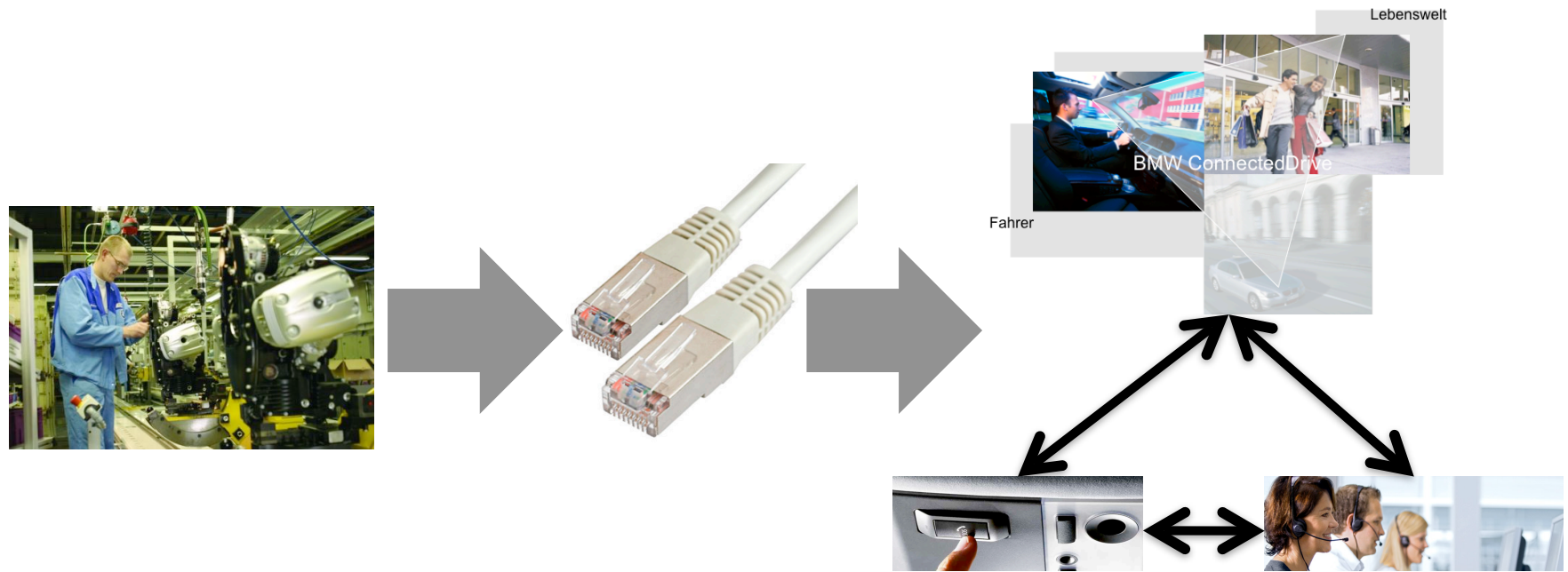


IT und Telekommunikation aus der Nachfragerperspektive – die „weichen Faktoren“ –



