

// Marketing/Vertrieb



Kai Hörseljou

Master of Science in Wirtschaftsinformatik

Deutsche Telekom AG

UNTERSUCHUNG EINES SERVICE-BROKER-KONZEPTS ANHAND DER KUNDENMEHRWERTE AM BEISPIEL DER T-SYSTEM GMBH //

PROJEKTAUSGANGSLAGE

Aktuell arbeiten alle IT-Dienstleister an neuen Methoden und Konzepten, um eine Alleinstellung auf dem Markt zu erreichen. Die schnellen Veränderungen in der IT-Branche erfordern es, ständig neue Konzepte zu untersuchen und auch zu testen. Eine aktuelle Entwicklung im Bereich Vertrieb ist auch ein endkundenorientierter Ansatz, bei dem die Kunden der Kunden genau analysiert werden (B2B2C). Aus dieser Anordnung entstand das Service-Broker-Konzept. Das Projekt soll das Verständnis für diese Ansätze innerhalb der T-Systems stärken. Das Projekt befand sich schon vor der Bearbeitung innerhalb der Masterthesis in grundlegender Ausarbeitung und es bestand großes Interesse an der Thematik. Durch die fortführende Analyse innerhalb der Masterthesis sollten weitere Gründe gefunden werden, um das Projekt vorzuführen und eventuell anschließend praktisch umzusetzen. Aktuell werden im Bereich Vertrieb der T-Systems neue Methoden, wie z.B. Value Selling (Vertrieb über Mehrwerte) immer weiter etabliert. Das Konzept Service Broker und die Untersuchungen der Kundenmehrwerte gliedern sich

genau in diese Methoden ein. Das in der Meisterarbeit erstellte Konzept soll im Laufe der Zeit weiter detailliert und überarbeitet werden.

ZIELSETZUNG DES PROJEKTES

Ziel des Projektes ist die grundlegende Analyse eines Service-Broker-Konzepts für die T-Systems GmbH auszuarbeiten. Die Analyse soll auf Grundlage der Kundenmehrwerte erfolgen, welche durch den Service Broker erzeugt werden können. Die Untersuchung soll ergeben, ob und wenn ja, welche Mehrwerte für den Kunden durch den Service Broker entstehen. Dazu wird auf Möglichkeiten des Cloud Consultings eingegangen. Zudem werden die Vor- und Nachteile einer Multi-Cloud Umgebung beleuchtet. Die Cloud Technologie ermöglicht die Nutzung einer Vielzahl von flexiblen und skalierbaren Anwendungen und ermöglicht außerdem eine innovative Datenanalyse über KI und Big Data. Dazu muss diese Technologie jedoch zielgerichtet eingesetzt werden. Hierbei unterstützt der Service Broker. Dazu wurde auch untersucht, welche kulturellen Veränderungen bei einem Kunden auftreten müssen, um zu einer datengetriebenen lernenden Organisation zu wachsen. Ein weiteres Ziel des Projektes ist es, die Mehrwerte für den Kunden durch die Verwendung eines Cloud Service Brokers zu verdeutlichen. In der Thesis werden dazu erste Konzepte und Analysen erstellt. In technischer Hinsicht wurde auf die Verwendung von best-of.breed Tools für den Service Broker verwiesen. Diese sollen das Projekt Service Broker bei der Weiterentwicklung unterstützen und es ermöglichen zukünftig eine endkundenorientierte Vertriebsstrategie zu entwickeln.

PROJEKTENTWICKLUNG

Das Projekt folgt dem idealen Forschungsprozess der Wirtschaftsinformatik. Dieser wurde verwendet, um ein spezifisches Problem zu lösen, aber auch um einen Lösungsansatz der Problemklasse zu generieren. Dieser ist in der folgenden Darstellung abgebildet (Abbildung 1: Forschungsprozess). Das Projekt entstand aus der aktuellen Situation im IT-Markt und der Notwendigkeit der T-Systems neue Kunden durch innovative Ideen zu gewinnen und Bestandskunden weiter zu binden. Zudem ist bei den Kunden eine starke Ausprägung der Schatten-IT zu beobachten, welche durch die Verwendung von Cloud-Technologie nicht verringert wird. Aus

diesen Ausgangspunkten entwickelte sich das Projekt des Service Brokers. In der Untersuchung wird das Konzept Service Broker hinsichtlich dem Aspekt Kundenmehrwerte, Technologie und Kultur untersucht, um erste Teilerkenntnisse über die Relevanz des Service Brokers zu erhalten.

