

Plattformen sind die Zukunft

Digitale Plattformen sind in aller Munde, Komplettlösungen geraten immer mehr in den Hintergrund. Wenn die Kunden auf diese Infrastruktur zugreifen können, sollte sie performant und benutzerfreundlich ausgelegt sein, auch oder gerade im B2B Bereich. Dieser kann von B2C Plattformen lernen.

Interview mit BusinessCode CEO Martin Schulze

Herr Schulze, den Begriff ‚digitale Plattformen‘ liest man ziemlich häufig und doch wissen viele nicht, was sich dahinter verbirgt. In welchen Einsatzbereichen setzen Sie auf digitale Plattformen?

Martin Schulze: Wenn wir über digitale Plattformen sprechen, gibt es ganz unterschiedliche Einsatzszenarien. Das hängt vom entsprechenden Geschäftsbereich ab. Ein bekannter ist E-Commerce sowie anhängend die Logistik. E-Commerce ist ohne Versand, Retoure, Reklamationen und Reparaturen nicht möglich. Um dies stemmen zu können, sind im Hintergrund viele Prozesse mit großen Datenmengen zu händeln. Deshalb kommt es auf die Konzeption der Plattform an, damit das Unternehmen davon profitiert.

Laufen in Unternehmen beim Kundenservice die Fäden strategisch zusammen?

Schulze: Digitale Plattformen sind heute viel mehr als nur Statussymbol und Informationsangebot. Sie sind der strategische Mittelpunkt für Unternehmen sowohl in der Kommunikation als auch der Transaktion mit ihren Kunden. Über Plattformen werden komplexe Prozesse und umfassende Dienstleistungen abgewickelt. Der besondere Vorteil der Plattformen ist, dass über sie eine Vielzahl interner und externer IT-Systeme angebunden werden kann. Die Unternehmen sind flexibel und nicht abhängig.

Welches Thema ist der Grundgedanke bei der Integration digitaler Plattformen?

Schulze: Ein zentraler Ansatz ist oftmals die Identifizierung und Implementierung neuer Geschäftsmodelle, um mit der Konkurrenz mithalten zu können. Gleichzeitig steht aber der Kunde und mit ihm die Customer Experience im Fokus. Digitale Plattformen bieten dieselben Ziele und Chancen wie auch die Digitalisierungswelle: Mehr Kundennähe und eine langfristige Kundenbindung an das Unternehmen und die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit durch Kostenersparnis. Hier erarbeiten wir für unsere Kunden Konzepte, mit denen sie bei ihren Kunden punkten können.

Was sind die wichtigsten Kriterien für digitale Plattformen aus Sicht Ihrer Kunden?

Schulze: Zum einen muss eine gute Performance gegeben sein. Nimmt die Reaktion auf bestimmte Aktionen zu viel Zeit ein, kostet dies die Unternehmen Zeit und Geld. Zweitens sollten digitale Plattformen mit sämtlichen Browsern und Geräten kompatibel sein. Auch hier gilt es, die Geduld der User nicht zu stark zu strapazieren. Browser-Kompatibilität ist auch für Unternehmensanwendungen heute ein Muss, ebenso wie responsive design um mobiles Arbeiten zu ermöglichen. Hier nutzen wir das Wissen aus B2C Plattformen.

Wie verändert sich der Einsatz digitaler Plattformen aktuell?

Schulze: *Komplett*-Lösungen aus der Hand eines Anbieters sind nicht mehr zeitgemäß. Sie stellen Unternehmen oftmals vor gravierende Probleme. Anders als bei flexiblen Softwarearchitekturen, die sich durch offene Schnittstellen und schnelle Release-Zyklen auszeichnen. Der Best-of-Bread-Ansatz wird sich immer stärker durchsetzen. Voraussetzungen sind moderne Cloudtechnologien, Service Orientierte Architekturen und Mikroservices, IT-Sicherheit und flexible Schnittstellen.

Mit welcher Plattformlösung hat BusinessCode zuletzt gepunktet?

Schulze: Wir haben eine B2B E-Commerce Plattform entwickelt, die unsere Kunden bei Rückrufen, Rücksendungen und der Abwicklung von Reparaturen unterstützt. Je besser diese Prozesse gemanagt werden, desto besser ist dies für die Rendite. Allerdings gefährden Rückrufaktion nicht nur den Umsatz, sondern können auch die Marken- und Kundenbeziehungen beschädigen. Deshalb muss die Verwaltung von Rückruf- und Rückführungsprojekten unkompliziert erfolgen. Hier kommt es auf die Reaktionsgeschwindigkeit ebenso an, wie auf die unkomplizierte Abwicklung gegenüber den Kunden.