IKT– Treiber des Wandels hin zum Dienstleistungsunternehmen

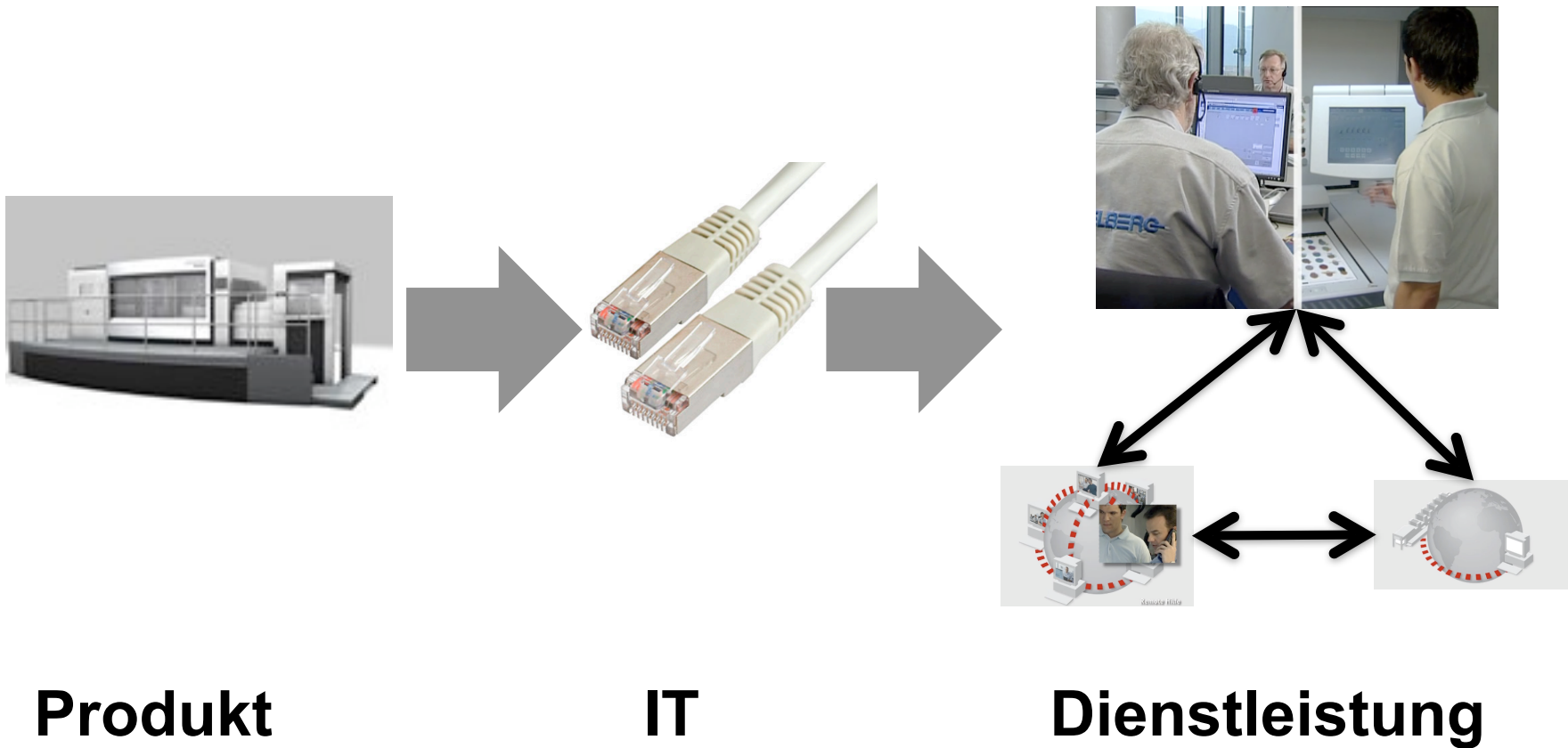


Produkt

IT

Dienstleistung

IKT– Treiber des Wandels hin zum Dienstleistungsunternehmen





Leitfragen des Vortrags

**1. Was sind
„weiche
Faktoren“?**

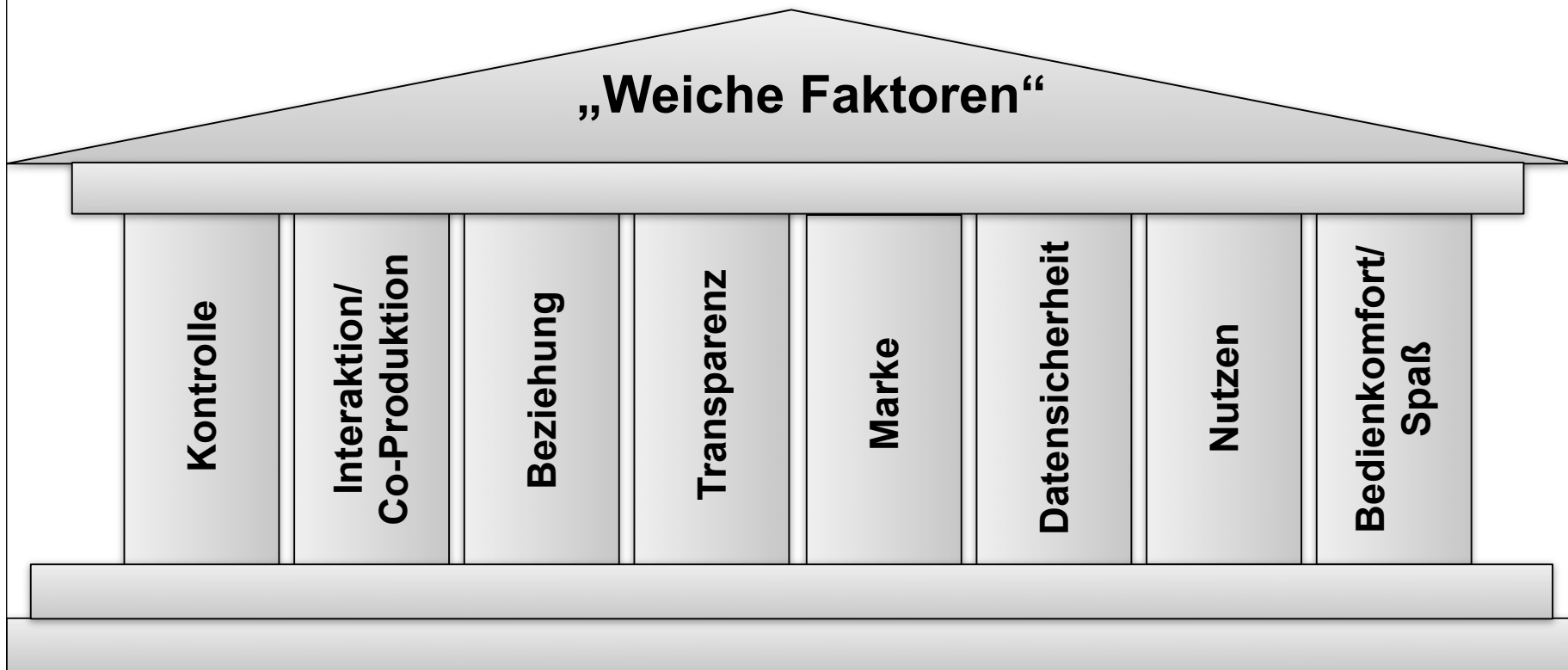
