

Pegas Standpunkt:

Überdenken Sie Ihre Geschäfts- architektur



Seien Sie für alles bereit

Beim Center-out-Ansatz
bestimmen Sie das Tempo
und den Umfang Ihrer
Transformation.

Ungewissheit ist das einzige, worauf in der Geschäftswelt wirklich Verlass ist. Sich trotzdem am Markt zu behaupten, erfordert Agilität – nur so können Sie auf Herausforderungen im „Hier und Jetzt“ reagieren. Auch die Dynamik ist entscheidend, um eine tiefgreifende Transformation voranzutreiben und ein stärkeres, schnelleres Unternehmen aufzubauen, das für eine ganz andere Zukunft bestens gerüstet ist.

Unternehmen erkennen, dass das Reagieren auf unmittelbare Bedürfnisse eng mit einer erfolgreichen digitalen Transformation verbunden ist. Schnelligkeit und Skalierbarkeit werden immer mehr ein Muss – um ein proaktives, präventives Customer Engagement zu ermöglichen, um auf ein kundenorientiertes As-a-Service-Modell umzustellen und um die dafür benötigten digitalen Plattformen zu entwickeln.

Die gute Nachricht ist, dass Sie beides erreichen können: Geschwindigkeit und Skalierbarkeit. Sofortiges Handeln und eine tiefgreifende Transformation. Aber dazu bedarf es eines grundlegend neuen Ansatzes für Ihre Geschäftsarchitektur.

Mit herkömmlichen Geschäftsarchitekturen kommen Sie nicht weit

Wenn Sie Ihr Unternehmen richtig für Kunden- und Geschäftsergebnisse optimieren wollen, ist entscheidend, wo Sie Ihre Geschäftslogik definieren. Führungskräfte im geschäftlichen und technologischen Bereich müssen sich abstimmen und aktiv zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass sich diese Architektur in die richtige Richtung entwickelt. So werden zwei häufige Fehler vermieden, die sonst zu einer digitalen Kluft führen können.

1. FEHLER:

Probleme durch feste Programmierung der Geschäftslogik pro Kanal

Dieser „Top-down“-Ansatz für digitale Erlebnisse integriert die Logik pro Kanal, z. B. Chatbots und intelligente Assistenten. Jeder Kanal wird individuell gestaltet und arbeitet isoliert. Das Kundenerlebnis ist unzusammenhängend, wenn Kunden zwischen Kanälen wechseln. Und Ihr Unternehmen verschwendet viel Zeit und Ressourcen damit, Kanäle zu entwickeln und Logik zu duplizieren, während die Kundenzufriedenheit und -bindung sinken.

46 %

mehr Kanäle in einem typischen Service-Unternehmen in den letzten fünf Jahren

Gartner, Market Guide for Digital Customer Service and Support Technologies, 2020

2. FEHLER:

Keine Transformation trotz Rationalisierung

Im Grunde ist nichts Falsches daran, Systeme zu modernisieren oder Ihre Architektur um eine Microservices-Schicht zu ergänzen. Dieser „Bottom-up“-Ansatz erfordert jedoch langwierige, teure Implementierungsprojekte, die zu stark auf die Technologie an sich konzentriert sind. Das ist ein produktorientierter Fokus, der nicht an die Kundenergebnisse gebunden ist. Letztendlich ist dies weit entfernt von einer tatsächlichen Rationalisierung Ihrer Geschäftsabläufe, einer Verbesserung der Ergebnisse und auch von Kostensenkungen.

