

ORACLE

Oracle Modern CX Summit

Darmstadt,
11. Dezember 2019



HIGHLIGHTS

#OracleMCXS

Übersicht

Vorwort ›

Keynotes ›

Track „Marketing“ ›

Track „Verkauf“ ›

Track „Kundenservice“ ›

Zusammenfassung ›

Event-Video ›

Fotos ›

Sprecher ›

Partner ›

Kontakt und weitere Informationen ›

Vorwort

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Am Mittwoch, dem 11. Dezember 2019 durften wir über 700 Fach- und Technologieexperten im darmstadtium, dem Wissenschafts- und Kongresszentrum in Darmstadt, willkommen heißen.

Beim Modern Customer Experience Summit 2019 drehte sich alles um den digitalen Wandel und um disruptive Technologien und deren Einfluss auf das Kundenverhalten. Mehr als 130 Entscheider und Projektverantwortliche aus Marketing, Vertrieb und Kundenservice trafen sich, um mehr über die Gestaltung und digitaler Kundenerlebnisse zu erfahren.

Der Erfolg vom Oracle Event des Jahres ist Ihnen zu verdanken. Wir sagen herzlichst „Danke“ für Ihr Kommen und Ihr Interesse. Wir hoffen, dass die Keynotes von Frau Prof. Dr. Elisabeth Heinemann und von Oliver Kahn Sie ebenso inspiriert haben wie die spannenden Vorträge unserer Kunden.

Das Event zeigte nicht nur auf, was morgen möglich sein wird, sondern was schon heute machbar ist. Top-Experten aus der Branche gaben umfassende Einblicke in die (sehr) nahe Zukunft des digitalen Kundenerlebnisses.

In diesem E-Book haben wir die wesentlichen Themen und Präsentationen des Tages für Sie noch einmal zusammengefasst. Darüber hinaus freuen wir uns sehr, mit Ihnen weiterhin im engen Austausch zu diesen Themen zu bleiben.

Keynotes

Prof. Dr. Elisabeth Heinemann eröffnete den Tag mit ihrer humorvollen Art und motivierte die Firmen bereits heute die Kunden von morgen ernst zu nehmen und für sich zu begeistern.

Keynote: Joe Fuster

Joe Fuster, Global Head of Customer Experience bei Oracle zeigte in seiner Keynote auf, welche Chancen und Potentiale das „Zeitalter der Data Economy“ bietet und wie Unternehmen sich dadurch langfristig Wettbewerbsvorteile sichern können.

Keynote: Accenture

Irina Schestakoff, Senior Manager bei Accenture Interactive, zeigte den Zusammenhang zwischen Zweck und Innovation auf. Daneben gab sie einen umfassenden Einblick in die besonderen Herausforderungen und zeigte auf, wie man diese erfolgreich bewältigt.

Round Table: Accenture

Im von **Irina Schestakoff**, Senior Manager bei Accenture Interactive, begleiteten Round Table wurde intensiv über die „Jobs-to-be-done Methode“ (JTBD) diskutiert. Mit den Erkenntnissen der JTBD Methode übte man Kundenzentrierung, richtete seine Organisation auf die Bedürfnisse seiner digitalen Kunden aus und legte damit den Grundstein für neue und innovative Services und Geschäftsmodelle.

Round Table: PROMATIS

In dem von **Julian Großmann**, Vice President CX bei der PROMATIS software GmbH gehosteten Round Table „Service! Jetzt! Innovativer Kundenservice der Zukunft“ wurde intensiv über die neuen Anforderungen im Kundenservice diskutiert. Zwar stecken noch viele intelligente Chatbot-Implementierungen in den Kinderschuhen, die Teilnehmer stellten aber fest, dass die Evolution zu personalisierten Dialogen im Rahmen des E-Commerce zum Conversational Customer Service bereits in vollem Gang ist. Insgesamt wird daher eine zunehmend datengetriebene und analytische Servicestrategie die Frage nach der richtigen Balance zwischen Automatisierung und persönlicher Interaktion beantworten müssen.

Track „Marketing“

Der Nachmittag startete mit **Christoph Heidler**, CIO bei SGS. Christoph Heidler zeigte, wie die SGS in Zusammenarbeit mit Oracle ihre Online-Kundensysteme weltweit modernisiert hat. Gesamtumsatz und Kundenbindung wurden deutlich gesteigert und personalisierte Angebote und digitale Erlebnisse im digitalen Markt (On- & Offline) ermöglicht.

Von **Dominique Specht**, Group Vice President Marketing bei DKSH, erfuhren wir viel über die Komplexität des Asiatischen Marktes und lernten, wie sich auch in diesem komplexen Umfeld die Customer Experience steuern lässt.