**2. Wie kann man
die „weichen
Faktoren“ in der
Kommunikation
adressieren?**

**→ Beispiele aus B2B
und B2C**

**3. Welche über die
Kommunikation
hinausgehenden
Veränderungen
werden ange-
stoßen und sind
erforderlich?**

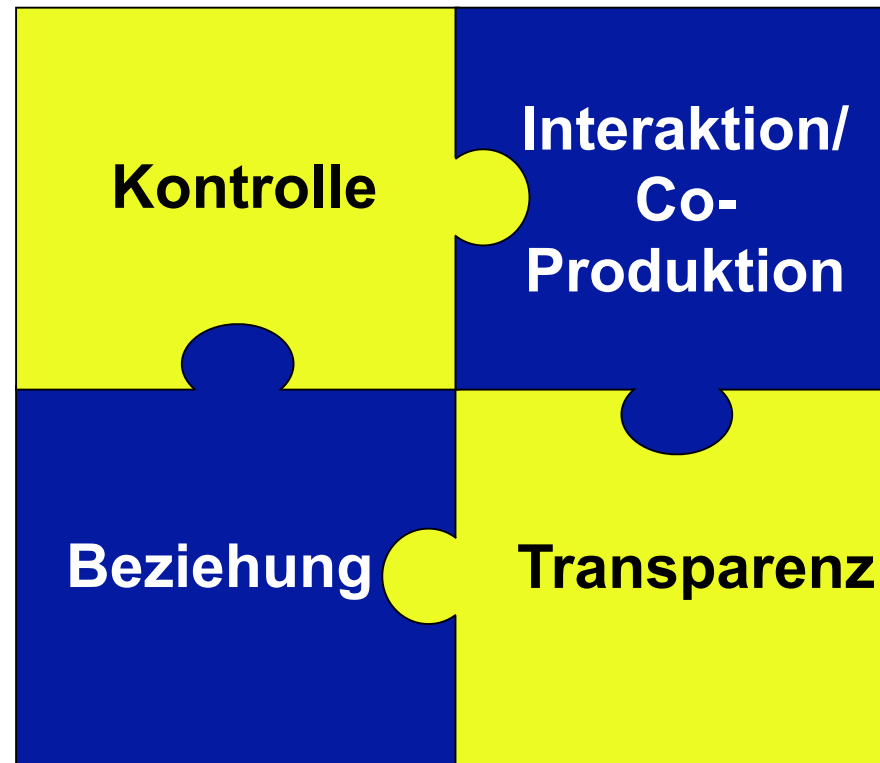
→ Zugrunde liegen empirische Studien im B2B und B2C

