

# **Kundenorientierung im digital vernetzen Zeitalter – wie denn jetzt richtig?**

**Und warum Sie dazu besser einen Wirtschaftshistoriker fragen!**

Prof. Dr. Klemens Skibicki | Kölle, 10.03.2023

**»Nichts ist mächtiger als  
eine Idee, deren Zeit  
gekommen ist«**

Victor Hugo (1802 – 1885)  
unklare Zuschreibung

A photograph of a laptop on a wooden desk. The laptop screen shows a grid of approximately 20 video conference participants. In the foreground, to the left of the laptop, is a green ceramic mug. The background is slightly blurred, showing a wooden object and a window.

**Seit wann „geht“  
das denn?**

# **Was muss denn zusammenkommen, damit „diese eine Zeit“ gekommen ist?**

**...einfacher, schneller, günstiger  
...bestes Kosten-Nutzen-Verhältnis**

**...von kritischer Menschen-Masse „gelernt verstanden“**



**#PROFSKI**  
DIGITALE TRANSFORMATION

# ...Lassen Sie uns über das Gleiche reden...



**#PROFSKI**  
DIGITALE TRANSFORMATION

- 
- **Was hat sich „da draußen“ verändert und wie verändern sich dadurch die Ansprüche der Kunden?**
  - **Wie können wir uns anpassen, wie wird Kundennähe neu definiert?**
  - **Welche Hürden sind zu berücksichtigen?**





**digital vernetzte Business  
Prozesse**

(Internet der Dinge,  
eBusiness, Industrie 4.0,  
Künstliche Intelligenz, etc.)

**Mobile Web**  
(Glasfaser und 5G)

**digital vernetzte Menschen**  
(Soziale Netzwerke, Home Office  
Influencer, Recruiting,  
Bewertungsplattformen, etc.)

**„DIGITAL“**

**=**

**Größte**

**Transaktionskostensenkung  
aller Zeiten**



unft

e:

# PROFSKI-BLICK:

»Menschen „da draußen“  
machen das, was sie immer  
schon gemacht hätten,  
wenn es möglich gewesen  
wäre....jetzt können sie es!«

# „DIGITAL REFLEX“

=

**Die „Digitale Erfahrung“ ist der einflussreichste Faktor für Kaufentscheidungen und Empfehlungen bei Produkten und Marken.**

**Auch wenn es sich um rein physische Produkte handelt!**

Source: App Attention Index 2019 . AppDynamics (7.000 Customers in USA, UK, D, F, Australia)

**#PROFSKI**  
DIGITALE TRANSFORMATION

# ERWARTUNGSHALTUNG

Digital-Champions prägen übergreifend die Erwartungshaltung ALLER Nutzer bezüglich:

- Maximale Einfachheit
- Individualisierung
- Geschwindigkeit
- Erreichbarkeit
- „EIN ORT“
- ...



## Nutzen Sie unseren Anrufservice

Sprechen Sie mit dem Amazon-Kundenservice

Geben Sie Ihre Telefonnummer ein und klicken Sie auf "Jetzt anrufen".

