzieren?

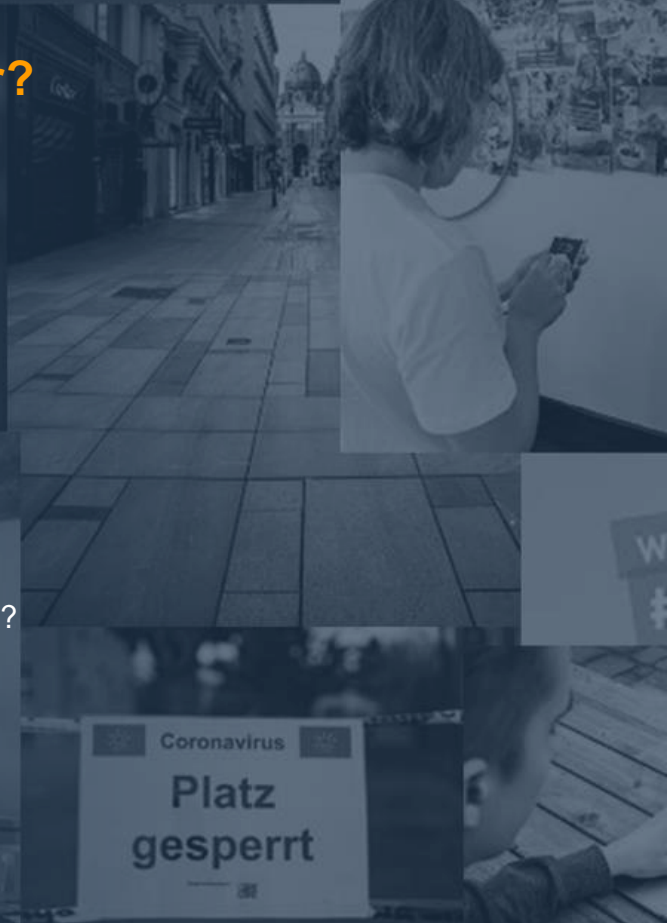
Wie sieht das „New Normal“ aus?

Werden neue Konsummuster entstehen?
Wie sehen diese aus?

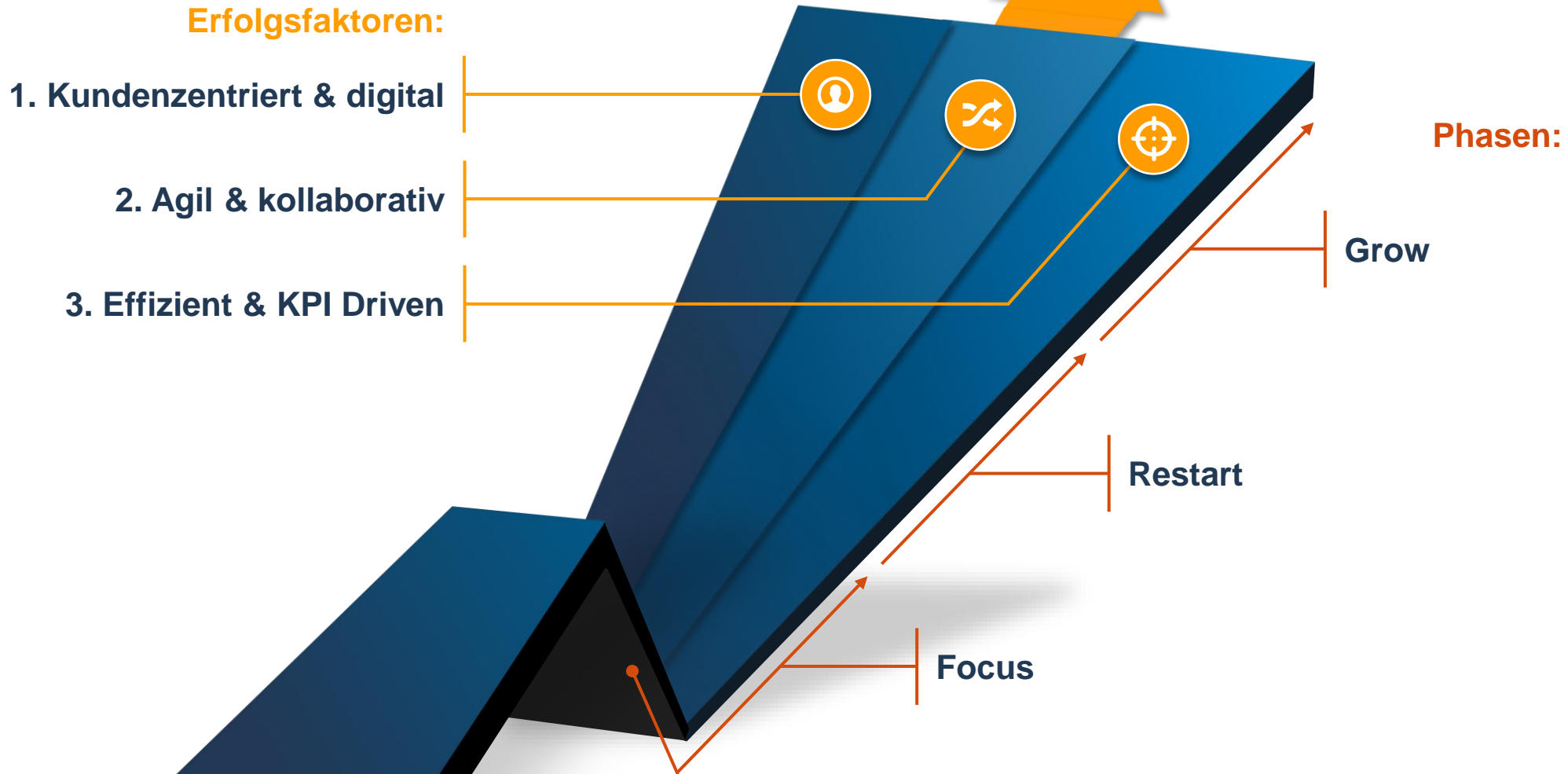
Welche Chancen tun sich für unser Unternehmen auf?
Welche Geschäftsmodelle sind jetzt gefragt?