Bis
2023

wird ein schlechtes Kundenerlebnis zum größten Hindernis für den Erfolg von Unternehmen, die die digitale Transformation stark vorangetrieben haben

Gartner, Digital Business Requires Organizations to Focus on Customer Centricity, 2019

Es gibt eine bessere Lösung: Eine Center-out-Geschäftsarchitektur

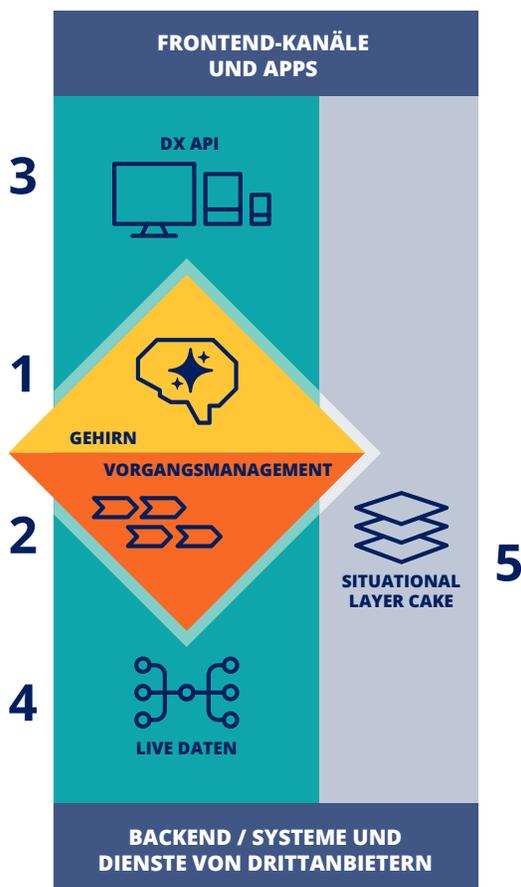
Mitarbeiter und Kunden haben heutzutage ein ganz anderes Verhältnis zur Technologie: Sie sind nicht mehr passiv, sondern beteiligen sich aktiv an der Gestaltung des technischen Erlebnisses und erwarten, dass es in Echtzeit an ihre Bedürfnisse angepasst wird. Ihr Unternehmen muss agil sein, um schnell reagieren und Änderungen kanal- und systemübergreifend umsetzen zu können. Auch Sie müssen die Möglichkeit zur unternehmensweiten Skalierung dauerhaft sicherstellen.

78 % der Führungskräfte und sind der Meinung, dass sich jeder in der Wirtschaft als Teil der IT verstehen sollte

„Future of Work.“ Globale Studie von Savanta, 2020.

Mit einem Center-out™-Ansatz zur Strukturierung Ihrer Technologie können Sie sowohl die Geschwindigkeit als auch die Skalierbarkeit genau auf Ihre Anforderungen abstimmen. Beginnen Sie bei Ihrer Geschäftsarchitektur und strukturieren Sie sie um den Kern Ihres Unternehmens – Kunden und Ergebnisse – herum.

Dazu sind fünf Hauptschritte erforderlich:



1 Verwalten Sie Informationen zentral

Stellen Sie sicher, dass KI- und Geschäftsregeln kanalübergreifend funktionieren. Leiten Sie Ihre Mitarbeiter an und setzen Sie zugleich Richtlinien und Vorschriften durch. Mit zentralisierten Echtzeitinformationen kennen Sie die Phase jeder Customer Journey und können für jeden Schritt konsistente, relevante Erlebnisse bieten.

2 Konzentrieren Sie sich auf Ergebnisse, koordinieren Sie Prozesse

Beginnen Sie mit dem gewünschten Ergebnis Ihrer Kunden und definieren Sie die notwendigen Schritte und Phasen, um dorthin zu gelangen – die so genannte Microjourney™. Nutzen Sie das Vorgangsmanagement, um Informationen mit Kontext und Automatisierung zu verknüpfen und so das richtige Ergebnis zu liefern.

3 Verbinden Sie das Kundenerlebnis mit Ihren Kanälen

Sind Geschäfts- und Prozesslogik zentral definiert, halten dynamische APIs Ihre Kanäle und Geschäftslogik synchron und sorgen so für ein einheitliches Kundenerlebnis. Ihre Benutzeroberfläche wird automatisch mit Änderungen aktualisiert – Sie müssen nichts umprogrammieren.