Details zur  
Anfrage: Andere Hilfe

Land/Region Deutschland ▼

Ihre  
Telefonnummer +49

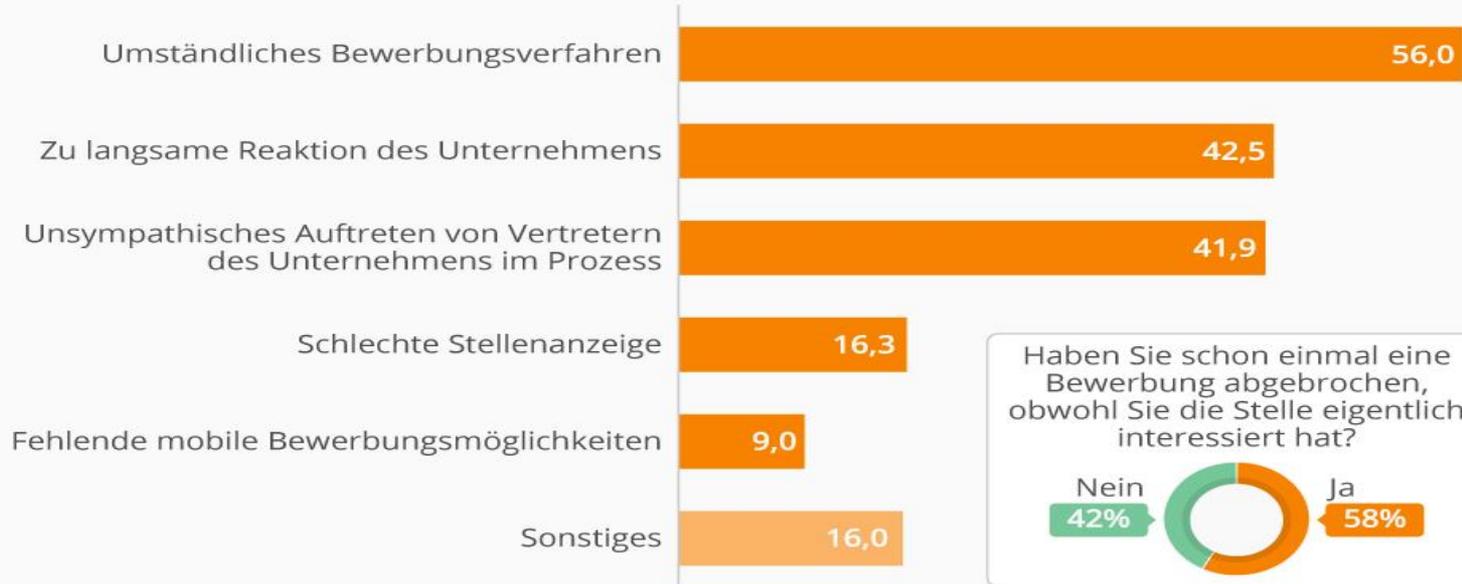
Jetzt anrufen

Wenn Sie es vorziehen, können Sie auch unsere [allgemeine Hilfsnummer](#) anrufen.

# Warum machen die das?

## Warum Jobsuchende Bewerbungen abbrechen

Gründe der Befragten, einen Bewerbungsprozess abzubrechen (in %)



Rank	Platform name	Parent company	Country	Monthly a
#1	Facebook	Meta	 U.S.	2,910
#2	YouTube	Alphabet	 U.S.	2,291
#3	WhatsApp	Meta	 U.S.	2,000
#4	Messenger	Meta	 U.S.	1,300
#5	Instagram	Meta	 U.S.	1,287
#6	WeChat	Tencent	 China	1,225
#7	Kuaishou	Kuaishou	 China	1,000
#8	TikTok	Bytedance	 China	1,000
#9	Telegram	Telegram	 UAE	600
#10	Qzone	Tencent	 China	600



Search



Try Premium for Free



**Klemens Skibicki**  
Digital Transformation now!  
PROFSKI GmbH

695

Who's viewed your profile

40

Views of your post

Access exclusive tools & insights  
[Try Premium for free](#)



**Christian Liebler**

Head of KPMG Trend Analytics & KPMG Research Cloud  
1d

Tesla surpasses BMW to become the 4th most valuable car company in the world



Tesla surpasses BMW to become the 4th most valuable car company in the world  
electrek.co

1 Like · 3 Comments

Like Comment Share

Adrian Eberle likes this



**DKSH**

2d

[+ Follow](#)

Our specialists in Thailand raised a total of THB 171,072 on DKSH Charity Day to support Right To Play Foundation. The amount will go towards providing educational materials and sports equipment for Thai children in need. ...see more

DKSH Charity Day - Touching Thai Lives since 1906

Get the latest jobs and industry news



Klemens, explore relevant opportunities with Siegwark

[Follow](#)

[About](#) [Help Center](#) [Privacy & Terms](#)

[Advertising](#) [Business Services](#)

[Get the LinkedIn app](#) [More](#)