„Weiche Faktoren“ in IKT

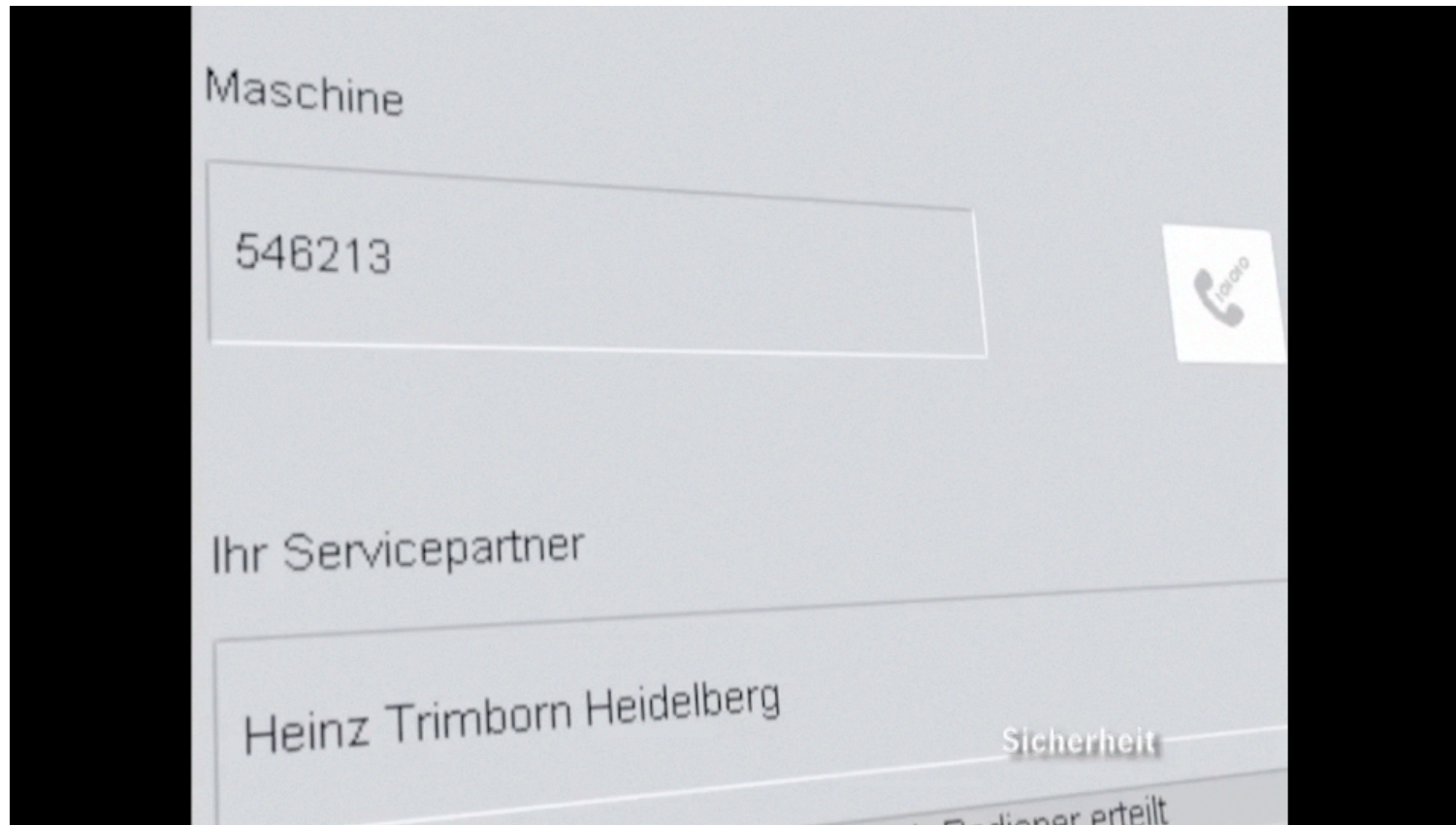


Akzeptanz der Dienstleistungen im B2B wird beeinflusst von.....

