

# Bereit für den Wandel

Erkenntnisse basierend auf einer globalen Umfrage unter mehr als 600 Business- und IT-Verantwortlichen.



Build  
for  
Change®

# Ihr Toolkit für den digitalen Wandel ist da

**Nur 9 Prozent der Befragten sind bereit für disruptive Veränderungen.**

## Weniger Worte, mehr Taten

Marken wie Amazon, Apple und Netflix erschütterten ihre jeweilige Branche und brachten Giganten wie Borders, Tower Records und Blockbuster zu Fall, die sich selbst im Weg standen. Diese Giganten waren nicht bereit für den Wandel – und das kam sie teuer zu stehen.

Sicher kennen Sie diese Geschichten. Und auch der Hype rund um den Begriff „Disruptive Veränderungen“ dürfte Ihnen nicht entgangen sein. KPMG, Forrester und EY haben ganze Unternehmen auf dieser Idee gegründet. Die Medienquellen über mit Artikeln zu diesem Thema. Unsere Mitbewerber bloggen darüber.

Sie brauchen keine Definition und Sie brauchen keine Belehrungen. Was Sie brauchen ist ein Aktionsplan. Sie müssen wissen, wie Sie Ihr Unternehmen so positionieren, dass Sie bereit sind, die disruptiven Veränderungen an Ihre Tür klopfen. Und Sie müssen wissen, welche Schritte Sie heute ergreifen sollten, damit Sie morgen bereit für den tiefgreifenden Wandel sind.

## Der Wandel kommt. Sind Sie bereit?

Um auf Erschütterungen – sei es durch aktuelle Mitbewerber oder künftige Rivalen – vorbereitet zu sein, braucht Ihr Unternehmen nach unserer Einschätzung:

- Erstklassigen Kundenservice.
- Perfekte Abläufe.
- Agilität auf allen Ebenen.

Dabei reicht es nicht aus, eine oder zwei dieser Eigenschaften mitzubringen. Um bereit für den Wandel zu sein – und gegen die Amazons, Ubers und Southwests da draußen zu

bestehen –, müssen Sie auf allen drei Ebenen zum Meister werden.

Pega befragte kürzlich über 600 Business- und IT-Verantwortliche aus allen Branchen und Ländern, um herauszufinden, wer bereit für disruptive Veränderungen ist (und wer nicht). Die Ergebnisse beleuchten auf erschreckende Weise, wo Unternehmen hinter den Anforderungen zurückbleiben und wie Mitbewerber, die ihre Schwächen ausnutzen, sie ins Wanken bringen können.

## Sie sind vermutlich nicht bereit.

Sollte es bei Ihnen ähnlich aussehen wie bei unseren Umfrageteilnehmern, sind Sie vermutlich nicht für die disruptiven Veränderungen gerüstet, die Ihnen bevorstehen. Laut unserer Studie sind lediglich 9 Prozent der Befragten bereit für diesen Wandel mit einer klaren Ausrichtung auf Kundenservice, operative Abläufe und Agilität. Nur 17 Prozent machen Fortschritte und bringen zwei von den drei notwendigen Eigenschaften mit. Während überwältigende 74 Prozent hinter den Anforderungen zurückbleiben mit äußerst begrenzten Fortschritten in allen drei Eigenschaften, die für das Überleben in diesem Wettbewerbsumfeld als unverzichtbar identifiziert wurden.

## Noch ist nicht alles verloren.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrzahl der Unternehmen nicht für die disruptiven Veränderungen gerüstet ist, die auf sie zukommen. Sie zeigen aber auch verschiedene Wege auf, wie man dem begegnen kann. Ergreifen Sie deshalb noch heute geeignete Schritte, um sich auf den tiefgreifenden Wandel vorzubereiten. Fangen wir also an.

# Bereitschaft für den Wandel nach Branchen



**Energie** nutzt Automatisierung eher als andere Branchen zum Zwecke der Umsatzsteigerung.



**Behörden** nutzt Automatisierung eher als andere Branchen für Finanzen, Recht und Personal.



**Finanzdienste** ist führend unter allen Branchen bei der Nutzung von künstlicher Intelligenz (KI).



**Gesundheit** ist führend unter allen Branchen bei der Förderung des Kundendialogs durch Ermittlung deren Vorlieben mithilfe einer ganzheitlichen Sicht auf den Kunden.