Welche Auswirkung hat das auf Vermarktung, Brand und CRM?

Wie transformiere ich mein Geschäftsmodell in die digitale Welt?



Drei Erfolgsfaktoren sind für Unternehmen entscheidend, um die drei wesentlichen Phasen der Krise erfolgreich zu gestalten!



1. Kunden und Potenziale sichern und ausbauen!

Kundenzentriert & digital

„Technology doesn't drive disruption – customers do!“

Der Satz von Thales Teixeira zeigt klar worauf es ankommt, um in der Disruption bestehen zu können. Der Kunde im Mittelpunkt: Customer Centricity – das Ausrichten von Leistungen an den Bedürfnissen und Erwartungen des Kunden – wird immer wichtiger. Kundenzentriert anstatt organisationszentriert.



Focus:

„Mit den Kunden durch die Krise“

- Fokus auf Bestandskunden.
- Kundenerwartungen im Kontext der Krise explorieren.
- (Krisen-) Kommunikation definieren und verproben. Sicherheit vermitteln und „Welcome Back“ initiieren.
- Selektiv Kundenleistungen digitalisieren: E-Commerce, Digital Services

Restart:

„Chancen nutzen“

- Kunden- und Interessenten-Potenziale adressieren.
- Kundenerwartungen „Beyond Corona“ explorieren.
- Digitalisierung der Kundenansprache
- Sales Boost über segmentspezifische Maßnahmen fördern.
- Breite Digitalisierung des Leistungsportfolios.

Grow:

„Digital is the New Normal“

- Zukünftige Zielgruppen erschließen.
- Etablierung von Customer Engagement Formaten zur Interaktion mit Brand sowie zur Digitalisierung des Kundenkontakt.
- Aufbau und Bündelung von Omnichannel Services und Lösungen.
- Aufbau kundenzentrierter Lösungen und digitaler Kundenplattform.

2. Organisation und Mitarbeiter aktivieren!

Agil & kollaborativ

„Kollaboration & Agilität – in Methoden, Prozessen und der Kultur – liefern die Antworten auf die Herausforderungen der Krise.“

Agilität ermöglicht Unternehmen flexibel zu reagieren und darüber hinaus proaktiv, antizipativ und initiativ zu agieren und so Kundenbedürfnisse bestmöglich zu implementieren. Die Fähigkeit zu echter Kooperation befähigt Unternehmen Maßnahmen multiperspektivisch aufzusetzen und zu realisieren.



