



## „Evolutionsprogramme“ für die Telekommunikation

### **Kürzere Time-To-Market Intervalle bei anhaltendem Kosteneinsparungsdruck fordern Telco- und Media-Unternehmen heraus.**

Die Ausdifferenzierung des Angebotes sowie effiziente Geschäftsabwicklungen haben das Time-To-Market in der Telekommunikationsbranche zu einem kritischen Erfolgsfaktor gemacht. Praktisch keine andere Branche muss mit schnellen Innovationszyklen aufwarten, um den Anschluss an einen sich rasch wandelnden Markt mit ständig neuen Trends nicht zu verpassen.

Die Kunden fordern heutzutage optimalen Service, innovative Produkte, maßgeschneiderte Lösungen, schnelle und globale Verfügbarkeiten sowie wettbewerbsfähige Preise. Bei einer sich ständig verkürzenden Time-To-Market sowie dem Druck, weiterhin Kosten einzusparen, müssen Telekommunikationsunternehmen schnell und flexibel reagieren.

Telekommunikationsunternehmen müssen sich einer Vielzahl von Herausforderungen stellen, um ihre Wachstums- und Produktivitätsziele erfolgreich umzusetzen:

Optimierung der Produktlebenszyklen durch eine ganzheitliche Gestaltung produktbezogener Prozesse und einem durchgängigen Management von Produktinformationen

Schaffung eines unternehmensweit akzeptierten Change Managements, um notwendige Prozess- und Organisationsveränderungen effizient und ohne Reibungsverluste umzusetzen

- Optimierung des Vertriebs- und Marketingmanagements u.a. durch Einführung nachhaltiger Methoden zur Erweiterung ihrer Geschäftsfelder oder Entwicklung von Strategien zur Erschließung neuer Kundensegmente und Wertsteigerung in den Bestandskundensegmenten
- Aufbau von durchgängigen und flexiblen CRM-Architekturen mit möglichst einheitlicher und damit effizienter Bearbeitung von Geschäftsfällen im Multi-Channel-Contact-Center
- Optimierung des Vertriebs- und Marketingmanagements durch Einführung nachhaltiger Methoden zur Erweiterung ihrer Geschäftsfelder oder Entwicklung von Strategien zur Erschließung neuer Kundensegmente und Wertsteigerung in den Bestandskundensegmenten

## „Evolutionsprogramme“ für die Telekommunikation

- Aufbau von durchgängigen und flexiblen CRM-Architekturen mit möglichst einheitlicher und damit effizienter Bearbeitung von Geschäftsfällen im Multi-Channel-Contact-Center
- Auf- oder Ausbau tragfähiger Business Intelligence Lösungen, da das Reporting ein entscheidender Faktor bei der Unternehmenssteuerung ist
- Migration von Altsystemen, da sie den Marktanforderungen hinsichtlich Time-To-Market und geringen Kosten nicht mehr Rechnung tragen
- Aufbau moderner Abrechnungssysteme, die mit der dynamischen Produktentwicklung und häufigen Tarifwechseln Schritt halten können

Mit Patentrezepten wie beispielsweise „Viel hilft viel“ können sich die TK-Unternehmen diesen Herausforderungen nicht stellen. Vielmehr muss man dem Anspruch auf Wahrheiten (wo und wie können wir besser werden) gerecht werden und in einem „Evolutionsprogramm“ passgenau Optimierungs- und Veränderungsprojekte beschreiben und umsetzen.

Die Experten von affinis consulting haben sich in über 100 erfolgreichen Projekten dem „Demand for truth“ gestellt. All die gesammelten Erfahrungen sind in Methoden geflossen, die es uns erlauben, Evolutionsprogramme zu entwickeln, zu überprüfen oder auch Teilprogramme zu übernehmen oder zu begleiten.

**Kontaktieren Sie uns**, wenn Sie Fragen zu den Inhalten haben oder weiterführende Informationen benötigen. Auch Anregungen oder Verbesserungsvorschläge nehmen wir immer gerne entgegen. Wir freuen auf Sie.

[www.affinis.de](http://www.affinis.de)

### Ihr Ansprechpartner

Bernd Janke  
affinis consulting GmbH  
Flughafenstraße 52  
22335 Hamburg

Telefon: + 49 40 50 79 86-0  
Telefax: + 49 40 50 79 86-99  
Bernd.Janke@affinis.de  
www.affinis.de

Geschäftsführer: Gerhard Meister  
HRB 82816, AG Hamburg

Umsatzsteuer-Ident.Nr.: DE813389416