**Gastgewerbe** nutzt Automatisierung eher als andere Branchen für Marketingzwecke.



**Fertigung/Hightech** nutzt Cloud- und Hybrid-Cloud-Lösungen eher als andere Branchen.



**Consulting** ist die am wenigsten vom Wandel betroffene Branche von allen.

# Kundenbindung zur Priorität machen

**Knapp 60 Prozent der Umfrageteilnehmer haben ihre SB-Funktionen optimiert.**

Es scheint, als könne man dieser Tage keinen Schritt mehr tun, ohne auf einen Analysten oder Hersteller zu treffen, der Loblieder auf die Kundenbindung singt.

## Was soll der ganze Wirbel um Kundenbindung?

Laut eines aktuellen Berichts, den wir zusammen mit Forbes Insights erstellt haben, ist es für die führenden Unternehmen in puncto Kundenbindung:

- viermal wahrscheinlicher, ein Wachstum von über 10 Prozent zu generieren
- dreimal wahrscheinlicher, unter den Top-25 % beim Net Promoter Score (NPS) zu sein
- dreimal wahrscheinlicher, hohe Akquisitionsraten zu verzeichnen
- wahrscheinlicher, Abwanderungsraten unter 10 Prozent zu erzielen

Zufriedene Kunden sind loyale Kunden und loyale Kunden bleiben oft auch dann bei Ihnen, wenn jemand anderes an der Tür klopft.

Schlüsselkomponenten einer erfolgreichen Kundenbindungsstrategie sind so grundlegende Dinge wie Kundenbindungsprogramme und benutzerfreundliche SB-Funktionen bis hin zu komplexen Fragen, zum Beispiel die Unterstützung kanalübergreifender Erlebnisse, die Verbesserung der Echtzeitinteraktion mittels Technologien wie Chatbots und die Bereitstellung personalisierter Angebote basierend auf Analysen. Ganz zu schweigen von künstlicher Intelligenz (KI), der heißesten aller neuen Technologien.

## Nutzen Sie die Chance auf schnelle Erfolge

Knapp 60 Prozent der Umfrageteilnehmer haben ihre SB-Funktionen optimiert, damit

ihre Kunden sich besser selbst helfen können. Überraschenderweise gaben allerdings mehr als 70 Prozent an, kein Kundenbindungsprogramm zu haben. Die Früchte scheinen also niedrig zu hängen – bereit, geerntet zu werden. Die größte Chance liegt jedoch hierin: Nur 29 Prozent der Teilnehmer nutzen KI, um ihren Kunden zeitnahe, relevante und personalisierte Angebote zu unterbreiten.

## KI haucht der Kundenbindung neues Leben ein.

Ausgerüstet mit fortschrittlicher KI und Echtzeit-Datenerfassung aus unterschiedlichsten digitalen Quellen können Unternehmen ihre Kundenbeziehungen auf eine völlig neue Ebene heben und ihren Kunden ein bestmögliches Erlebnis bereiten. Wir sprechen hier von einer echten Eins-zu-Eins-Beziehung, in der sich das Unternehmen der individuellen Bedürfnisse des einzelnen Kunden bewusst ist und basierend auf diesem Wissen handelt.

KI hat unsere Arbeitsweise und unseren Kundenservice revolutioniert und wird dies auch künftig tun. KI erlaubt Unternehmen, genau hinzuhören und dann proaktiv – und empathisch – je nach Kontext zu reagieren. Diese Empathie stärkt das Vertrauen, und Kunden wählen Marken, denen sie vertrauen.

Mit dem richtigen Maß an Empathie verbessern Sie Ihre zentralen Kennzahlen wie Umsatz, Kundenakquise und -bindung, Kundenertragswert, Kundenzufriedenheit und Net Promoter Score.

**Nahezu 10 Prozent aller Umfrageteilnehmer unternehmen nichts, um die Kundenbindung zu stärken.**

### **Nutzen Sie KI durchgängig – in Front und Back Office.**

Nahezu zwei Drittel der Umfrageteilnehmer nutzen KI nicht durchgängig innerhalb ihres Unternehmens. Wenn KI überhaupt verwendet wird, dann zumeist zur Unterstützung von Front-Office-Aktivitäten wie Kundenservice, Marketing und Vertrieb. Großes Potenzial birgt folglich die Möglichkeit, KI auch im Back-Office einzusetzen, um die dortigen Abläufe zu verbessern und Support-Services wie Finanz-, Personal- und Rechtsabteilung zu unterstützen.

