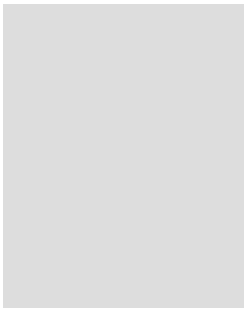




Prozess-Architektur

Dr. Kai A. Simon

Consulting Manager; IMG – The Information Management Group
Research Fellow; Viktoria Institute Sweden

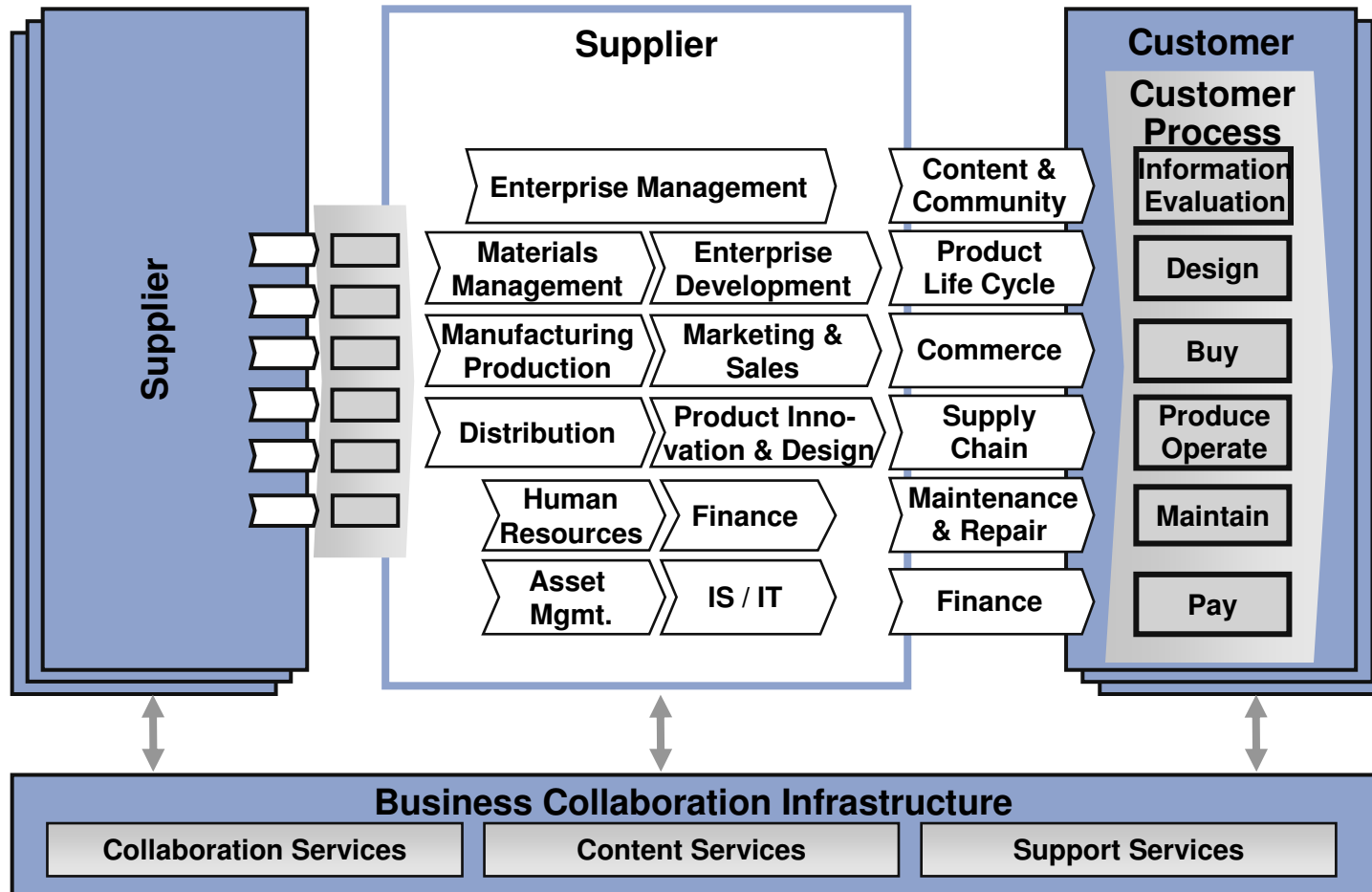


Inhalt

- Was ist eine Service-Architektur?
 - Einführung Portale
 - Relevante Fragestellungen
 - Vorgehensmodell