...und dabei ist
Technologie **nur im
Hintergrund ein** Teil
des Puzzles!

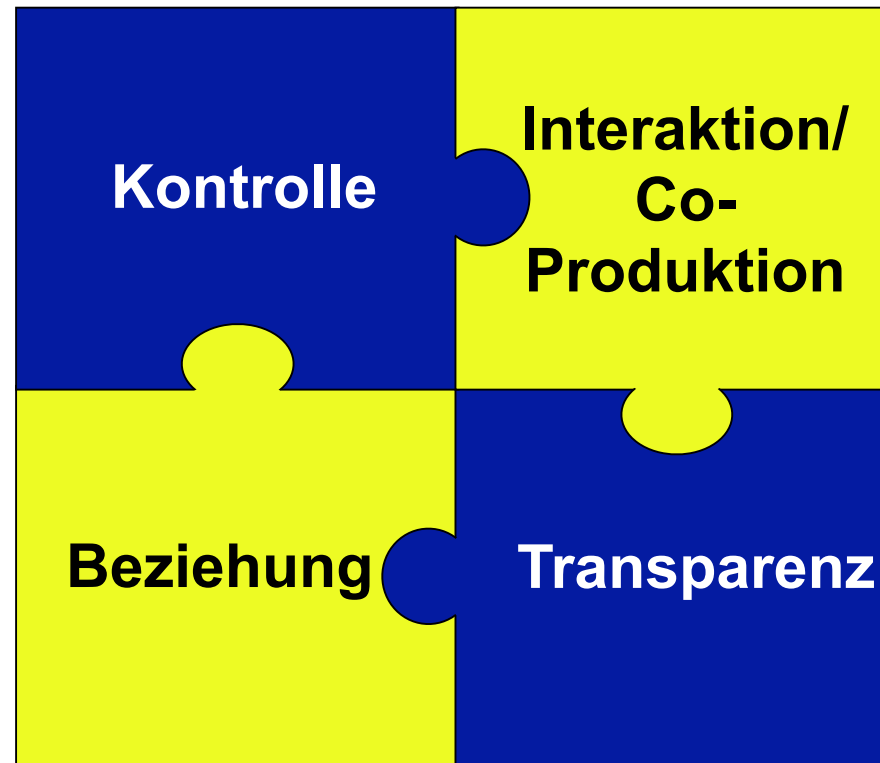


Wie werden die „weichen Faktoren“ im B2B adressiert?