Wie erwartet, fanden wir weitere Belege dafür, dass die KI die Kundenbindung verbessert, wobei die Kundenzufriedenheit an die Spitze der von den Befragten gemeldeten Ergebnisse rückt. Ein oft übersehener Business Case für KI, der jedoch großes Potenzial birgt, ist die verlängerte Lebensdauer von Altsystemen.

Mithilfe von KI können Erkenntnisse aus Daten in isolierten Altsystemen gewonnen und als Entscheidungshilfe genutzt werden. Und schließlich ermöglicht KI Umsatzwachstum, indem neue Geschäftsmodelle entdeckt und gewinnbringend genutzt werden.

### **Eine letzte, beängstigende Statistik.**

Nahezu 10 Prozent aller Umfrageteilnehmer unternehmen nichts, um die Kundenbindung zu stärken. Absolut gar nichts. Das sind beängstigende Zahlen. Die schlimmsten Verweigerer finden sich in der Consulting-Branche (29 Prozent) und im Bereich Energie (18 Prozent). Kundenbindung ist kein vorübergehendes Phänomen. Im Gegenteil. Sie wird immer wichtiger. Wer zu lange wartet, verpasst den Anschluss. Daran besteht kein Zweifel.



## Wenn Sie im Rückstand sind:

### Nächste Schritte:

#### Setzen Sie Ihre Kunden an erste Stelle, bevor diese Sie verlassen.

Ihr Ziel sollte ein proaktiver Dialog mit dem Kunden sein – über Vertrieb, Service und Marketing hinweg –, der auch dann in Echtzeit fortgesetzt wird, wenn sich der Kontext ändert. KI ist das ideale Mittel, um dies zu erreichen.

#### Fangen Sie jetzt an.

- **Setzen Sie sich ein kleines, konkretes Ziel:** Denken Sie an eine regelmäßige Kundeninteraktion, die Sie durch den Einsatz von KI verbessern können. Optimieren Sie Ihre KI-Strategie ohne großen Aufwand und zeigen Sie anhand eines konkreten Beispiels, wie Ihr Unternehmen von KI profitiert.
- **Finden Sie heraus, wer Ihr bester Mitarbeiter in puncto Kundenbindung ist:** In Unternehmen mit erstklassiger Kundenbindung gibt es einen Verantwortlichen für das Kundenerlebnis und die wichtigsten Kunden-KPIs. So ist sichergestellt, dass neue technische Möglichkeiten auf die geschäftlichen Ziele abgestimmt werden.
- **Wählen Sie einen erfahrenen KI-Anbieter:** Viele Anbieter behaupten, ihre KI-Funktionen würden die Kundenbindung stärken. Wählen Sie einen Anbieter, der nachweislich auch dann die gleiche hohe Service- und Supportqualität bereitstellen kann, wenn die Kundeninteraktionen auf mehrere Millionen anwachsen und Marketing, Vertrieb und Kundendienst einschließen.

## Wenn Sie das Feld anführen:

#### Ruhen Sie sich nicht auf Ihren Lorbeeren aus.

Mit KI können Sie Ihren Kunden genau das liefern, was sie gerade brauchen. Zudem stellen Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die nötigen Tools bereit, mit denen sie ihren Kunden relevante Angebote unterbreiten können. Die Umsetzung einer erfolgreichen Strategie für die Nutzung von KI zur Kundenbindung ist jedoch nur der erste Schritt – die Herausforderung liegt in deren Nachhaltigkeit.

#### Wachsen Sie über sich hinaus

- **Verknüpfen Sie Kundenbindung und Geschäftsergebnis:** Die führenden Unternehmen betrachten eine erfolgreiche Kundenbindungsstrategie nicht als Last, sondern als Mittel, um ihre finanziellen Ziele zu erreichen, z. B. Umsatzsteigerungen.
- **Stärken Sie die Kundenorientierung aller Mitarbeiter:** Die Fortschritte bei KI und „No-Code“-Anwendungsentwicklung versetzen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Lage, Kunden zu betreuen sowie Produkte zu vermarkten und zu verkaufen.
- **Fühlen Sie mit Ihren Kunden:** KI liefert Ihnen tiefe Einblicke in das Kundenverhalten, einschließlich der situations- und umgebungsbedingten Gründe für eine Entscheidung. Diese Informationen erlauben Ihnen, eine persönlichere Beziehung zu Ihren Kunden aufzubauen und ihnen passende Angebote für ihre individuellen Probleme zu unterbreiten.