**LinkedIn** LinkedIn Corporation © 2017

# INFORMATIONÜBERFLUSS

... FÜHRT ZU NEUEN FILTERN

	GEN Z (15 - 20 Jahre)	MILLENNIALS (21 - 34 Jahre)	GEN X (25 - 49 Jahre)	BOOMER (50 - 64 Jahre)	SILENT GEN (ab 65 Jahre)
Empfehlungen von mir bekannten Personen	83 %	85 %	83 %	80 %	79 %
Unternehmenswebseiten	72 %	75 %	70 %	59 %	50 %
Kundenbewertungen im Internet	63 %	70 %	69 %	58 %	47 %
Artikel, z.B. in der Zeitung	68 %	68 %	66 %	60 %	55 %
Fernsehwerbung	58 %	67 %	64 %	55 %	48 %
Markenförderung	62 %	66 %	62 %	52 %	42 %
Zeitschriftenwerbung	57 %	62 %	61 %	50 %	46 %
Zeitungswerbung	57 %	62 %	62 %	55 %	53 %
Kinowerbung	54 %	60 %	55 %	42 %	31 %
Plakate und andere Außenwerbung	59 %	60 %	57 %	46 %	38 %
Produktplatzierung im TV-Programm	51 %	60 %	56 %	42 %	39 %
E-Mails, in deren Verteiler ich stehe	54 %	57 %	56 %	53 %	54 %
Radiowerbung	51 %	55 %	57 %	49 %	42 %

**»Menschen haben Zugriff auf Menschen und Informationen, denen sie mehr vertrauen und denen sie lieber zuhören...**



# Käufer vertrauen ihren Profi-Netzwerken

76  
%

bevorzugen mit Anbietern zu arbeiten, die ihnen von ihnen bekannten Personen empfohlen wurden.

65  
%

Sagen, ihr Netzwerk ist entscheidend, wenn es um Referenzen geht.

**» Hätte ich die Menschen  
GEFRAGT, was sie haben  
wollen....hätten Sie gesagt:  
schnellere Pferde!«**

Wird oft Henry Ford,  
Automobilpionier, zugeschrieben

**Nutzer**



**Unsere Idee**



**»Daten sind die umfassendste  
Echtzeitmarktforschung aller  
Zeiten, die hilft, schneller bessere  
Entscheidungen zu treffen...in den  
Augen der anderen  
Seite...punktgenau nach Ort und  
Zeit«**

- 
- **Was hat sich „da draußen“ verändert und wie verändern sich dadurch die Ansprüche der Kunden?**
  - **Wie können wir uns anpassen, wie wird Kundennähe neu definiert?**
  - **Welche Hürden sind zu berücksichtigen?**

# **Der Digital-Reflex verändert die Erwartungshaltung der Kunden (B2B und B2C):**

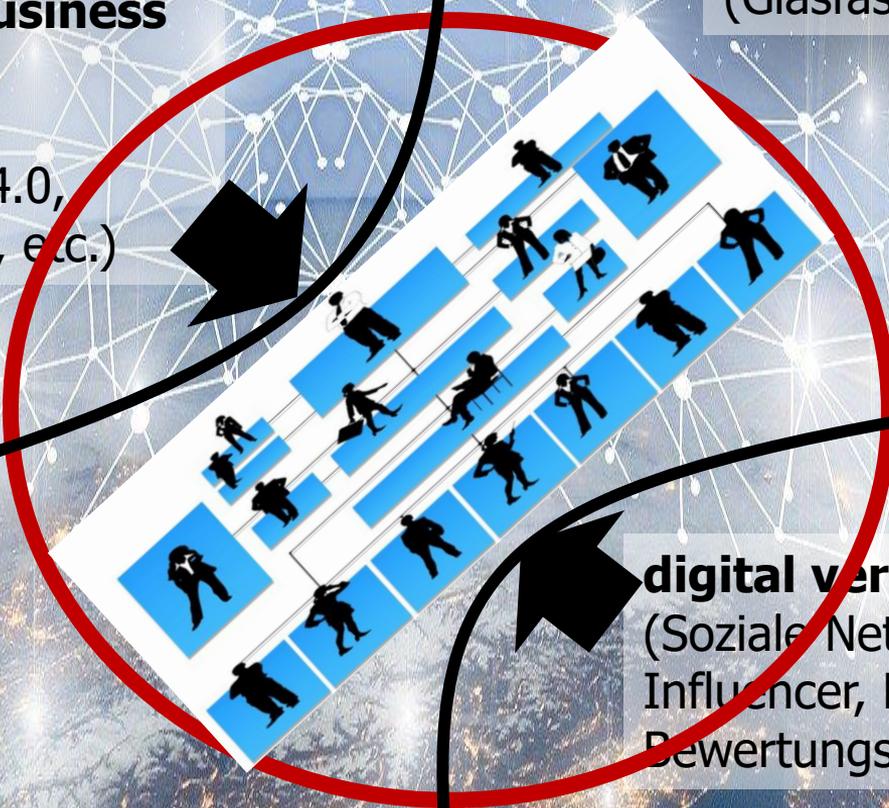
**Alle Unternehmen, Branchen, Standorte werden gemessen an den Besten in der gesamten digital vernetzten Welt!**

**Wettbewerbsfähigkeit geht nur mit Infrastruktur, ERP, Cloud, KI, IoT, Streaming, Robotik, Remote Work, etc. und MENSCHEN, die EXPERIENCE auf dem Level der Besten ermöglicht!**

## digital vernetzte Business Prozesse

(Internet der Dinge,  
eBusiness, Industrie 4.0,  
Künstliche Intelligenz, etc.)

