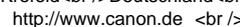




Canon for Business Fachkonferenz Information at Work: Knowledge is beautiful

Canon for Business Fachkonferenz Information at Work: Knowledge is beautiful
Vom Start weg erfolgreich: An der ersten paneuropäischen Canon for Business Fachkonferenz "Information at Work" in Deutschland nahmen über 500 Teilnehmer aus 13 Ländern teil. "Ich bin sehr begeistert, mit welcher hohen Kompetenz und kluger Umsicht Canon es schafft, dass sich Führungskräfte aus unterschiedlichen Branchen und Ländern über das Heute und Morgen im Digital Information Management austauschen können. Kompliment!", kommentierte der CEO eines Data Analytics-Unternehmens die "InfoAtWork" Konferenz, die am 26. November 2014 in Düsseldorf stattfand.
Graham Page, Head of Information Management Business Development, begrüßte im Namen von Canon Europe die über 500 Teilnehmer aus 13 Ländern im Düsseldorfer InterContinental an der K6. Er unterstrich, wie wichtig es sei, sich in Zeiten radikalen Wandels mit den wichtigsten Themen auseinanderzusetzen: Daten - Informationen - Knowledge richtig zu bewerten und für alle Unternehmensbelange wirkungsvoll einzusetzen. Dies sei entscheidend für nachhaltigen Erfolg, Profitabilität, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit.
"Information is beautiful"
Der Designer, Datenjournalist und Bestseller-Autor David McCandless, London, führte das Publikum in den Paradigmenwechsel bei der Datenanalyse ein, der schon stattgefunden hat: "Data Science" habe "Business Intelligence" abgelöst, was McCandless gekonnt mit interaktiven Info-Grafiken anschaulich machte. Für die Teilnehmer war es faszinierend, seinem Digital Data Storytelling zu folgen.
"Das globale Datenvolumen, das in Unternehmen erzeugt wird, wächst jährlich um 56 Prozent", legte Marc Bory, European Director Solutions Managed Services bei Canon Europe, dar. Das bedeutet, dass sich das Datenvolumen alle 18 Monate verdoppelt. Canon positioniere sich als "One Stop Solution"-Anbieter für das Management von Dateneingang, Datenverarbeitung und der Verteilung von datengetriebenen Dokumenten an ihre Adressaten. Hans Kaashoek von Strategy Partners betonte die Bedeutung von "Data Sharing", wobei Mobilgeräte wie Smartphones und Tablets das Gateway zur Sharing Economy seien. "Mobile is the new Desktop", sagte der Analyst und verwies auf fulminante Änderungen im Arbeitsprozess und -alltag. Unternehmen aller Art müssten sich auf diese neuen Social Media und Sharing Kultur einstellen, wenn sie überleben wollten.
Per persönlicher Tablet App Teil des Konferenzgeschehens
Canon hatte allen Konferenzteilnehmern ein Tablet zur Verfügung gestellt und fokussierte Social Media Kommunikationsmaßnahmen flankierend zur Konferenz geboten. Die Teilnehmer konnten per Canon App interaktiv per Voting an den Vorträgen vor allem der Nachmittagsvorträge mitwirken oder auch Kontakt zu anderen Konferenzteilnehmern aufnehmen.
In den Seminaren ging es auf fachlich höchstem Niveau um Themen aus der Praxis für die Praxis. Leitlinie war die Prozessautomatisierung auf allen Ebenen, sprich die Automatisierung aller wichtigen Informationsprozesse. Canon Kunden berichteten über die rasche und völlig problemlose Implementierung von neuen P2P-Lösungen (Purchase to pay), der eine Analyse durch Canon Experten vorausging, um quasi über Nacht eine individuelle und hundertprozentig passende Lösung nutzbar zu machen.
Den dadurch möglichen optimalen Einkaufsprozess und seine Effekte schilderte Michael Bjerre Drohst, CFO der Creativ Company, Dänemark: "Es war fantastisch. Innerhalb von wenigen Tagen lief die Canon Lösung reibungslos, um mit unseren rund 10.000 Lieferanten in ihren Abrechnungen besser zurechtzukommen. Wir konnten uns stark entlasten und uns wieder den eigentlich Aufgaben widmen: strategisch überlegt neue kreative Ideen umsetzen!"
Ähnliches berichtete die Beraterin Erna van Laar, die mithilfe von Canon für das Transportunternehmen Connexion in den Niederlanden für alle Human Resources Aufgaben ein Digital Mailroom-Konzept umsetzte. In nur drei Monaten wurden alle Prozesse optimiert, unter Einhaltung strengster Kriterien für Datensicherheit und zur Zufriedenheit der Mitarbeiter. Gleichzeitig wird durch Einsparungen der Return-on-Invest-Zeitraum erheblich verkürzt.
Innovation und Expertenwissen sind Schlüsselfaktoren
Die Prozessautomatisierung erfordert auch ein Umdenken bei Outsourcing. Ging es bis dato zumeist um Kostenersparnis, verschiebt sich die Aufgabe, erweiterte technologische Expertise und Innovation nutzbar zu machen. RPA (Robotic Process Automation) bedeute, nicht welcher Dienstleister liefert meine Ware aus, sondern wie wird die Lieferung per Drohne möglich.
Dass die Automatisierung im prozessorientierten Dokumentenmanagement keine Science Fiction ist, zeigte Rudolf Wolf von WWK Lebensversicherung. WWK produziert pro Jahr 80 Millionen Seiten, die sowohl gedruckt als auch digital dem Kunden sicher und richtig adressiert zur Verfügung gestellt werden. Und das bei starken saisonalen Schwankungen und bei hohen Anforderungen an Überprüfbarkeit. Diese Aspekte betonte auch Peter Paul Bos von der Niederländischen Post, PostNL. Transaktionsdokumente wie Zahlungserinnerungen und Rechnungen müssen sowohl gedruckt als auch intelligent per Text-Botschaften adressiert und ausgeliefert werden. Inzwischen sogar als Direct Message per Twitter. Bos bestätigte damit die Sichtweise von Canon: "Automatisiertes Dokumentenmanagement bedeutet, den gesamten Informationsprozess im Unternehmen unter Kontrolle zu bringen - alle Dokumente, alle Quellen, alle Adressaten und alle relevanten Transportwege, analog wie digital."
Manuel Sanchez, European Solutions Marketing Professional bei Canon Europe, stellte zum Abschluss die Canon Lösungen für Customer Communications Management vor. Im Zentrum stehen dabei nicht mehr Einzellösungen für den Transaction und/oder Promotional Bereich, sondern die konsistente Kundenerfahrung über alle Medienkanäle hinweg. Jede Form der Datenanalyse darf nie Selbstzweck sein, sondern müsse stets das Wohl und die Zufriedenheit des Kunden in den Fokus stellen. Werde das nicht berücksichtigt, sei der Kunde sofort verloren.
Weitere Informationen finden sich über Twitter unter Hashtag #InfoAtWork oder per Canon Business Hub im Internet <http://www.canon.de/business-bytes>
Irrtümer und Änderungen vorbehalten.
Canon Deutschland GmbH
Europark Fichtenhain A 10
47807 Krefeld
Deutschland
Telefon: 02151 - 345-0
Telefax: 02151/345-102
Mail: canon-presse@wildcard-communications.de
URL: <http://www.canon.de> 