# Bereit für das Arbeitsumfeld von morgen

Eine der besten Möglichkeiten, um die operativen Abläufe zu verbessern, ist die Einbindung von Software-Robotern in Ihr Arbeitsumfeld. Das ist unabhängig von der Branche. Wir sind überzeugt, dass Software-Roboter – einschließlich Chatbots, Intelligent Virtual Assistants, Robotic Desktop Automation (RDA) und Robotic Process Automation (RPA) – in Vertrieb, Service und Marketing bald schon zum Standard gehören werden. Und sie können noch viel mehr.

## Software-Roboter sind der Held des Tages.

Sie bringen Vorteile auf der Mitarbeiterseite, z. B. höhere Produktivität und Zufriedenheit. Sie bringen Vorteile auf der Kundenseite, z. B. höhere Zufriedenheit und Loyalität. Sie bringen grundsätzliche geschäftliche Vorteile, z. B. höheren Umsatz und geringere Kosten. Und vergessen wir auch nicht das geringere Risiko durch eine verbesserte Compliance und weniger menschliches Versagen.

United Healthcare, ein in den USA tätiges Managed-Care-Unternehmen, sparte mehr als 150 Mio. US-Dollar durch die kürzliche Implementierung von Roboter-Automatisierung. Nicht schlecht, oder?

## Automatisierung in allen Bereichen.

Wenig überraschend ergab unsere Umfrage, dass Unternehmen Automatisierung eher im operativen Bereich (60 Prozent) und im Kundenservice (46 Prozent) einsetzen, als in anderen Bereichen. Weniger als ein Drittel der Befragten nutzen Automatisierung in Schlüsselbereichen wie im Vertrieb, im Marketing bzw. in der Finanz- oder Rechtsabteilung. In jedem Bereich Ihres Geschäfts gibt es jedoch höchstwahrscheinlich

Prozesse, die die Mitarbeiter ausbremsen und die sich leicht automatisieren ließen.

## Auf zum Siegeszug.

Umfrageteilnehmer, die bereits Automatisierung nutzen, vermelden spürbare Verbesserungen in den Bereichen Kostensenkung (54 Prozent), Vermeidung menschlichen Versagens (51 Prozent) und Steigerung von Mitarbeiterproduktivität und -zufriedenheit (48 Prozent). Und ähnlich wie beim Einsatz von KI, ermöglicht auch die Automatisierung den Unternehmen eine Verlängerung der Lebensdauer ihrer Altsysteme. Wenn Ihnen ein Komplettaustausch zu kostspielig ist, dann lässt die Automatisierung Ihre vorhandenen Systeme härter – und intelligenter – arbeiten. Und für Unternehmen in stark regulierten Branchen wie Finanzdienstleistungen könnte Automatisierung der Schlüssel zu nachhaltiger Compliance sein.

## Unbegrenzte Möglichkeiten.

Über 25 Prozent der Befragten gaben an, dass sie keinerlei Automatisierung nutzen. Dabei waren Consulting (24 Prozent), Gesundheit (23 Prozent) und Energie (23 Prozent) die Branchen mit der geringsten Wahrscheinlichkeit, ihre Arbeitsabläufe zu automatisieren. Sie verpassen den Anschluss. Springen Sie noch schnell auf den Zug auf.

**Teilnehmer, die bereits Automatisierung nutzen, vermelden um 47 % bessere Ergebnisse im Bereich Kostensenkung.**

## Wenn Sie im Rückstand sind:

### Nächste Schritte:

#### Ohne Automatisierung verpassen Sie den Anschluss.

Richtig angewendet ermöglicht die Automatisierung Ihrem Unternehmen, schneller Ergebnisse zu erzielen, die Produktivität zu steigern, Kosten und Risiken zu senken und schnell auf Auftragsspitzen zu reagieren – ohne dass Sie zusätzliche Ressourcen benötigen. Die Automatisierung nimmt Ihren Mitarbeiter zudem alltägliche Aufgaben ab, sodass sie sich verstärkt der Kundenbetreuung widmen können, was der Zufriedenheit aller Beteiligten zugutekommt.