4 Nutzen Sie das volle Potenzial Ihrer Daten, damit Ihre Logik agil bleibt

Befreien Sie Ihre Vorgangs- und Entscheidungslogik – sowie Ihre Anwender und Kunden – von der Komplexität von Backend-Systemen. Durch die Datenvirtualisierung kann ein Vorgang die erforderlichen Daten unabhängig von der Quelle automatisch aus einer gemeinsamen Struktur abrufen. So können Sie flexibel neue Kundenerlebnisse mit bestehenden Systemen schaffen und Altsysteme modernisieren, ohne Prozesse aufteilen zu müssen.

5 Arbeiten Sie mit Variationen, um skalieren zu können

Schließlich können Sie Ihre Geschäftsarchitektur zukunftssicher gestalten, indem Sie alles, was Sie erstellen, in Ebenen organisieren, die die einzigartigen Dimensionen Ihres Unternehmens widerspiegeln: Kundentypen, Geschäftsbereiche, Regionen und dergleichen. Mit diesem mehrschichtigen Ansatz können Sie geschäftliche Variationen verwalten, ohne die Logik zu duplizieren. Fangen Sie klein an, um schnell Ergebnisse zu erzielen, und skalieren Sie dann auf dieser Grundlage.

Schnell ans Ziel

Um den durch Ihre Center-out-Geschäftsarchitektur hervorgerufenen Wandel zu beschleunigen, sollten Sie sich auf das Design Thinking einlassen. Dieser Ansatz vereint Business und IT, um ein Problem aus allen Perspektiven zu betrachten und schnell neue Lösungen zu entwickeln. Teams können innerhalb von Wochen oder Tagen professionelle Lösungen bereitstellen – und dabei von einer gemeinsam genutzten Low-Code-Plattform aus mit bewährten Best Practices für Design Thinking zusammenarbeiten.

Fit für die Zukunft

Stellen Sie sicher, dass jede heute entwickelte Microjourney auch künftig für alle Kanäle, APIs und Systeme funktioniert. Angesichts der zunehmenden Dezentralisierung muss Ihre Geschäftsarchitektur die Arbeitsweise des gesamten Unternehmens vereinheitlichen, ohne Abläufe zu stören oder die Systemunabhängigkeit zu gefährden. Mit einem neuen Ansatz – der Pega Process Fabric™ – können Sie alle Systeme, Prozesse und Plattformen wie auf einer einzigen Plattform nutzen und die Kluft zwischen Geschäftsanwendungen schließen, damit alles „wie aus einem Guss“ ineinandergreift: Arbeit, Kundenservice und Customer Engagement.

Wer macht es richtig?

Viele führende Unternehmen sind den nächsten Schritt bereits gegangen – und sehen Ergebnisse.

Cisco: hat 93 % seiner Serviceabläufe automatisiert, Bearbeitungszeiten bis zur erfolgreichen Lösung um 70 % verkürzt und die Servicekosten um 80 % gesenkt.

[Mehr erfahren](#)

Commonwealth Bank of Australia: hat schnell empathische Angebote über alle Kanäle hinweg implementiert – und trifft heute mehr als 20 Millionen Kundenentscheidungen pro Tag.

[Mehr erfahren](#)

Siemens: hat kritische Prozesse 10-mal schneller zu einem Zehntel der Kosten realisiert.

[Mehr erfahren](#)

Bayerische Landesregierung: hat in fünf Tagen ein Kreditsystem für Kleinunternehmen entwickelt.

[Mehr erfahren](#)



Mehr über den Center-out-Ansatz von Pega

In unserer Online-Videoreihe erhalten Sie direkte Einblicke vom CTO und Vizepräsidenten [Don Schuerman](#).

Lernen Sie die Vision und Technologie von Pega kennen und [sehen Sie selbst, warum wir anders sind](#).