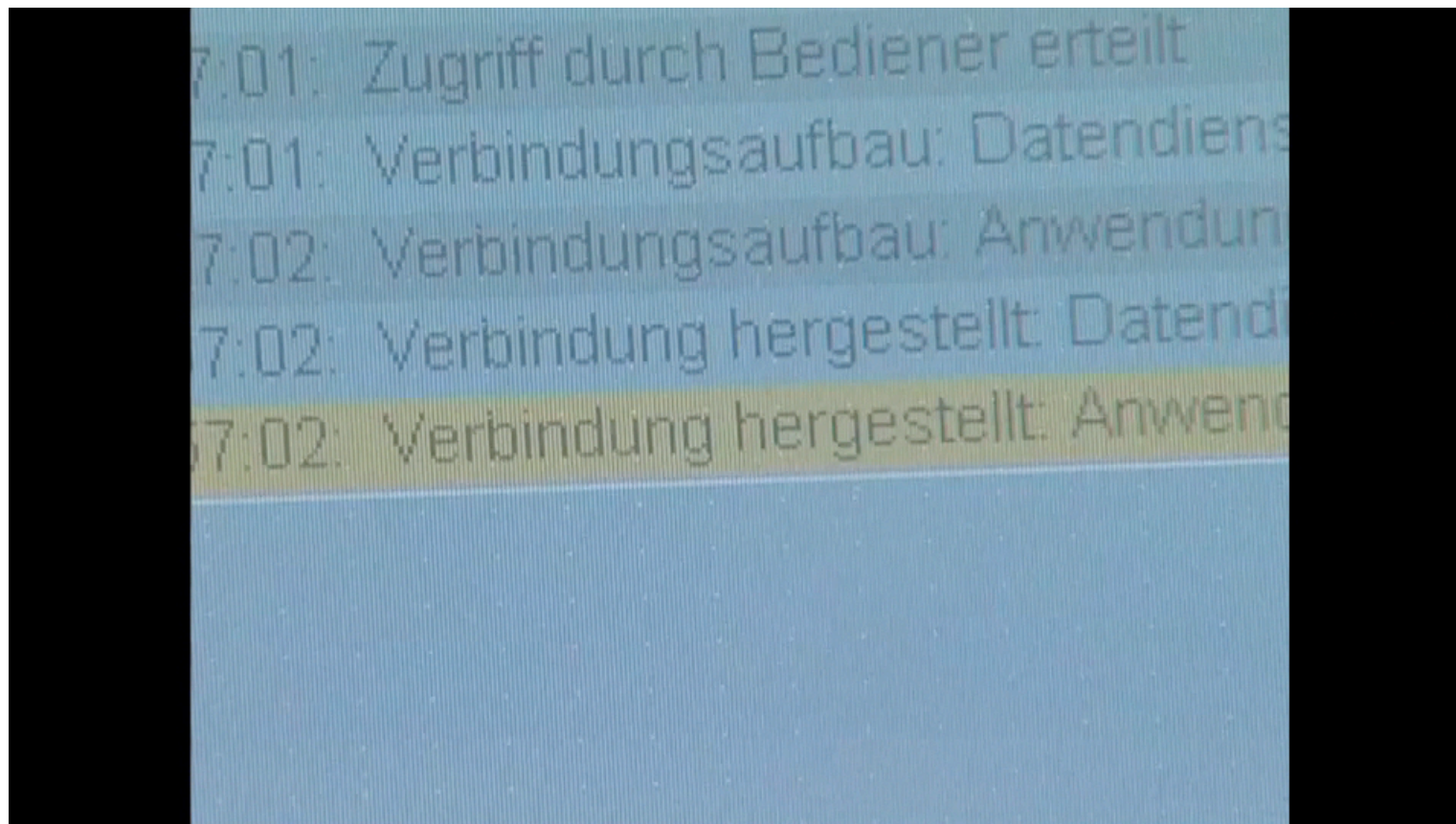
Akzeptanz der Dienstleistungen im B2B wird beeinflusst von.....

...und dabei ist
Technologie **nur im
Hintergrund ein** Teil
des Puzzles!



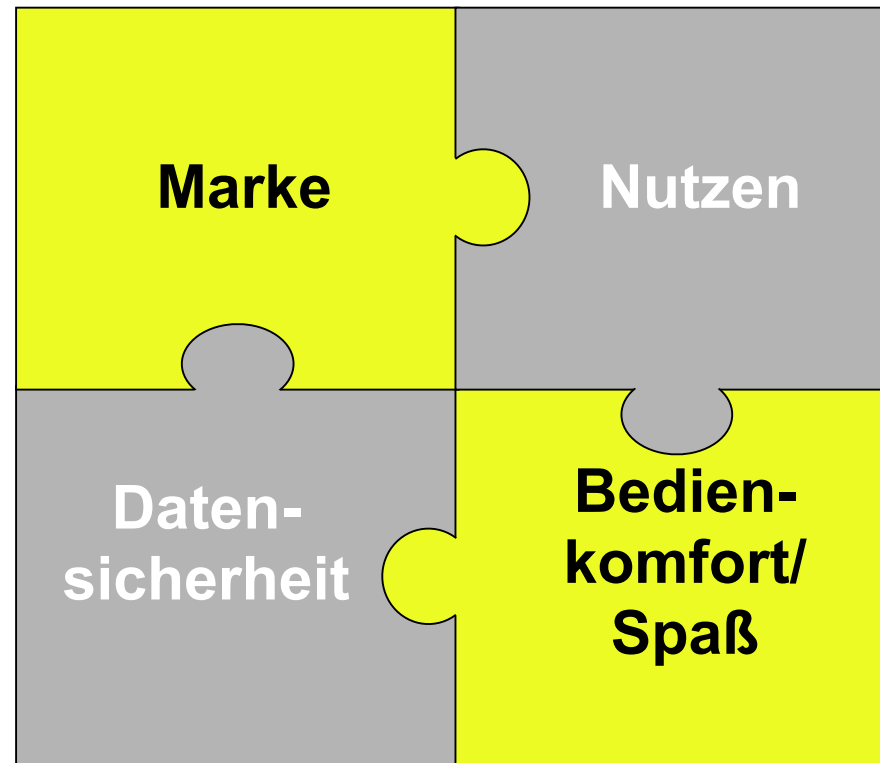


Wie werden die „weichen Faktoren“ im B2B adressiert?