#### Der richtige Zeitpunkt ist jetzt.

- **Sie sollten den Unterschied zwischen beaufsichtigter und unbeaufsichtigter Automatisierung kennen:** Möchten Sie Vollzeitmitarbeiter (FTE) ersetzen oder die Arbeitslast Tausender FTEs verringern? Beides hat Vorteile und lässt sich sinnvoll kombinieren.
- **Definieren Sie Ihre Unternehmensziele und Erfolgskennzahlen:** Welcher Einsatzzweck ist für Ihr Unternehmen am passendsten? Möchten Sie die durchschnittliche Bearbeitungszeit reduzieren oder die Produktivität erhöhen? Durch die Definition Ihrer Ziele wird die Wahl des richtigen Roboters und des richtigen Anbieters sehr viel einfacher.
- **Nutzen Sie verschiedene Tools für verschiedene Zwecke:** Fragen Sie potenzielle Anbieter, ob sie sowohl eine beaufsichtigte als auch eine unbeaufsichtigte Automatisierung bereitstellen können. Der richtige Anbieter wird Sie in eine Richtung lenken, die Ihren Bedürfnissen entspricht und nicht sein begrenztes Angebot in den Vordergrund stellt.

## Wenn Sie das Feld anführen:

### Jetzt müssen Sie Gas geben.

Sie nutzen bereits Automatisierung, um Ihre Geschäftsprozesse und Effizienz zu verbessern. Die Automatisierungstechnologien entwickeln sich jedoch weiter. Führende Unternehmen betrachten Automatisierung deshalb als fortlaufenden Prozess.

#### Treiben Sie die Automatisierung voran.

- **Errichten Sie ein Center of Excellence (COE):** Automatisierung lässt sich nicht isoliert vorantreiben. Errichten Sie ein COE, das die verschiedenen Funktionen innerhalb Ihres Unternehmens zusammenbringt, um Best Practices zu nutzen, Governance zu etablieren und Kennzahlen zu entwickeln.
- **Denken Sie an die „Transformation“:** Automatisierung alleine wirkt nicht transformierend. Anstatt Roboter einzusetzen, um Prozesse mit Berührungspunkten zu verschiedenen Anwendungsgebieten zu automatisieren, sollten Sie überlegen, ob Sie die Prozesse selbst verändern können. Auf diese Weise werden möglicherweise taktisch wichtige Bots für andere Aufgaben frei.
- **Informieren Sie die Mitarbeiter transparent über die Rolle der Bots:** Einige Mitarbeiter stehen der Roboter-Automatisierung sicher skeptisch gegenüber. Zeigen Sie ihnen, dass Bots Teil des Teams sind und keine Konkurrenz. Betonen Sie die positive Wirkung, die die Automatisierung auf die Kundeninteraktion ebenso wie auf ihre Arbeitsaufgaben hat.

# Agile-Methodiken in allen Bereichen

**40 % der Befragten pflegen eine Kultur der Agilität unter den Mitarbeitern.**

Geschäftliche Agilität – hinsichtlich der Arbeitsweise Ihres Unternehmens und der verwendeten Tools und Techniken – ist eine wichtige Voraussetzung, um bereit für disruptive Veränderungen zu sein. Im Grunde heißt Agilität, dass Sie (alle) Ihre Mitarbeiter handlungsfähig machen.

Silos zwischen den Abteilungen werden aufgebrochen. Die Zusammenarbeit von Business und IT wird gestärkt. Und die Mitarbeiter werden mit der richtigen Technologie ausgerüstet.

## Fähige Mitarbeiter sind gleichbedeutend mit zufriedenen Kunden.

Eine aktuelle Studie von Pega und Frost & Sullivan fand heraus, dass sich geschäftliche Agilität positiv auf wichtige Kennzahlen auswirkt – den größten Einfluss verzeichnete sie bei der allgemeinen Kundenzufriedenheit. Und Kundenzufriedenheit steht in direktem Zusammenhang mit der Profitabilität. Können Sie es sich wirklich leisten, nicht agil zu sein?

