

Serviceportale als Baustein der Digitalisierung von B2B-Unternehmen

Pforzheim, Dezember 2020 – Ein guter Kundenservice ist für B2B-Unternehmen nicht nur ein wichtiger Differenzierungsfaktor vom Wettbewerb, sondern auch ein wesentlicher Hebel für die langfristige Kundenbindung. Wer im digitalen Zeitalter Kunden ein außergewöhnliches Service-Erlebnis bieten will, muss u.a. auf digitale Lösungen setzen. Ein Baustein hierfür ist ein Serviceportal.

Aber welche Mehrwerte bietet der Einsatz eines Serviceportals und auf was sollte bei der Errichtung eines Kundenserviceportals geachtet werden? Welche Technologien und Prozesse sind wichtig, damit ein Serviceportal am Ende auch neues Umsatzpotential schafft? Im Webinar der itmX GmbH am 15. Dezember werden unter anderem die Antworten zu diesen Fragestellungen gegeben.

Das eigene B2B-Serviceportal als zusätzliche Schnittstelle zu Ihren Kunden

Die Digitalisierung mit ihrer rasanten Entwicklung und vor allem mit den technologischen Errungenschaften, stellt bisherige B2B-Abläufe und sogar ganze Branchen auf den Prüfstand. Doch speziell im Kundenservice können Unternehmen heute dank digitalen Mitteln einzigartige Kundenerlebnisse schaffen, die im Gedächtnis bleiben und sich so nicht nur vom Wettbewerb abheben, sondern gleichzeitig auch mehr Neugeschäft generieren. In der Digitalisierung des Kundenservice liegt also ein beachtliches und heute oftmals noch ungenutztes Potential für Unternehmen.

Ein Baustein der Servicedigitalisierung bildet ein Kundenserviceportal. Kunden erwarten heute auch im B2B-Bereich ein ähnlich intuitives Einkaufserlebnis, wie sie es aus dem B2C-Bereich gewohnt sind. Wird bei den Onlineportalen der üblichen Plattformanbietern, die man privat gerne benutzt, der Fokus auf die Informationsbeschaffung, Produktauswahl und den Kauf gelegt, ist im B2B-Geschäft vor allem auch das, was nach dem Kauf passiert entscheidend für den Erfolg oder Misserfolg der weiteren Geschäftsbeziehung.

Vorrangiges Ziel von Serviceportalen: Kunden aktiv in Prozesse einbeziehen

Kundenzentrierung gilt also auch oder sogar vorrangig für den After-Sales Bereich. Ein Kundenserviceportal kann intelligent eingesetzt:

- Neue Umsatzpotentiale durch Cross- und Upselling Angebote erschließen
- Kunden eine Plattform bieten, auf der sie sich selbst informieren und direkt auch bestellen können – und das 24 Stunden, 7 Tage die Woche
- Die Kosten für den Kundenkontakt durch die angebotenen Self-Service-Tools senken
- Die gesamte Zusammenarbeit mit Kunden revolutionieren und so die Kundenzufriedenheit und -bindung steigern

Vorrangiges Ziel von Serviceportalen ist es, die Kunden aktiv in die Prozesse mit einzubeziehen: Sie können Bestellungen online aufgeben und abrufen, die nächsten Wartungstermine für ihre eingesetzten Maschinen planen, Liefertermine bestätigen, Ersatzteile für das eingesetzte Equipment



direkt aus der jeweiligen Explosionszeichnung bestellen oder einfach nur den Status eines Service-Tickets einsehen und auf die Rechnungshistorie zugreifen.

Das Potential der Serviceportale kann allerdings nur voll ausgeschöpft werden, wenn sämtliche Prozesse miteinander verzahnt sind und auch umliegende Systeme miteinander kommunizieren. Je nach Ausprägung speist sich das Serviceportale aus Daten aus dem ERP, dem CRM, dem Product Information System (PIM), dem CAD oder auch aus dem Marketing Automation System.

Wettbewerbsvorteil durch individualisierte Serviceportale

Wie sich ein Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil durch ein Serviceportal schaffen kann und so gleichzeitig mehr Kundenzufriedenheit, Effizienz und Profitabilität schafft, erörtert die itmX Service Expertin Elfriede Koch im Webinar am 15. Dezember.

Diese Themen werden unter anderem behandelt:

- Warum ein B2B-Kundenportal ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung von Serviceprozessen darstellt
- Wie ein Kundenserviceportal die Kundenzufriedenheit steigern kann
- Welche Technologien und Prozesse für ein B2B-Kundenportal wichtig sind
- Wie man es schafft, alle Fachabteilungen in die Prozesse des Portals mit einzubinden sodass das ganze Unternehmen davon profitiert

Das virtuelle Event richtet sich an Entscheider und Interessierte aus den Bereichen Service, E-Commerce, IT und digitale Geschäftsmodelle im B2B-Umfeld. Zur Anmeldung geht es [hier](#)

Ansprechpartner für die Presse:

Nicole Bräuner
Head of Marketing, itmX GmbH
Tel.: +49 (0) 152 / 229 29299
E-Mail: nicole.braeuner@itmX.de

Über itmX GmbH

Die itmX GmbH bietet mit der **itmX crm suite** eine Omni-Channel-Plattform für eine 360°-Sicht auf alle Marketing, Sales, Commerce und Service Prozesse. Neben der reinen Software-Suite bietet das Unternehmen mit Hauptsitz in Pforzheim eine ganzheitliche Prozessberatung von der Strategieplanung über einen ersten Proof of Concept (PoC) bis hin zu individuellem Design, Implementierung und Betrieb der Software. Die innovativen Lösungen der itmX GmbH begeistern schon heute mehr als 120 Kunden aus den Branchen Maschinen- und Anlagenbau, Projektfertigung, Handel, Hightech und Elektrotechnik.

itmX ist ein Tochterunternehmen der NTT DATA Business Solutions, einem weltweit führenden SAP-Beratungshaus mit über 9.500 Mitarbeitern und Niederlassungen in 25 Ländern. Der Mutterkonzern beider Gesellschaften ist die NTT DATA, einem führenden Anbieter von Business- und IT-Lösungen mit über 123.000 Mitarbeitern weltweit.