Akzeptanz der Dienstleistungen im B2C wird beeinflusst von.....

...und dabei ist
Technologie **nur im
Hintergrund ein** Teil
des Puzzles!

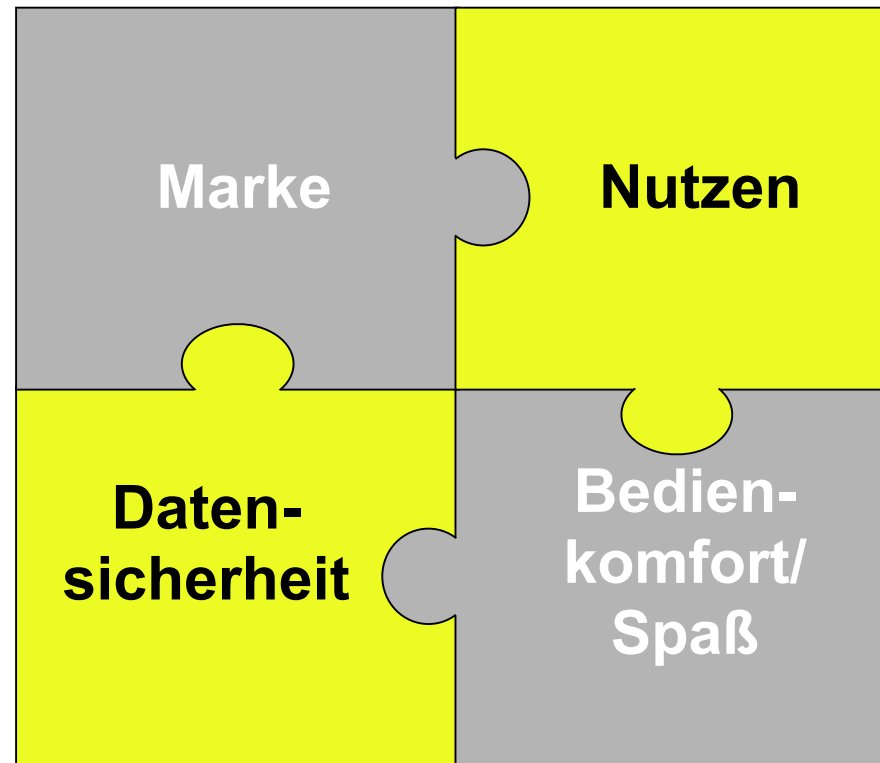


Wie werden die „weichen Faktoren“ im B2C adressiert?



Akzeptanz der Dienstleistungen im B2C wird beeinflusst von.....

...und dabei ist
Technologie **nur im
Hintergrund ein** Teil
des Puzzles!





Wie werden die „weichen Faktoren“ im B2C adressiert?





Durch IKT hervorgerufene Veränderungen und Herausforderungen.

- ✓ IKT lösen positive Veränderungsprozesse in klassischen Industrien aus.
- ✓ IKT stoßen einen Übergang hin zu relationalen Kundenbeziehungen an.
- ✓ IKT generieren einen Wissensvorsprung, dem klassische Marktforschungsmaßnahmen teilweise nicht standhalten können.
- ✓ Beziehungen zu Kunden verändern sich hin zur Zusammenarbeit mit Kunden.

Fazit:

- Die IKT getriebene Entwicklung zum Dienstleistungsunternehmen erfordert intelligente Nutzung der neuen Datenquellen, anderen Umgang mit den Kunden und einen Wandel der Unternehmenskultur.
- Die „weichen Faktoren“ müssen konkretisiert und operationalisiert werden.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Florian v. Wangenheim

TU München

Lehrstuhl für Dienstleistungs- und
Technologiemarketing

florian.wangenheim@wi.tu-muenchen.de

089 / 289 28402