## Agile-Tools und -Technologien setzen sich durch.

Laut unserer Studie nutzen etwas über 50 Prozent der Befragten Agile-Technologien und -Tools für die Softwareentwicklung, darunter Scrum, DevOps und Microservices. Die andere Hälfte setzt auf Cloud- und Hybrid-Cloud-Lösungen, um agil zu bleiben. Angesichts der Tatsache, dass nur 32 Prozent der Unternehmen angaben, mobile Tools und Technologien zu nutzen, bietet sich die Chance, Lösungen einzuführen, die die Mobilität der Mitarbeiter und Kunden verbessern.

Erschreckende 19 Prozent der Umfrageteilnehmer nutzen überhaupt keine Agile-Methodiken oder -Tools. Consulting (27 Prozent), Gastgewerbe (27 Prozent) und Energie (23 Prozent) sind die Branchen, in denen die Einführung agiler Tools und Technologien am wenigsten

wahrscheinlich ist. Diese Branchen sind prädestiniert für disruptive Veränderungen.

## Kulturell bedeutende Erkenntnisse.

Unsere Studie fand heraus, dass die Unternehmen große Fortschritte beim Aufbau agiler Kulturen und Geschäftsmodelle machen. Fast die Hälfte aller Teilnehmer (48 Prozent) gab an, dass ihre Mitarbeiter entscheidungsbefugt sind. Zudem sagten rund 40 Prozent, sie hätten Silos in der Organisationsstruktur und den Abläufen beseitigt, was ihnen schnellere Veränderungen ermöglicht. Weitere 40 Prozent pflegen laut eigenen Angaben eine Kultur der Agilität unter ihren Mitarbeitern – einschließlich der „Fail Fast“-Einstellung.

Nur 24 Prozent gaben an, eine hochgradig anpassungsfähige Markteinführungsstrategie zu haben – was auf eine Verbesserungsmöglichkeit hinweist. Ein anderer Bereich, der nach Fortschritten verlangt, ist die engere Zusammenarbeit von Business und IT, die im wettbewerbsintensiven Marktumfeld unserer Zeit dringend notwendig ist.

## Wendepunkt.

Zu unserer Überraschung machte unsere Studie deutlich, dass Unternehmen eher die „kulturelle“ Seite der geschäftlichen Agilität gemeistert haben als die „technische“ Seite. Angesichts der bereits geleisteten harten Arbeit ist es an der Zeit, dass die Unternehmen sich bewegen und nun auch die Technologie einführen, die sie langfristig wettbewerbsfähig und bereit für den Wandel macht.

## Wenn Sie im Rückstand sind:

### Nächste Schritte:

#### Sie sind zu langsam.

Sie haben viel zu tun, um Ihr Unternehmen in die Lage zu versetzen, sich schnell auf Veränderungen am Markt einzustellen. Das heißt, Sie müssen nicht nur die Agile-Methodik mit den zugehörigen Tools und Prozessen für die Softwareentwicklung implementieren, auch Ihre Organisationsstruktur und Ihre Kultur müssen agiler werden.

#### Erhöhen Sie das Tempo.

- **Definieren Sie das „Warum“:** Es reicht nicht aus, „schneller“ zu werden. Sie müssen auch wissen, wohin Sie wollen. Bevor Sie sich Hals über Kopf in neue Prozesse stürzen oder in neue Tools investieren, sollte Ihnen klar sein, welche Vorteile eine agile Herangehensweise für Ihr Unternehmen mit sich bringt.
- **Finden Sie Prediger:** Der Wechsel zu geschäftlicher Agilität verlangt einen Wechsel in der Denkweise des Unternehmens. Dies ist nichts, das über Nacht geschieht. Beginnen Sie mit ein oder zwei Teams innerhalb Ihres Unternehmens, die bereits mit Agile-Methoden vertraut sind. Sobald diese erste Siege einfahren, werden sich ihnen andere Teams anschließen wollen.
- **Treten Sie auf die Bremse bei Komplettaustauschen:** Diese wartungsintensiven Altanwendungen bremsen Sie vermutlich aus. Aber ein Komplettaustausch ist eine kostspielige Angelegenheit. Suchen Sie einen Anbieter, der diese Backendsysteme in einem Layer verpacken kann, der für eine größere Anzahl von Nutzern zugänglich und erneuerbar ist.

