



Sitecore-Studie untersucht Auswirkungen von Megatrends auf den Mittelstand

TRENDS SCOUT 2016 beleuchtet die Auswirkungen globaler Megatrends auf die Marktsituation, die Ziele und die strategischen Weichenstellungen mittelständischer Unternehmen aus DACH. Die Interviews mit 141 Geschäftsführern ergaben, dass vor allem internatio

(Mynewsdesk) Sitecore, globaler Marktführer für Content- und Customer Experience Management Software, hat eine C-Level-Studie durchführen lassen, um die Auswirkungen globaler Megatrends wie Mobilität und Globalisierung sowie die der fortschreitenden Digitalisierung von Kommunikation und Information (Konnektivität) auf die Marktsituation und die strategischen Ziele und Planungen mittelständischer Unternehmen aus DACH zu eruieren. Für die Studie ?TRENDS SCOUT 2016? wurden 141 Manager aus den Branchen Logistik, Transport, Travel, Medien, Handel, Konsumgüter-Industrie sowie Anlagen- und Maschinenbau in ausführlichen Interviews befragt*. Die befragten Unternehmer beschäftigen zu 60 % um 2.500 Mitarbeiter bzw. zu 40 % über 2.500 Mitarbeiter. Sitecore hat die Studienergebnisse den Fachbesuchern der Fachmesse dmexco 2014 am 10.09. und 11.09. in Köln erstmals vorgestellt. Interessenten aus Management, Marketing und IT können sie unter <http://www.sitecore.net/dmexco-trendscout> kostenlos beziehen.

?Mit der Studie wagen wir bewusst einen Blick über den Digital Marketing-Tellerrand, hinein in das Tagesgeschäft und die Planungen des Mittelstands in Deutschland, Schweiz und Österreich. Die Studienergebnisse spiegeln die Situation wider, die wir in Gesprächen mit unseren Kunden rund um den Globus vermittelt bekommen: Unternehmenslenker sehen einen dringenden Bedarf, noch internationaler, vernetzter, mobiler und effektiver zu agieren. Sie möchten vor allem enger an und mit den Kunden sein ? das ist nicht nur ein Lippenbekenntnis, sondern ein wichtiges bis das wichtigste strategische Ziel bei nahezu allen befragten Unternehmen. Sie planen, ihren Mitarbeitern durch mobiles Arbeiten mehr Flexibilität zu bieten und wollen interne Bereichssilos aufbrechen. Die vielen Hidden Champions in DACH möchten zudem international stärker als Innovationsführer wahrgenommen werden. Für all das seien konsolidierende, neue IT-Lösungen gefragt, die die Agilität und Qualität in den Bereichen Vertrieb, Service und Marketing steigern, so die Entscheider?, erklärt Michael Hack, Geschäftsführer von Sitecore in der DACH-Region. Ergebnisse der Sitecore-Studie TRENDS SCOUT 2016(eine Auswahl ? Gesamtstudie unter www.sitecore.net/dmexco-trendscout)

Mehr als 85 % der Befragten erkennen deutlich eine zunehmende Abhängigkeit des Geschäftserfolgs von IT-Systemen.

Neue Wachstumspotenziale liegen im globalen Umfeld. Über 80 % der Befragten erachten die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit ihrer Unternehmen nur im Zusammenhang mit einer verstärkten internationalen Ausrichtung. Der Wegbereiter in diese neuen Märkte ist IT, denn mehr als 60 % der Unternehmen möchten nicht über weitere Standorte, sondern über digitale Kanäle expandieren.

Der steigende Wettbewerbsdruck durch die Globalisierung sorgt für sinkende Margen, weshalb für 84 % der Befragten die Optimierung der unternehmenseigenen Abläufe und Prozesse für mehr Effizienz und Effektivität eine wesentliche Forderung ist. Über 95 % der Befragten gehen davon aus, dass eine weitergehende IT-gestützte Automatisierung interner Abläufe positive Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit hat. Statt verteilter Silo-Systeme fordern Unternehmenslenker Systeme, die einen hohen Standardisierungsgrad aufweisen, um Abläufe zu vereinfachen.