Focus:

„Task Force Modus“

- Vorgabe klarer Guidelines und Kommunikations-Regeln.
- Tools & Infrastruktur für virtuelles Arbeiten etablieren.
- Spezifische Tasks und Ziele für alle Bereiche.
- Mitarbeiter motivieren

Restart:

„Produktivität steigern“

- Initiierung von Selbst-Organisation.
- Virtuelles Projektmanagement etablieren.
- Virtuelle Workshops planen und durchführen.
- Agile und kooperative Formate verproben und in der Organisation bekannt machen (*Ripple Effekt*).
- Mitarbeiter aktivieren.

Grow:

„New Work etablieren“

- Etablierung der Selbst-Organisation.
- Etablierung von Co-Creation Formaten.
- Etablierung von Agilität.
- Einführung von evolutionären Organisationsansätzen.
- Mitarbeiter zu Treibern der Entwicklung machen.

3. Build, Measure, Learn etablieren!

Effizient & KPI Driven

„Drive your KPIs!“

Die Krise hinterlässt Spuren, die Ressourcen werden (zumindest eine Zeit lang) knapper und die neue Normalität wird viele der bisherigen Maßnahmen weniger effizient oder gar obsolet machen. Investitionen in digitale Bereiche werden steigen. Effizienz und Messbarkeit der Maßnahmen haben oberste Priorität!



Focus:

„Kostenstopp, Effizienz und Top Line“

- Umfassende Kostenreduktion zur Liquiditätssicherung.
- Fokus auf Top Line Maßnahmen und Bestseller.
- Komplette Reduktion Image und Awareness Kommunikation.

Restart:

„Effektivität in Kommunikation“

- Effizienz und Effektivität in Kommunikation.
- Überarbeitung des Media Mix.
- Aufbau von Direct-to-Consumer-, CRM- und Loyalty-Vehikeln.
- Überprüfung der Effizienz und Effektivität von Kommunikations-, Loyalty- und Kundenvehikeln, Kampagnen, Portalen und Communities.
- Reduktion von editorial und postalischer Kommunikation.
- Überprüfung der Dienstleisterverträge.

Grow:

„Wachstum als Ziel“

- Aufbau und Implementierung von Kundenportalen sowie Vehikeln zur dauerhaften Generierung von Kundendaten und Permissions.
- Erzeugung von Customer Log-Ins durch digitalisierte Services und Lösungen.
- Etablierung von kontinuierlichem Tracking relevanter Wachstums KPIs, wie z.B. NPS, Brand Funnel, Data und Permissions, etc.

Involved zeigt Unternehmen Maßnahmen auf, um die Chancen der Krise rechtzeitig zu erkennen und effektiv anzugehen!

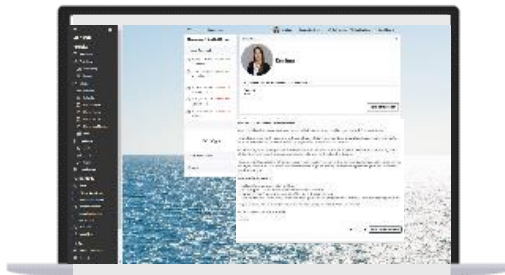
Unsere Methoden und Tools

1. Kundenzentriert & digital

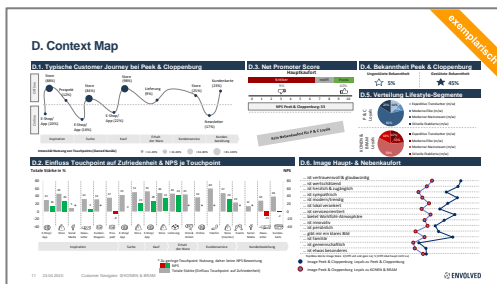


Involved exploriert in kürzester Zeit veränderte Kundenbedürfnisse und richtet Produkte und Lösungen daran aus.

