

Kosteneffizienz, Qualität und Innovationsfähigkeit

Customer Experience im Sourcing

Die Berücksichtigung von CX im Sourcing-Prozess erlaubt es Organisationen nicht nur ihre Effizienz und Kosteneffektivität zu steigern, sondern auch langfristige, wertschöpfende Kundenbeziehungen aufzubauen.

Durch die Digitalisierung und Globalisierung der gesamten Sparten der Weltwirtschaft zählt die Customer Experience (CX) für viele Unternehmen mittlerweile zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Neben den positiven Kundenerfahrungen wirkt sich eine gute CX-Strategie direkt auf den Unternehmenserfolg aus. Dieser hängt jedoch auch sehr stark vom Einsatz der passenden Ressourcen zum richtigen Zeitpunkt ab. In der heutigen Zeit, in der an vielen Stellen Ressourcenknappheit herrscht, spielt ein exzellentes Sourcing – die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen – eine zentrale Rolle in der Wertschöpfungskette und steht somit ebenfalls in direktem Zusammenhang mit der Erreichung der Unternehmensziele. Daher bringt die Verbindung von CX und Sourcing Unternehmen in der Regel erhebliche Vorteile.

Customer Journey. Wie zufrieden Kunden mit Produkten und Dienstleistungen sind, hängt nicht allein von den sachlichen Inhalten ab, sondern vielmehr davon, wie Unternehmen es verstehen, Kunden auf eine sogenannte Customer Journey mitzunehmen. Die Kunden werden von der ersten Kontaktaufnahme bis zu den After-Sales-Prozessen an die Hand genommen und durchlaufen von Anfrage bis Auftrag meistens mehrere Bereiche eines Unternehmens. Diese sollten den Kunden gegenüber eine einheitliche Customer Experience liefern. Ohne Frage erhöhen effiziente und nutzerfreundliche Prozesse die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden wiederkommen und letztendlich die Produkte und Dienstleistungen weiterempfehlen, was langfristig zu einer engen emotionalen Bindung führt. Nicht zu vergessen sind dabei auch die positiven Auswirkungen auf die Reputation des Unternehmens.

CX im Lieferantenprozess. Es ist daher ratsam, gerade die nachgelagerten Lieferantenprozesse auf die CX-Strategie der Unternehmen auszurichten, da der Einsatz von Fremdresourcen oftmals bereits in einem sehr frühen Anfragestadium bewertet werden muss.

Bisher konzentrierte sich traditionelles Sourcing auf Aspekte wie Preis, Qualität und Lieferzuverlässigkeit. Heute

trägt effizientes Sourcing durch den Einsatz von CX wesentlich zur Kosteneffizienz, Qualität und Innovationsfähigkeit eines Unternehmens bei.

Die Integration von CX in den Sourcing-Prozess kann auf verschiedene Weise erfolgen:

- **Lieferantenbewertung basierend auf CX-Kriterien:** Lieferanten sollten nicht nur nach traditionellen Kriterien wie Preis und Qualität bewertet werden, sondern auch nach ihrer Fähigkeit, eine hervorragende Kundenerfahrung zu unterstützen. Dazu gehört beispielsweise die Flexibilität in der Zusammenarbeit, die Qualität der Kommunikation und die Innovationskraft.
- **Strategische Partnerschaften:** Langfristige, strategische Partnerschaften mit Lieferanten, die ähnliche CX-Werte teilen, können helfen, konsistente und positive Kundenerfahrungen sicherzustellen. Diese Partnerschaften gehen über rein transaktionale Beziehungen hinaus und fokussieren sich auf gemeinsames Wachstum und Innovation.
- **Technologie und Datenanalyse:** Durch den Einsatz von Technologien wie künstlicher Intelligenz (KI) und Big Data ist es möglich, Einblicke in Kundenpräferenzen und -verhalten zu gewinnen. Diese Informationen lassen sich nutzen, um den Sourcing-Prozess zu optimieren und Produkte und Dienstleistungen gezielter auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten.
- **Nachhaltigkeit und Ethik:** Kunden legen zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit und ethische Geschäftspraktiken. Sourcing-Strategien, die diese Aspekte berücksichtigen, können die Kundenerfahrung verbessern und das Markenimage stärken.

Herausforderungen. Bei der Integration von CX in den Sourcing-Prozess sind oftmals auch Herausforderungen zu bewältigen. Zu den größten Hürden zählen:

- **Kulturwandel:** Die Etablierung einer kundenorientierten Denkweise erfordert häufig einen signifikanten Kulturwandel innerhalb des Unternehmens.



- # **Komplexität:** Die Berücksichtigung zusätzlicher CX-Kriterien kann den Sourcing-Prozess komplexer und zeitaufwendiger machen.
- # **Kosten:** Die Implementierung neuer Technologien und Prozesse kann initial hohe Kosten verursachen.

Chancen. Dennoch überwiegen die Chancen. Unternehmen, die CX erfolgreich in ihren Sourcing-Prozess integrieren, profitieren von:

- # **Höherer Kundenbindung und -zufriedenheit:** Eine bessere Kundenerfahrung führt zu höheren Wiederkaufsraten und positiver Mundpropaganda.
- # **Wettbewerbsvorteil:** Die Differenzierung durch exzellente CX stellt im Allgemeinen einen entscheidenden Vorteil gegenüber Wettbewerbern dar.
- # **Innovationsförderung:** Die engere Zusammenarbeit mit strategischen Lieferanten kann Innovationen fördern und neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen.

Fazit. Die Einbindung von Customer-Experience-Kriterien ins Sourcing ist ein vielversprechender Ansatz, um den steigenden Kundenanforderungen gerecht zu werden und nachhaltigen Unternehmenserfolg zu gewährleisten. Durch die Berücksichtigung von CX im Sourcing-Prozess sind Unternehmen in der Lage, nicht nur ihre Effizienz und Kosten-

effektivität zu steigern, sondern auch langfristige, wertschöpfende Kundenbeziehungen aufzubauen. In einer Welt, in der der Kunde im Mittelpunkt steht, wird die Integration von CX in alle Geschäftsbereiche – einschließlich Sourcing – zu einem unverzichtbaren Erfolgsfaktor.

Controlware – Managed Service Provider und IT-Dienstleister – setzt bereits seit längerem auf »Customer Experience im Sourcing«. Unsere CX-Strategie basiert auf den transparenten Geschäftsprozessen zwischen den verschiedenen Unternehmensbereichen. Regionale technische und vertriebliche Einheiten arbeiten eng mit dem Lifecycle- und Renewal-Management sowie den zentralen Teams zusammen. Die Customer Journey kann somit an jeder Stelle im Unternehmen beginnen. Dies ist jedoch nur möglich, weil alle Beteiligten in die Methodik und den Nutzen von CX eingebunden sind. Mittlerweile ist CX eine feste Säule in unserer Unternehmensstrategie und ein Bereich, den wir weiterhin ausbauen werden.



Kruno Ivacic,
Head of Resource Management,
Sourcing & Staffing Services,
Controlware GmbH

www.controlware.de
blog.controlware.de