Für 90 % der befragten Geschäftsführer ist die ?Integration von Inhalten? in Support- und Servicestrukturen wichtig bis sehr wichtig. Statt mehreren Datenbanken, in denen unterschiedliche Produktdaten, Kundeninformationen sowie eine Übersicht konsumierter Serviceleistungen gespeichert werden, ist es das angestrebte Ziel der Unternehmen, Daten zentraler zu managen und über unterschiedliche Medienkanäle und Endgeräte bereitzustellen. Rund 82 % der Befragten fordern mehr Flexibilität und schnellere Anpassungsmöglichkeiten ihrer Inhalte in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Service.

Geschäftsführer messen der bedarfsorientierten Bereitstellung von Daten durch ihre IT eine wichtige Rolle zu. Über 90 % der Befragten sehen diese Echtzeitbereitstellung als sehr wichtig an. Durch die hohe Datentransparenz und -verfügbarkeit wird eine Ressource generiert, die in verschiedenen Bereichen des Unternehmens eingesetzt werden kann. Ob als Vertriebsunterstützung, Grundlage einer Prozessoptimierung oder als Basis neuer Services und damit Geschäftsmodelle ? effizientes Informationsmanagement rund um Produkte und Kundenbeziehungen ist für über 85 % der befragten Unternehmen eine der Kernanforderungen an eine moderne IT-Landschaft. Knapp 90 % der konsultierten Geschäftsführer zielen ganz konkret darauf ab, durch die vermehrte Datenanalyse die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Unternehmen zu verbessern.

Über 90 % der befragten Geschäftsführer konstatieren, dass die Produkte und Leistungen immer häufiger an die individuellen Bedürfnisse der Kunden angepasst werden müssen. Das effiziente Informationsmanagement rund um Produkte und Kundenbeziehungen ist für über 85 % der befragten Unternehmen eine der Kernanforderungen an eine moderne IT-Landschaft. Um dies jedoch zielgerichtet zu tun, brauchen Unternehmen neue personalisierte Rückkanäle sowie neue Auswertungsmöglichkeiten, um zeitnah auf Marktveränderungen zu reagieren. Eine enge Kundenbeziehung, bis zur Einbindung von Kunden in den Produktionsprozess, wird so für mehr Prozesseffizienz nicht nur förderlich, sondern essenziell. Hier liegen oftmals ungenutzte Wertschöpfungspotenziale brach, denn erst 65 % der Befragten haben bislang die Bereitstellung von aktuellen Produkt- und Serviceinformationen in ihren Unternehmen umgesetzt oder zumindest eingeleitet. Entsprechend zählt die Etablierung eines reibungslosen Informationsmanagements bezogen auf Kundenbeziehungen und Produkte aktuell zu den Top-Aufgaben der Führungskräfte.

* Die Studie wurde im Auftrag von Sitecore durch die Technologiespezialisten von Business Maker durchgeführt. Die Interviews fanden im Zeitraum vom 2. Juni bis 11. Juli 2014 statt.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/cq16jx>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/unternehmen/sitecore-studie-untersucht-auswirkungen-von-megatrends-auf-den-mittelstand-18309>

Pressekontakt

BOND PR-Agenten für Sitecore

Herr Marcus Bond
Müritzstr. 16
10318 Berlin

marcus.bond@bond-pr.de

Firmenkontakt

BOND PR-Agenten für Sitecore

Herr Marcus Bond
Müritzstr. 16
10318 Berlin

bond-pr.de
marcus.bond@bond-pr.de

Sitecore ist der globale Marktführer für Content- und Customer Experience Management Software. Sitecore hilft Unternehmen dabei, relevante, überzeugende Interaktionen auf Webseiten, per E-Mail, mobil, in Sozialen Medien und Offline zu führen. Zielgruppen werden dadurch dauerhaft gebunden und aktiviert. Unternehmen können ihre Vertriebs- und Marketingziele leichter erfüllen. Mehr als 4.000 führende Marken und Unternehmen nutzen Sitecore als Motor ihres Marketings; dazu gehören American Express, Bayer, Beiersdorf (NIVEA), Deutsches Jugendherbergswerk, Dornbracht, easyJet, ERGO, Heineken, Interhome, Jura, L'Oréal Group, Nestlé, Polizei, VARTA uvm. Weitere Informationen: www.sitecore.de