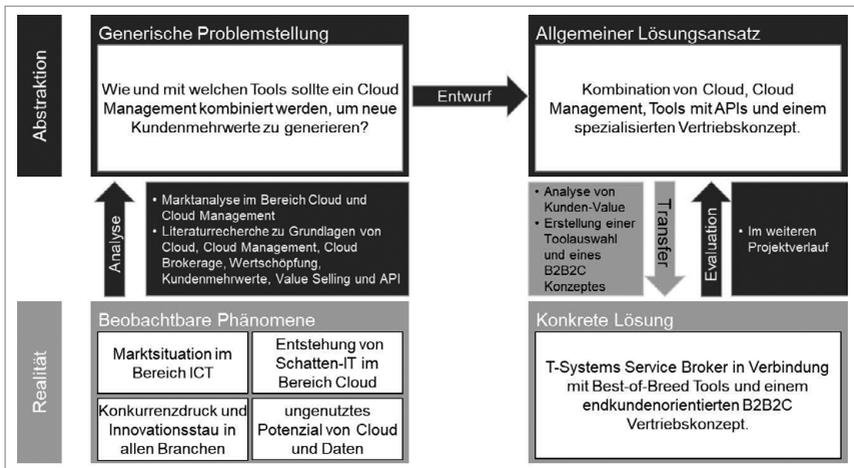


Abbildung 1: Forschungsprozess (Quelle: Eigene Darstellung)

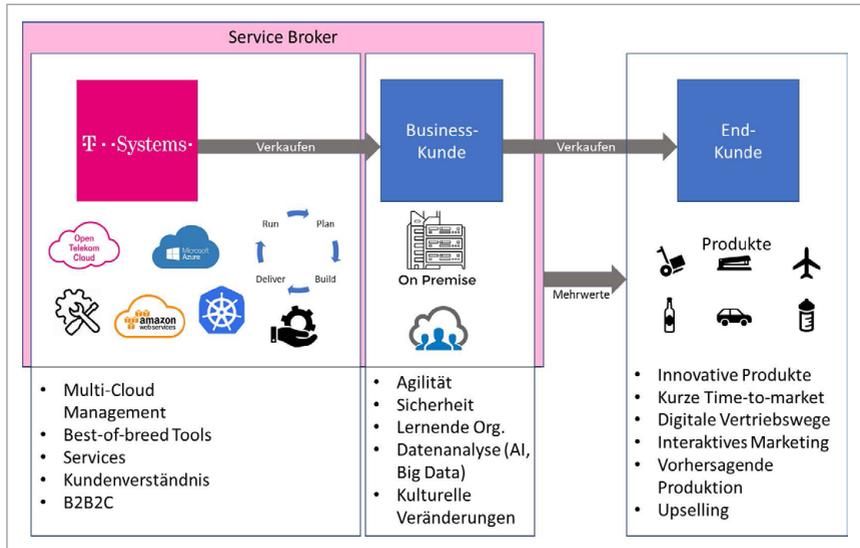
MEHRWERT FÜR DAS PROJEKTUNTERNEHMEN

Der Mehrwert für das Projektunternehmen ergibt sich aus dem Ergebnis der Untersuchung. Im Wettbewerb der IT-Dienstleister reicht eine Alleinstellung durch den Preis in vielen Bereichen nicht mehr aus oder ist gegen andere Konkurrenten nicht gewinnbringend. Neue Vertriebswege und Services müssen entwickelt werden, um im Wettbewerb weiterhin bestehen zu können. Die T-Systems versucht dazu den Fokus auf die Kundenmehrwerte zu legen. Durch das bessere Verständnis gegenüber dem Endkunden sollen IT-Services und der Service Broker perfekt auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse angepasst werden.

Durch den Service Broker sollen die Möglichkeiten der IT, insbesondere der Cloud Technologien, besser genutzt werden. Services sollen dazu ausgerollt werden und die Anwendung mit den besten Diensten ausgewählt werden. Durch die Untersuchung des Service-Broker-Konzepts sollen für die T-Systems neue Möglich-

keiten entstehen, Services an den Kunden zu verkaufen und auszuliefern. Ziel ist ein langfristigeres Vertrauen und dadurch eine optimierte Kundenbindung aufzubauen. Zukünftig soll der Service Broker ein fester Bestandteil des T-Systems Portfolios werden.

BIG PICTURE



Big Picture Kai Hörseljau (Quelle: Eigene Darstellung)