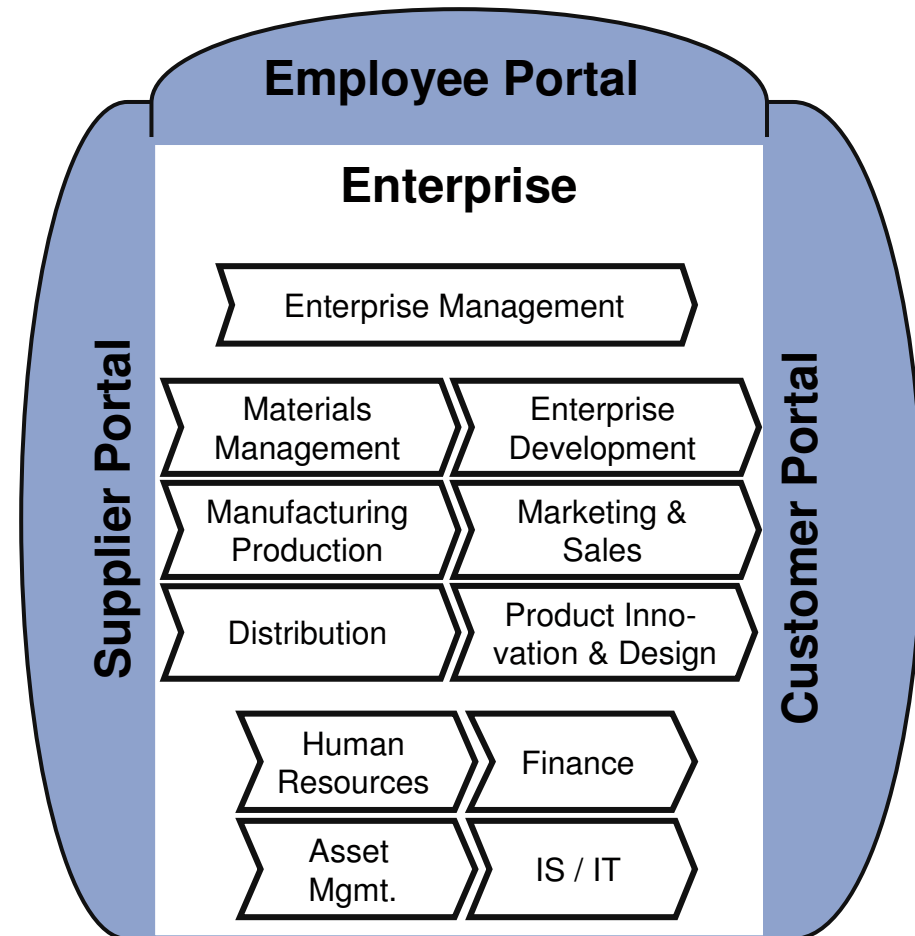
- Fallbeispiele
 - Zumtobel Staff
 - Dragoco (Symrise)
 - Basell
 - Deutsche Post World Net