**Mobile Web**  
(Glasfaser und 5G)



**digital vernetzte Menschen**  
(Soziale Netzwerke, Home Office  
Influencer, Recruiting,  
Bewertungsplattformen, etc.)

Daten über die andere Marktseite, Einbinden, beste Lösung!!!

Eingangslogistik

Produktion

Ausgangslogistik

Marketing & Vertrieb

Kundenservice

Unternehmensinfrastruktur

Personalwirtschaft

Technologieentwicklung

Beschaffung

# **DJ-PRINZIP des Managements**

**= Daten + künstliche Intelligenz + menschlich-  
emotionale Intelligenz + Empathie + Intuition**



(Digital insb. Social Daten = Tanzfläche)

# Warum baut Amazon Friseursalons?



**Ja, KI und so...ABER:**

**MENSCHEN ...**

**werden wichtiger denn je!**

**Wie beginnst DU zu MIR  
eine Beziehung, wenn Du  
mich kennenlernenst?  
... offline!!!**

# Daten-Analyse



**menschlich-emotionale Intelligenz + Empathie + Intuition**

*make  
people  
feel  
loved  
today*

**WE HEAR YOU.**



**#PROFSKI**  
DIGITALE TRANSFORMATION

...wir kommen in einer Welt an, in der es  
keine Trennung „online“ oder „offline“ gibt,  
es ist EINS





Search



Home



My Network



Jobs



Messaging



**Prof. Dr. Klemens Skibicki** (na,Jung oder Herr PROFSKI)



University of Cologne

Digitaler Wandel - Mehr Kopfsache als Technologie! #PROFSKI

Talks about #digitalisierung, #changemanagement, #wirtschaftspolitik, #wirtschaftsgeschichte, and #digitaletransformation

Cologne Bonn Region · [Contact info](#)

[www.profski.com](http://www.profski.com)