## Wenn Sie das Feld anführen:

### Bleiben Sie jetzt nicht stehen

Ihr Unternehmen setzt mit Erfolg Agile-Prozesse und -Tools ein, um die Zusammenarbeit zwischen Business und IT zu stärken. Sie pflegen eine Kultur, die geschäftliche Agilität fördert, einschließlich unabhängiger Entscheidungen und schneller Fehlschläge („Fail Fast“). Agilität bedeutet jedoch, kontinuierlich nach Verbesserungen zu streben. Was führende Unternehmen unterscheidet ist ihre Fähigkeit, auch in Zeiten des Wachstums agil zu bleiben.

### Treiben Sie Agilität voran.

- **Finden Sie eine Balance zwischen Stabilität und Dynamik:** Laut einer aktuellen McKinsey-Studie sind die agilsten Unternehmen auch die stabilsten. Je mehr Bereiche innerhalb Ihres Unternehmens Agile-Prozesse einführen, umso wichtiger ist es, dass Ihre Anwendungen auf einer stabilen Plattform beruhen, die schnelle Veränderungen zulässt.
- **Entdecken Sie neue Prozesse:** Ziehen Sie Softwarepraktiken in Betracht, die über den grundlegenden Agile-Entwicklungsprozess hinaus gehen. DevOps beinhaltet neben der kontinuierlichen Integration auch eine kontinuierliche Bereitstellung und Implementierung. Diese Kombination verschiedener Ansätze verbessert die Time-to-Value neuer Anwendungen.
- **Machen Sie alle Mitarbeiter zu App-Entwicklern:** Neue visuelle Tools versetzen praktisch jeden in die Lage, Geschäftsanwendungen zu entwickeln, ohne dafür über Programmierkenntnisse zu verfügen. Indem Sie die Zusammenarbeit zwischen geschäftlichen Nutzern und IT fördern, stellen Sie sicher, Sie Ihre Ziele nicht aus den Augen verlieren. So sorgen Sie für ein besseres Kundenerlebnis und zufriedenerer Kunden.

# Schlussworte

## Vielen Dank

Der Wandel kommt und die meisten Unternehmen sind nicht darauf vorbereitet. Aber es ist nicht zu spät, um das Ruder herumzureißen. Auf diesen Seiten haben wir Ihnen aufgezeigt, wie Sie Kundenbindung, operative Abläufe und geschäftliche Agilität in Ihrem Unternehmen verbessern können – egal ob Sie gerade erst damit beginnen oder bereits auf gutem Wege sind. Fangen Sie heute an, damit Sie morgen bereit für disruptive Veränderungen sind.

## Methodik

Im November 2017 befragte Pega weltweit 622 Führungskräfte aus den Bereichen Finanzdienstleistung, Versicherung, Fertigung, High-tech, Kommunikation, Medien, öffentlicher Sektor, Gesundheitswesen, Life Sciences, Energie und Versorgung, Bildung, Gastgewerbe, Unterhaltung, Beratung und Professional Services.

**Pega bedankt sich bei den mehr als 600 Business- und IT-Verantwortlichen, die sich Zeit für die Teilnahme an dieser Studie genommen haben.**





## ÜBER PEGASYSTEMS

Wir sind Pegasystems, der Marktführer bei Software für Kundenbindung und operative Exzellenz. Unsere adaptive Cloud-Software wurde auf Basis unserer einheitlichen Pega®-Plattform entwickelt. Sie gibt Mitarbeitern die nötigen Tools an die Hand, mit denen sie Anwendungen schnell implementieren und problemlos erweitern und modifizieren können, um die strategischen Anforderungen ihres Unternehmens zu erfüllen. Im Laufe seiner 30-jährigen Firmengeschichte entwickelte Pega herausragende CRM- und BPM-Funktionen, die bereits vielfach ausgezeichnet wurden. Mit seinen auf künstlicher Intelligenz und Roboter-Automatisierung basierenden Lösungen verhilft Pega führenden Marken in aller Welt zu bahnbrechenden Ergebnissen.

Weitere Informationen finden Sie unter [WWW.PEGA.COM](http://WWW.PEGA.COM).