Sascha Lensch, Commerce Spezialist bei Oracle, stellte die Oracle Total Commerce Lösung, eine Verkaufsplattform der nächsten Generation, vor. Die Plattform verbindet die wesentlichen Aspekte des Einkaufs eines Kunden mit dem Verkaufsprozess des Unternehmens.

Dr. Thorsten Harzer, Head of Digital Accelerator bei QIAGEN verriet uns, wie QIAGEN im B2B-Umfeld Ihren Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis bietet, dass über das bei Amazon hinausgeht. Mit Hilfe digitaler Technologien hat QIAGEN einen vollständig kundenorientierten Vertriebsansatz geschaffen.

Track „Verkauf“

Bei den Präsentationen rund um das Thema Verkauf ging es hauptsächlich darum, dass die Konsumenten von den Unternehmen eine immer größere Personalisierung von Inhalten, maßgeschneiderten Service und höchste Flexibilität erwarten. Sie erwarten eine besondere Behandlung und reagieren mit negativem Feedback auf eine Customer Experience, die nicht den Erwartungen entspricht.

Diesem Trend einer zunehmenden „consumerization“ müssen sich auch B2B-Unternehmen stellen und auf Themen wie Conversational UI, Machine Learning und Daten Management eine Antwort haben.

Gerade Themen wie Conversational CX erleben gerade einen Hype, dabei gibt es allerdings einige Fallstricke bei der Umsetzung zu beachten. Oracle Digital Assistant kann dabei eine zentrale Rolle spielen.

Der professionelle Umgang mit Unternehmensdaten ist ein zentraler Erfolgsfaktor, denn „Daten sind das neue Öl“ – mit dieser Erkenntnis wurde CX Unity als neue enhanced CDP Lösung von Oracle konzipiert und hilft Unternehmen bei der Umsetzung eines CX-zentrierten Datenmanagements.

Track „Kundenservice“

In den Präsentationen „Kundenservice“ lernten wir, wie herausfordernd heute die Kunden sind, wenn es um persönliche Services mit Anspruch geht, wie zum Beispiel beim Thema „Verlieben“ rund um die Plattform Parship. Und wie schafft es eine Unternehmung den Wandel vom Cost Center zum Profit Center zu werden?

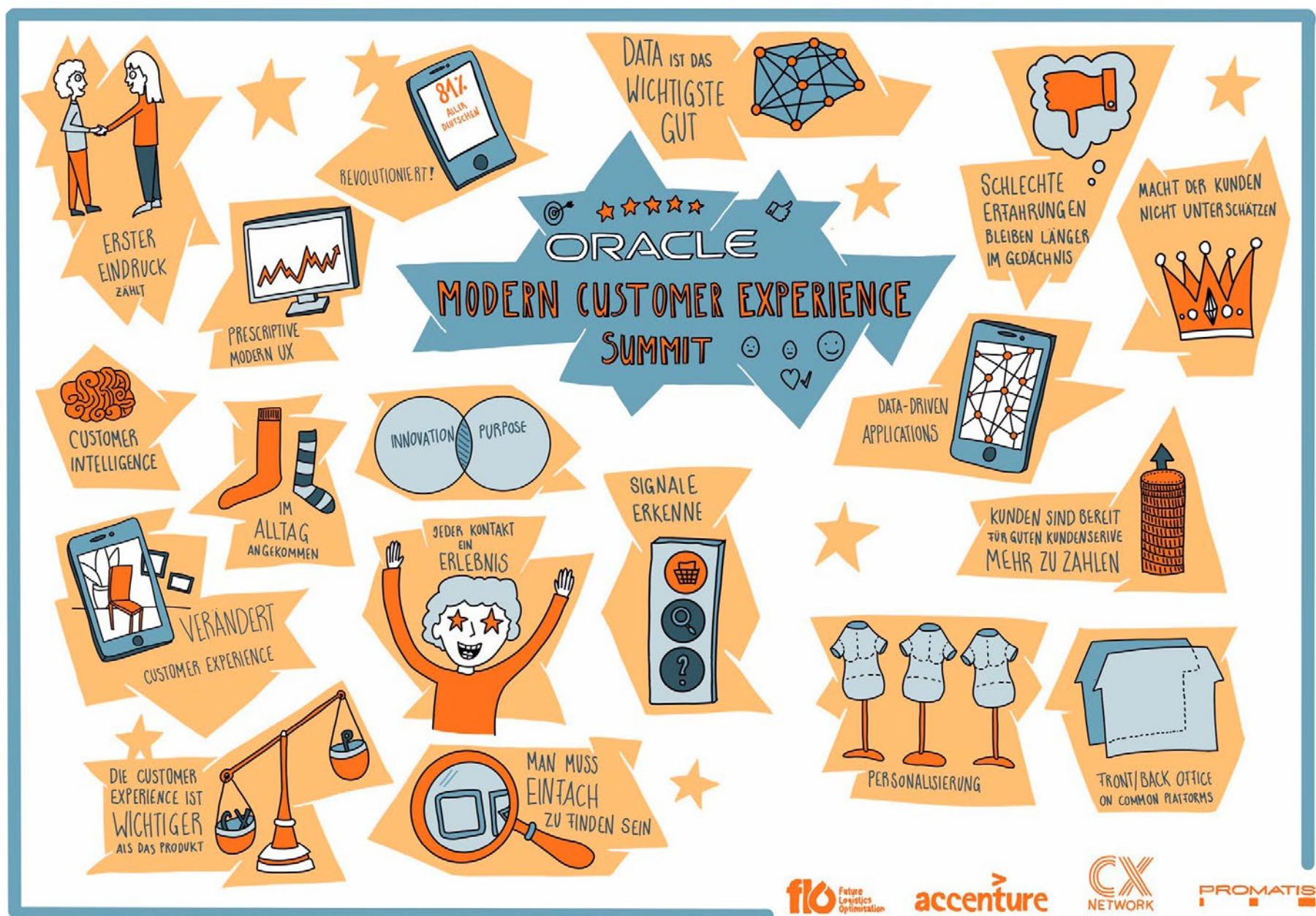
Der Leiter Kundenservice von PSA, **Axel Willius**, hat uns in seinem Vortrag verraten, wie die PSA den Wandel ihres Service Centers von einem Cost Center zu einem Profit Center vollzogen hat. Die Bearbeitungszeit der Serviceanfragen wurde dabei auf unter 50 % reduziert, die Fallzahl der Mitarbeiter erhöht und die „Hotleads“ auf mehr als das Vierfache gesteigert.