14,620 followers · 500+ connections

Open to

Add profile section

More

Ich bin  
Klemens

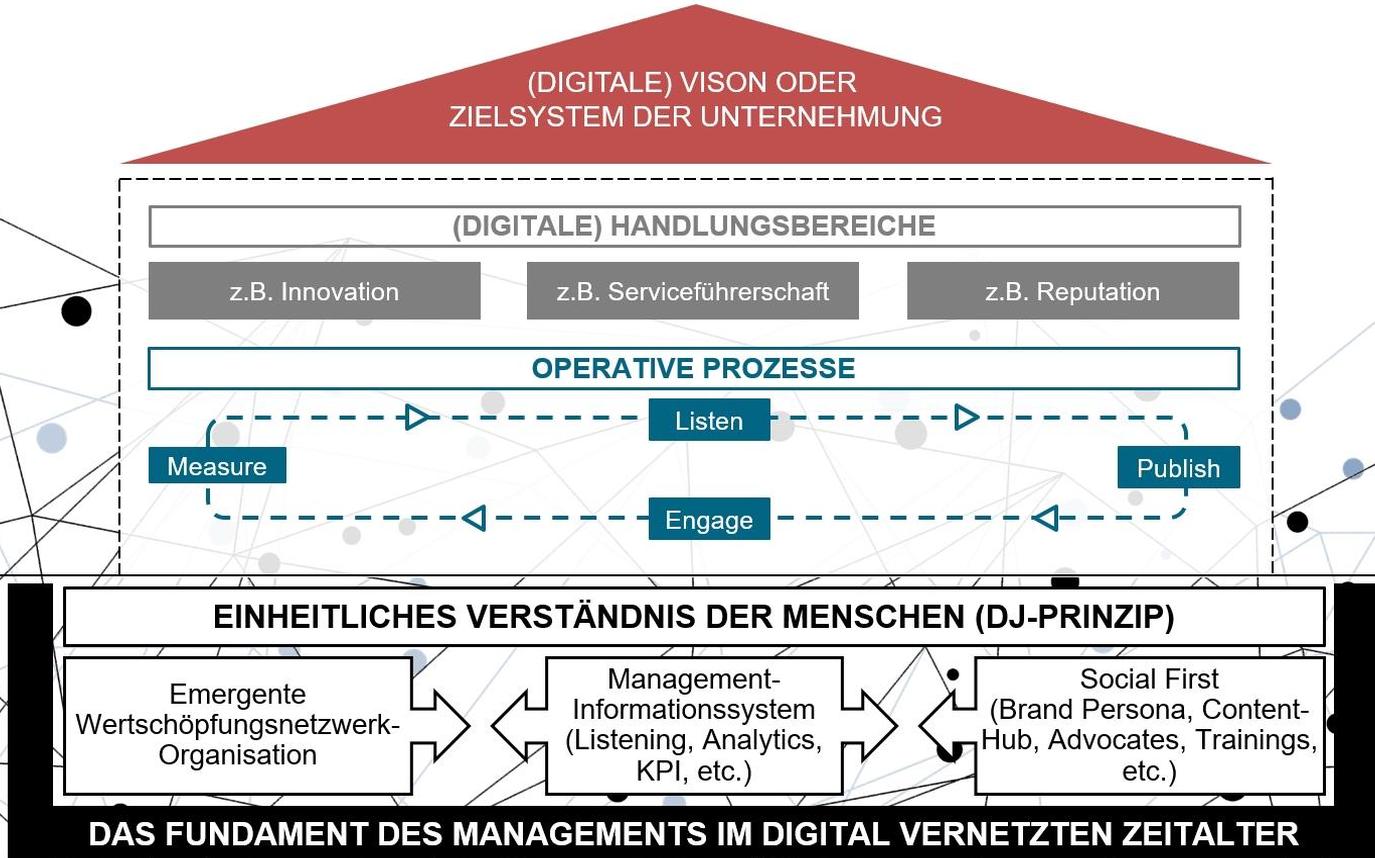
...in  
verschiedenen  
Rollen...

#PROFSKI  
DIGITALE TRANSFORMATION

**ERARBEITET Euch die Beziehung zu  
MIR, eurem Menschen auf der  
anderen Marktseite  
AUCH in digitaler Kombination !!!**

# SCHEMA Z – EIN STRUKTURIERTER ANSATZ

Management im digital vernetzten Zeitalter



Handel unter Druck

# Modekette C&A verkauft jetzt auch bei Zalando

*Von Christine Holthoff*

16.02.2021, 08:05 Uhr



Das Berliner Unternehmen konnte seinen Umsatz zuletzt deutlich steigern – auch dank der guten Entwicklung des Programms "Zalando Connected Retail", mit dem es anderen Händlern ermöglicht, Produkte über ihre Plattform zu verkaufen.

Mit dem eigenen Online-Shop habe C&A bisher kaum Erfolg, weil das Unternehmen zu wenig in Technik und die Verbesserung von Nutzererfahrungen investiert habe. Bei Zalando bekomme C&A nun genau das.

- 
- **Was hat sich „da draußen“ verändert und wie verändern sich dadurch die Ansprüche der Kunden?**
  - **Wie können wir uns anpassen, wie wird Kundennähe neu definiert?**
  - **Welche Hürden sind zu berücksichtigen?**

**...ABER...ICH  
finde das ...**

...unnütz...nur für  
Freaks...doof...gefährlich...Weltuntergang...

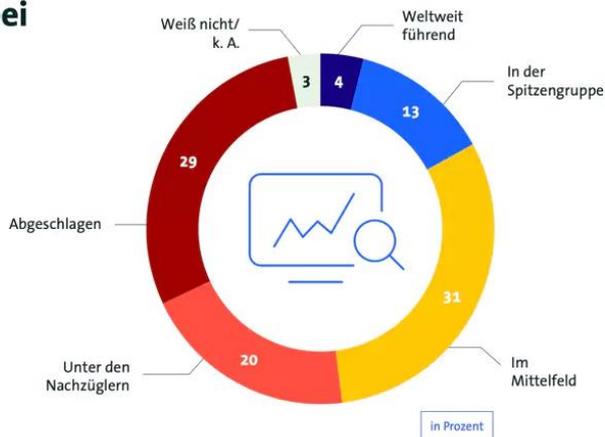
**Haben Sie eine  
Digitalstrategie?**

**Sind Sie im Online-  
Marketing und E-Commerce  
aktiv?**

**„Machen“ Sie Social Media?**

# Deutschland hinkt bei datengetriebenen Geschäftsmodellen hinterher

Wo sehen Sie die deutsche Wirtschaft im weltweiten Vergleich bei datengetriebenen Geschäftsmodellen?