Involved Insights Community:



Customer Navigator:

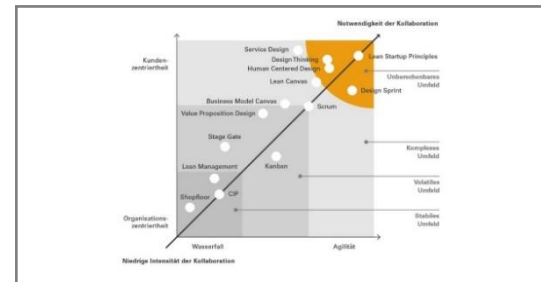


2. Agil & kollaborativ

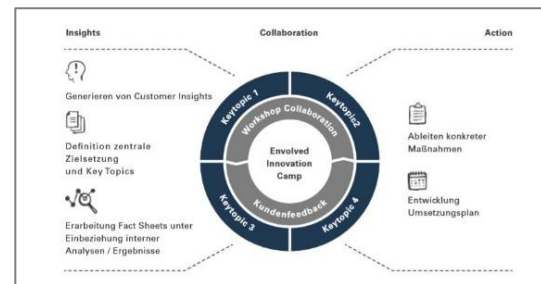


Involved aktiviert die Organisation über agile Formate und schafft Wirkung und Effizienz in virtuellen Teams:

Customer Centric Collaboration:



(Virtual) Involved Camp:



3. Effizient & KPI Driven

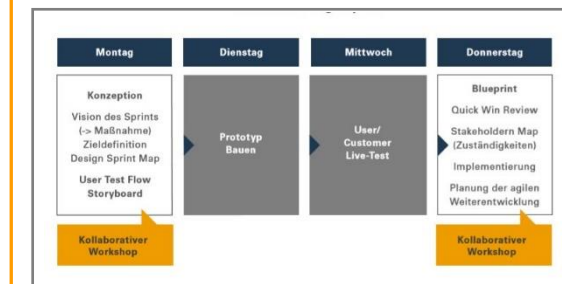


Involved schafft Transparenz durch die konsequente Etablierung relevanter KPIs und hebt Effizienzen über konkrete Maßnahmen.

Loyalty Efficiency Guide:

Item	Wichtige Fragestellungen	Kriterien	Bewertung
1. ZOC & KPIs	Wie wird die Kundenzufriedenheit gemessen? Wie werden die KPIs definiert und überwacht? Wie wird die Kundenzufriedenheit verbessert?	Transparenz, Kommunikation, Dokumentation, Regelmäßigkeit	1-5
2. Kundenweb	Wie wird der Kundenweb optimiert? Wie wird der Kundenweb getestet? Wie wird der Kundenweb verbessert?	Benutzerfreundlichkeit, Performance, Sicherheit, Aktualität	1-5
3. Prozessoptim.	Wie wird der Prozess optimiert? Wie wird der Prozess getestet? Wie wird der Prozess verbessert?	Effizienz, Transparenz, Kommunikation, Dokumentation	1-5
4. Kundenrollen	Wie wird die Kundenrolle definiert? Wie wird die Kundenrolle getestet? Wie wird die Kundenrolle verbessert?	Transparenz, Kommunikation, Dokumentation, Regelmäßigkeit	1-5
5. Daten	Wie wird die Daten definiert? Wie wird die Daten getestet? Wie wird die Daten verbessert?	Transparenz, Kommunikation, Dokumentation, Regelmäßigkeit	1-5

Quick Win Design Sprint:



Ihre Experten für Customer Centricity.

Über uns

- **2012 Gründung** von Envolved (*Spin-off*)
- Leadership Team bestehend aus **CRM & Loyalty Pionieren**
- Expertise aus über **3 Jahrzehnten**
- Erfahrung aus über **1.000 Projekten**
- Blue Chips & Hidden Champions aus **B2B, B2C & B2B2C**
- **35 Mitarbeiter** an **3 Standorten** in Deutschland, Polen und England
- **100% Leidenschaft & Unabhängigkeit**



Let's get involved.

Ihre Ansprechpartner



Managing Partner

Jan Boluminski

M +49 171 / 832 93 82

T +49 89 / 3 56 47 12-11

j.boluminski@envolved.de



Partner

Susanne Karlein

M +49 160 / 478 49 97

T +49 89 / 3 56 47 12-14

s.karlein@envolved.de



Partner

Florian Bruckmaier

M +49 151 / 14 96 17 14

T +49 89 / 3 56 47 12-16

f.bruckmaier@envolved.de



Partner

Marco Lunger

M +49 151 / 56 02 02 57

T +49 89 / 3 56 47 12-15

m.lunger@envolved.de



Envolved GmbH

Elsenheimerstr. 59, 80687 München

www.envolved.de

München

14.05.2020