Ansicht Prozesse - organisationsübergreifend

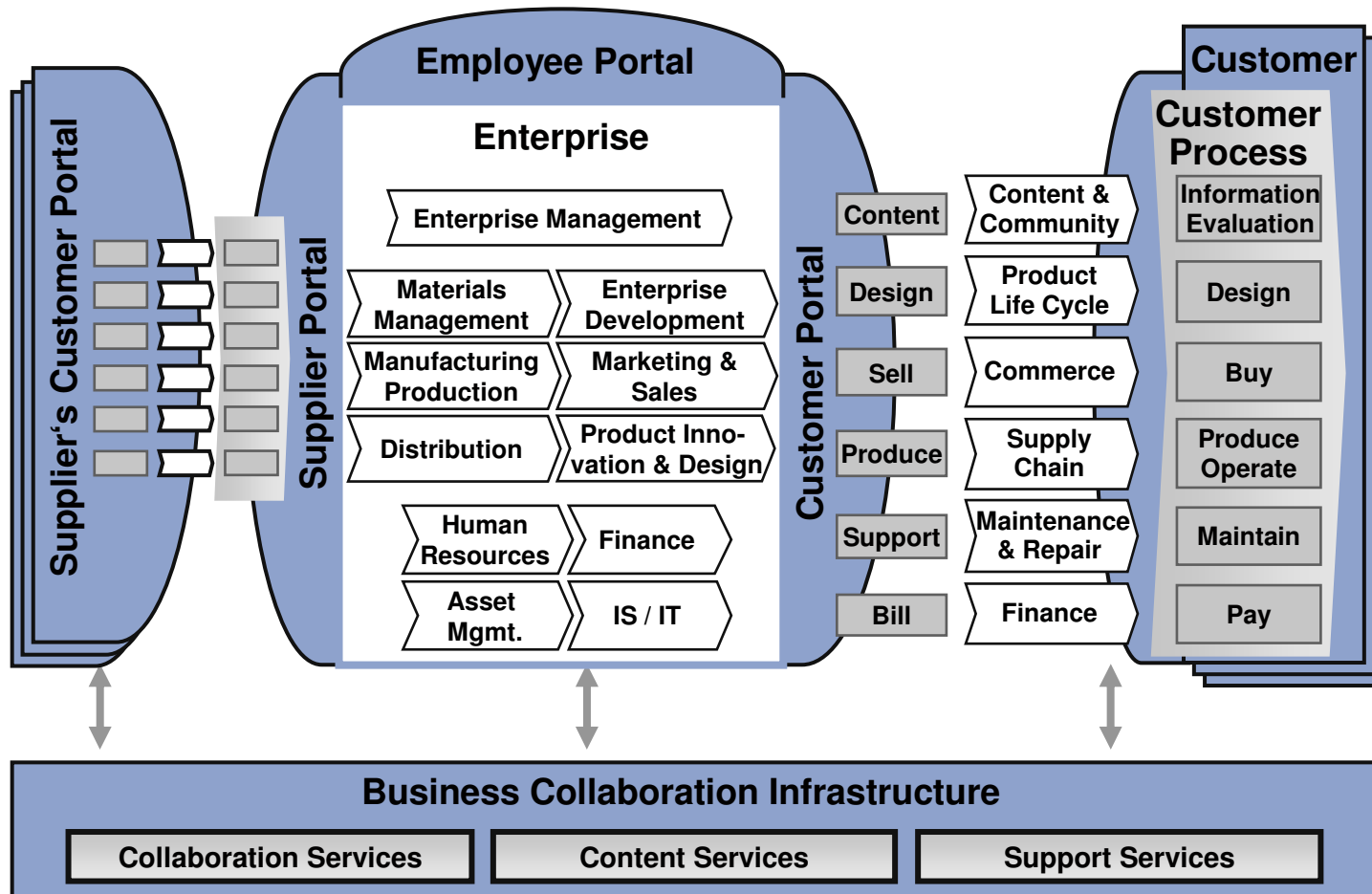


Ansicht Unternehmensprozesse

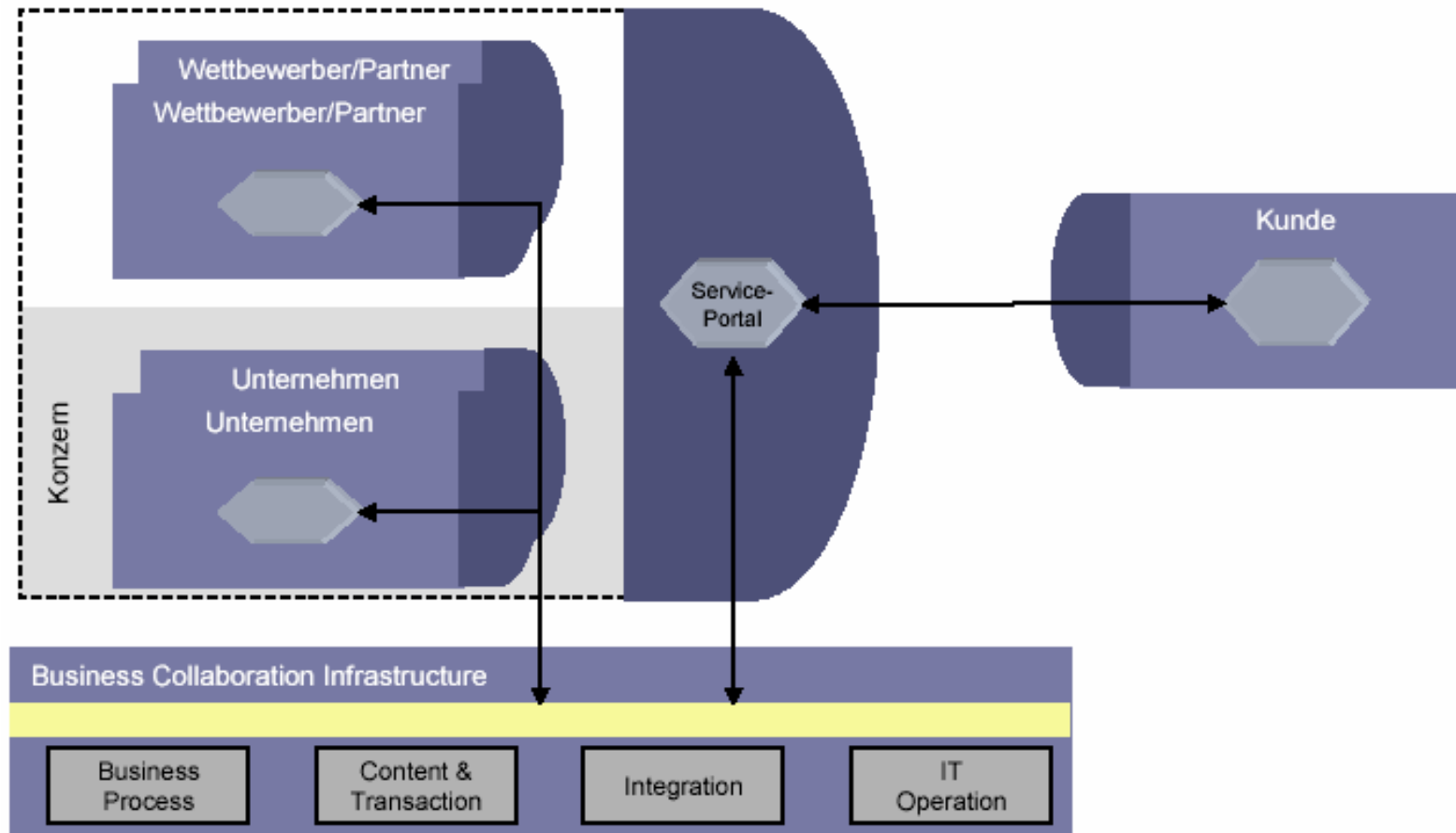
- Jedes Unternehmen hat ein Unternehmens-portal mit 3 Hauptanwendergruppen – Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter.
- Das Portal bietet rollen-, bzw. personen-spezifische Information und Dienste an.



Ausgangspunkt der Betrachtung – Das BMIA



Ein Metaportal – Das Portal der Portale



Inhalt

- Was ist eine Service-Architektur?
 - Einführung Portale
 - Relevante Fragestellungen
 - Vorgehensmodell
- Fallbeispiele
 - Zumtobel Staff
 - Dragoco (Symrise)
 - Basell
 - Deutsche Post World Net

Relevante Fragestellungen - Strategieebene

- Kernkompetenzen und Rollen
 - Worin liegen die Kernkompetenzen der verschiedenen Partner im Service-Netzwerk?
 - Wer erbringt welche Leistung zur Abdeckung des gesamten Kunden-Lebenszyklus?

- Positionierung eines Service-Portals
 - Welche Leistungsflüsse im Geschäftsnetzwerk lassen sich durch ein Service-Portal unterstützen? Welcher Mehrwert entsteht für den Kunden?
 - Wie ist die Positionierung des Service-Portals zu anderen Kanälen? Welche Kunden / Kundensegmente werden über die verschiedenen Kanäle bedient?
 - Welche internen und externen Einheiten sind Leistungserbringer bzw. Portalkunde? Wie funktioniert der Leistungsaustausch?

Relevante Fragestellungen - Prozessebene

- Kundenprozess – Produkt-/Leistungsnutzung
 - Welche Aktivitäten führt der Kunde zur Nutzung des Produktes oder der Leistung durch?
 - Welche Rollen sind auf Kundenseite in diese Prozesse eingebunden?

- Portalleistungen und –rollen
 - Wie kann der Portalkunde in seinem Kundenprozess durch Informationsbereitstellung, Self-Services, Personalisierung / Individualisierung oder pro-aktiven Service unterstützt werden?
 - Welche Portalrollen werden den unterschiedlichen Kundengruppen zugeordnet? Welche Leistungsbündel werden den Portalkunden / Portalrollen zugeordnet?