(Bild: Bitkom)

# Manager\*innen bestätigt

## Fehlende Expertise und wenig Interesse von Vorgesetzten

Inzwischen gibt es viele Möglichkeiten direkt auf den Social Plattformen, um Insights einzusehen. Auch zur Weiterbildung kannst du als Social-Media-Manager\*in aktuell über Workshops, Seminare oder auch direkt in den Akademien von Meta und Co. Expertise aufbauen. Trotzdem scheint das teilweise bei Unternehmen ein blinder Fleck zu sein. Mehr als 20 Prozent sowohl auf Agentur, als auch auf Markenseite bemängeln, dass die Unternehmensleitung oder die Kunden Daten nicht anfordern. Auch Tools zur Messung und Fachwissen würden fehlen.

## Sollten Sie aktuell den Einfluss von Social-Media-Aktivitäten auf Verkäufe und/ oder Leads Ihrer Kunden/ Ihres Unternehmens nicht messen - warum?



Quelle: Agorapulse-Umfrage Social-Media-Manager DACH (n=10)



#PROFSKI  
DIGITALE TRANSFORMATION

**ABER: Das haben WIR aber noch nie so gemacht!**



**Ob wir das mögen oder nicht...**



**DAS geht nicht mehr weg!**

# 1. Die ökonomische und menschliche Logik geht nicht mehr weg

- Daten als Marktkenntnis-Wettbewerbsfaktor,
- Menschen machen „das“, was sie immer schon gemacht hätten
- Gesprächsprinzip (Social Media) und Digital-Reflex
- Vernetzte neue Prozesse und Rollen (IoT, Menschen)

# 2. DJ-Prinzip (Data Analytics) und digital vernetzte Prozesse – Kundennähe neu definieren...es ist

**EINE** Welt, nicht entweder digital oder analog...und Menschen folgen Menschen

# 3. Das „Haben wir immer so gemacht“ ist mächtig 😊

Meine Themen gerade:

Ja, KI wie ChatGPT, digitaler Zwilling im Metaverse,...alles megaspannend!...Cybersecurity unfassbar wichtig...

**ABER:**

Arbeitgebermarke, Führung, Recruiting im digital vernetzten Zeitalter...ja, mit Homeoffice und einem Fokus Social Media...

„MENSCHENNÄHE“ zu Kunden, Mitarbeitern und Partner...da brennt es und das können Sie nicht auslagern...



A high-angle photograph of a rowing team in a white boat on a dark sea at sunset. The sun is low on the horizon, creating a golden glow. The rowers are in a synchronized stroke, with their oars dipping into the water. The boat is moving away from the viewer, leaving a wake. The text 'Lösen Sie zuerst das Karnevalsproblem!' is overlaid in white on the bottom half of the image.

**Lösen Sie zuerst das  
Karnevalsproblem!**



Wenn Sie  
mehr  
erfahren  
wollen!

Wenn Sie eine (um einige Bilder gekürzte) Version dieser Präsentation haben wollen, schicken Sie eine Email mit dem Betreff  
**„Köln, 10.03.2023“ an: info@profski.com**

Klemens Skibicki

# Das DJ-Prinzip des Managements

Handlungsorientiertes Wissen  
für Führen und Entscheiden  
im digital vernetzten  
Zeitalter

 Springer Gabler

# Lassen Sie uns vernetzen!

Anfragen für:

- Keynotes
- Workshops
- Social Media Training
- Führungskräfteentwicklung

an: info@profski.com

KONTAKT

- **LINKEDIN:** [de.linkedin.com/in/skibicki](https://de.linkedin.com/in/skibicki)
- FACEBOOK: [facebook.com/profski.klemens](https://facebook.com/profski.klemens)
- TWITTER: [twitter.com/KlemensSkibicki](https://twitter.com/KlemensSkibicki)
- INSTAGRAM: [instagram.com/klemensskibicki](https://instagram.com/klemensskibicki)
- XING: [http://xing.com/profile/Klemens\\_Skibicki](http://xing.com/profile/Klemens_Skibicki)

**#PROFSKI**  
DIGITALE TRANSFORMATION