Albert Klotz, Director Customer Service der Parship Group ging in seinem Vortrag der Frage nach, ob emotionale Produkte einen emphatischen Service benötigen. Und was tut man, wenn es doch einmal rational wird? Dabei erklärte er, wie man den richtigen Mix managed und wie Routing und Tools dabei unterstützen.

Der Kundenservice hat neue Stakeholder im Zeitalter der Experience Economy. Bei **Sara Eklund**, Director CX Strategy, Oracle, lernten wir, was die besten Vorgehensweisen bei der Bereitstellung von Chatbot-Zugriffen auf große Wissensdatenbanken bewirken.

Und wie kann KI und ML optimal genutzt werden, um bei der intelligenteren Erkennung von Absichten und mehr menschlichem „Gefühl“ zu helfen? Welche Lehren ziehen wir aus den Brücken zwischen maschinellen und menschlichen Gesprächen? Und wie kann man die Servicegespräche in Vertriebs- und Marketingbereiche öffnen?

Zusammenfassung



Event-Video

<https://blogs.oracle.com/prdach/voller-schwung-in-die-zukunft-oracle-cloud-day-in-darmstadt-geht-dem riesenpotenzial-des-ganzheitlichen-cloud-konzepts-auf-den-grund> >

Klicken Sie auf den Link, um das Video abzurufen.

Fotos



Fotos



Sprecher

Keynotes



Oliver Kahn
Dreifacher Welttorhüter,
Sportmoderator
und Fußballexperte



Prof. Dr. Elisabeth Heinemann
Dipl.-Wirtschaftsinformatikerin,
Hochschullehrerin,
Wissenskabarettistin, Autorin
und Digitaloptimistin



Joe Fuster
Global Head
Customer Experience
Cloud, Oracle



Irina Schestakoff
Senior Manager,
Accenture Interactive

Sprecher

Tracks



Harald Behnke
Director CX Strategy
EMEA, Oracle



Julian Eisfeld
Data Strategy Lead,
Oracle



Sara Eklund
Director CX Strategy,
Oracle



Dr. Thorsten Harzer
Head of Digital
Accelerator, QIAGEN



Christoph Heidler
Chief Information Officer,
SGS SA



Albert Klotz
Director Customer Service,
PARSHIP Group

Sprecher



Sascha Lensch
Total Commerce Solution
Specialist – Germany &
German speaking
Switzerland, Oracle



Neil Pridham
Director Sales
Strategy EMEA, Oracle



Dominique Specht
Groupe Vice President
Marketing, DKSH



Axel Willius
Leiter Kundenbetreuung
PSA Deutschland, Peugeot
Citroën Deutschland GmbH

Partner

Platinum



Gold



Offizieller
Medienpartner



Kontakt und weitere Informationen

oracle.com/de/applications/customer-experience >

[Präsentationen](#) zum Download >