Pressekontakt

Canon

47807 Krefeld

canon.de
canon-presse@wildcard-communications.de

Firmenkontakt

Canon

47807 Krefeld

canon.de
canon-presse@wildcard-communications.de

Die Canon Deutschland GmbH hat sich erfolgreich als IT-Solution-Provider etabliert und bietet ausgereifte Home- und Office-Technologien an. Im Consumer Segment werden Foto, Video, Ferngläser, Drucker, Kopierer, Scanner, Faxgeräte und Projektoren vertrieben. Seit über 30 Jahren ist Canon mit der eigenständigen Tochtergesellschaft in Deutschland präsent, und seit bereits 10 Jahren mit Hauptsitz in Krefeld. Büro- und Informationssysteme der Spitzenklasse haben Canon Deutschland zu einer der ersten Adressen im Bereich der IT- und Kommunikationstechnologie werden lassen. Die Produktpalette mit Foto, Video, Ferngläsern, Druckern, Kopierern, Scannern, Faxgeräten und Projektoren bis hin zu komplexen Anwenderlösungen macht das Unternehmen zu einem Spezialisten sowohl für die verschiedensten Bereiche des IT-Business als auch für Endverbraucher. Im Laufe von drei Jahrzehnten entstand ein flächendeckendes Netzwerk, das Vertrieb, Service und Beratung aus einer Hand garantiert. Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen eines innovativen und kundenorientierten Unternehmens!