

Customer-Driven Architecture (CDA)



IT-Fitness für die Customer Excellence

CDA

Wie ein Marktführer den Takt vorgibt

In den letzten Jahren hat Amazon eine äußerst beeindruckende Erfolgsgeschichte in der Digitalökonomie geschrieben: Anfänglich noch ein „kleiner“ Online Buchhändler, nun branchenübergreifend etabliert und einer der weltweit einflussreichsten Player. Dabei hat Amazon einen klaren Fokus auf seine Kunden und deren Exzellenz gelegt. Nachfolgende positive Eigenschaften sichern eine Customer Excellence.



Gute Beispiele für eine hohe Customer Excellence sind eine sehr hohe Verfügbarkeit der Artikel, einfachste Bestellung über eine Webseite, die auf jedem Endgerät funktioniert, eine kostengünstige Lieferung deren Schnelligkeit immer und immer wieder optimiert wurde sowie ein exzellenter Kundenservice für den die Lösung des Problems für den Kunden gefühlt tatsächlich die höchste Priorität hat.

Die oben aufgeführten Eigenschaften sind es, die Kunden heutzutage an Unternehmen (unabhängig von der Branche) stellen und somit zu einem de-facto Standard geworden sind. Um von den Kunden als kundenorientiertes Unternehmen wahrgenommen zu werden, muss man die Kunden in den Mittelpunkt stellen, auf ihre Wünsche eingehen und darüber hinaus immer wieder mit neuen Services oder Produkten begeistern.

Um sich dieser Herausforderung überhaupt stellen zu können und alle Unternehmenseinheiten für sie schrittweise fit zu machen, ist es von zentraler Bedeutung den eigenen Kunden kennen zu lernen, auf seine Wünsche zu hören und abteilungsübergreifend ein stets aktuelles und einheitliches Bild von ihm und seinen Wünschen zu haben.

ANFORDERUNGEN AN DIE IT

Viele Unternehmen haben auch heutzutage noch mit Datensilos, Insellösungen und inkonsistenten Daten und Funktionalitäten zu kämpfen. Oft liegen dem Unternehmen keine aktuellen und widerspruchsfreien Daten/Informationen über ihre Kunden vor. Ein automatisierter Abgleich, oder eine zentralisierte Aufbereitung der Daten, die den individuellen Kunden in den Mittelpunkt stellt findet meist nur bei „Amazon & Co“ statt.

Bei solchen Voraussetzungen ist es schwierig, seinen eigenen Kunden mit maßgeschneiderten und möglichst individualisierten Produkte und Services zu überzeugen.

Beispielsweise sollten die Daten des Kundensupports oder der Social-Media Redaktion mit der Service- und Produktentwicklung geteilt werden, um kundenorientierte Angebote auszuarbeiten.

Selbst innerhalb von Abteilungen werden Daten häufig

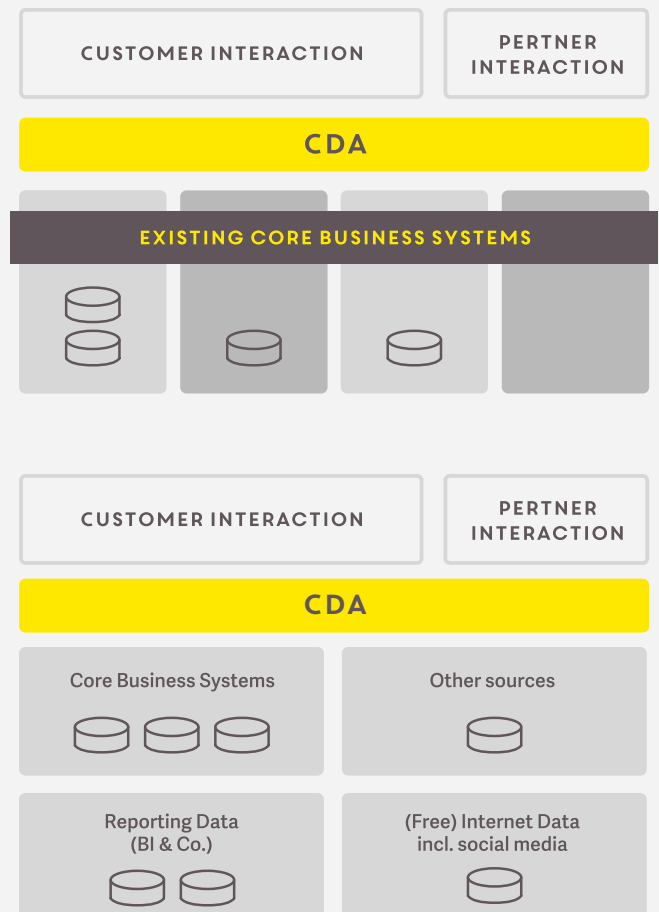
nicht in Echtzeit synchronisiert, sodass Support-Mitarbeitern im Rahmen der Kundeninteraktion keine verlässlichen, eindeutigen und aktuellen Informationen vorliegen. Im Zeitalter moderner Ticket-Systeme und der Rufnummernübermittlung werden Kunden noch viel zu häufig selbst innerhalb eines einzigen Telefonanrufs immer wieder nach den gleichen Informationen gefragt.

Auch im Rahmen der Einführung der europäischen Datenschutz Grundverordnung entstehen aufgrund der Anforderungen an den transparenten Umgang mit Kundendaten weitere Herausforderungen für die IT. Die Beauskunftung oder Löschung personenbezogener Daten führt allzu oft noch zu manuellem Aufwand, da keine zentrale Instanz existiert, die diese Aufgaben über Systemgrenzen hinweg automatisiert.

WAS SICH ÄNDERN SOLLTE

All diese vorgenannten Gründe und unsere Erfahrungen in zahlreichen Kundensituationen haben uns veranlasst eine Lösungsskizze für eine Customer Driven Architecture (CDA) zu entwickeln, mit deren Hilfe wir es ermöglichen, ein Unternehmen und dessen IT fit zu machen für die geschilderten Aufgabenstellungen. Dabei berücksichtigt unser Architektur-Blueprint der CDA die jeweiligen Spezifika eines Unternehmens. Somit werden die getätigten Investitionen in die bestehende Landschaft geschützt und schrittweise Anpassungen und Ergänzungen auf Grundlage der CDA vorgenommen.

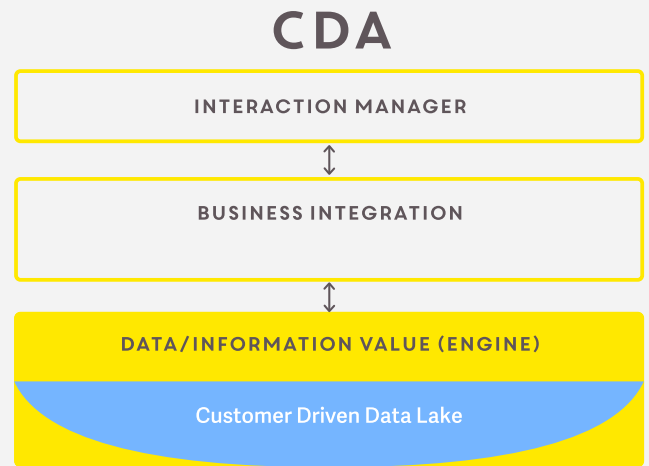
Ein Grundparadigma im Rahmen der Entwicklung unserer CDA war, dass diese sich maximal flexibel als Abstraktionsschicht zwischen Kunden- und Partnerinteraktionssysteme und die bestehenden Unternehmens-Systemlandschaft und -Infrastruktur legt. Nachfolgende Abbildung zeigt, wie sich die CDA als Bestandteil in eine bestehende IT Landschaft integriert.



Somit ist gewährleistet, dass die IT schrittweise fit gemacht wird für die Herausforderungen der Digitalökonomie mit dem klaren Fokus einer Customer Excellence. Ein weiteres Grundprinzip der CDA ist eine maximale Flexibilität, durch den modularen Aufbau zu erreichen. Durch diese Designentscheidung kann die Notwendigkeit von Programmierung im Rahmen der Einführung auf ein Minimum reduziert werden. Der operative Einsatz der komponentenorientierten CDA erfolgt weitestgehend konfigurativ.

Fokus der CDA ist die Customer Excellence, somit wurde die Entwicklung der CDA auf Basis von Erfahrungen und best practises vorgenommen. Das Architekturprinzip folgt dem Arc42 Standard, um sicherzustellen, dass ein etablierter Architekturstandard als Basis dient. Die CDA selbst besteht aus den in der folgenden Darstellung abgebildeten drei Layern. Diese sind

verantwortlich für die Orchestrierung zwischen den Bestandssystemen und der stattfindenden Kundeninteraktion.



WIE WIR SIE UNTERSTÜTZEN WERDEN

Bevor mit einer schrittweisen Ergänzung der IT Landschaft begonnen wird, ist es von entscheidender Bedeutung Ihre aktuelle Ausgangssituation zu bewerten. Hierbei können wir Sie mit unserem CDA-Review unterstützen. Dieser zeigt Ihnen nach nur 3 Wochen, wo Sie stehen und in welchen Bereichen die größten Gewinnpotenziale durch die Einführung einer CDA liegen.

Anschließend gilt es auf Basis der Review-Ergebnisse ein gemeinsames CDA-Zielbild für Ihr Unternehmen

zu erstellen. Dies ist die Basis für eine Umsetzungs-Roadmap. Mittels eines Minimum Viable Product (MVP) erfolgt der erste Reality-Check. Damit wollen wir sicherstellen, dass die weitere Planung realistisch auf Ihre Bedürfnisse angepasst wird. Mit unserer umfangreichen Erfahrung und unserem standardisierten Vorgehen werden wir Ihre IT schrittweise fit machen für die digitale Zukunft ausgerichtet auf eine Customer Excellence.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann sprechen Sie uns an:

Cologne Intelligence
CI Consulting GmbH
Michael Herr | Partner
Marie-Curie-Straße 10
51103 Köln

michael.herr@cologne-intelligence.de
www.cologne-intelligence.de