- Interne Prozesse / Kooperationsprozesse
 - Wie sind die internen Prozesse auszurichten, um mit den Leistungen den Kundenprozess vollständig abzudecken und den Kunden stärker zu binden?
 - Wie müssen die Geschäftsprozesse ausgestaltet sein, damit die Partner im Service-Netzwerk effizient zusammenarbeiten können?

- E-Services
 - Welche Leistungen werden ggf. von einem E-Service-Anbieter bezogen?

Fragestellungen – IT-Ebene

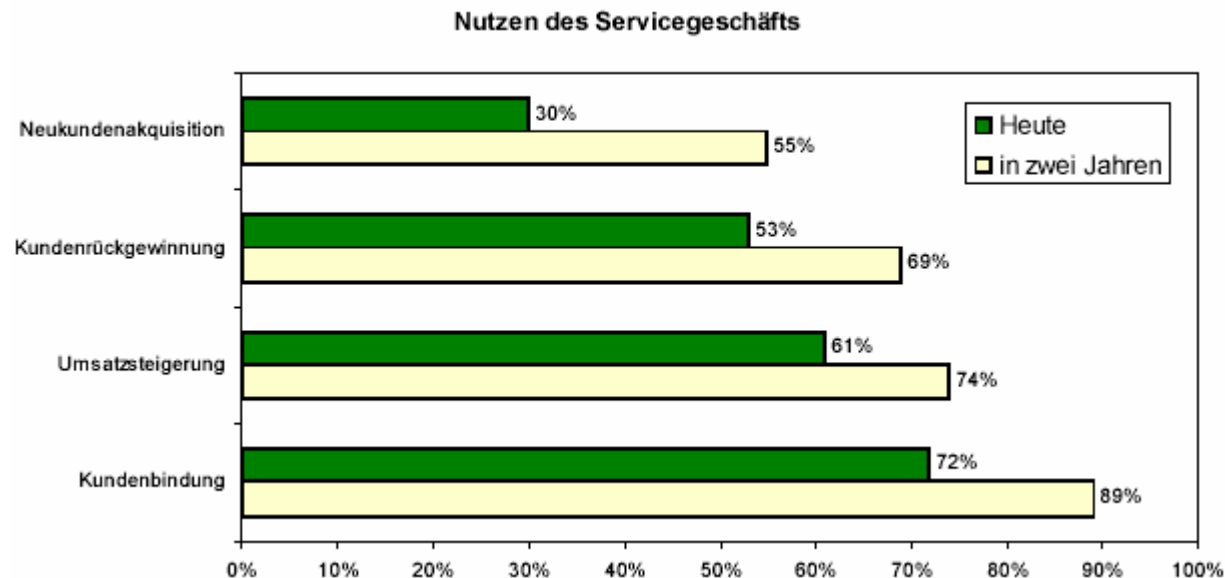
- Welche Applikationen sind zum Aufbau eines Service-(Meta-)Portals und zur Leistungsbereitstellung notwendig?
- Aus welchen Applikationen werden (Echtzeit-)Informationen bzw. Transaktionen benötigt?
- Welche Prozesse werden durch IT-Applikationen unterstützt?
- Welche Aufgaben werden durch Einsatz einer zentralen Plattform (BCI) zentralisiert?
- Wie erfolgt die Stamm- und Transaktionsdatenverwaltung sowie die Informationsverteilung bei Einsatz einer zentralen Plattform (BCI)?

Inhalt

- Was ist eine Service-Architektur?
 - Einführung Portale
 - Relevante Fragestellungen
 - Vorgehensmodell
- Fallbeispiele
 - Zumtobel Staff
 - Dragoco (Symrise)
 - Basell
 - Deutsche Post World Net

Wozu wird eine Prozess-/Servicearchitektur benötigt?

- Zur Konzeptionalisierung und Realisierung der „Collaborative Processes“ gemäss BMIA, z.B. für die Konzeptionierung eines Portals
- Es werden die folgenden Fragen beantwortet
 - Kundensegmente: Welche Kunden/Interessenten sollen bedient werden?
 - Welche Prozesse sind für diese relevant und wie können diese bedient werden?
- Je nach Komplexität sind mehrstufige Ansätze möglich
 - Kunden/Interessenten-Prozesse
 - Prozesse-Services
 - Services-KPIs
- Der Kunde steht mit seinem Kundenprozess im Zentrum der Betrachtung. Alle erbrachten Leistungen richten sich auf den Kundenprozess aus und decken ihn möglichst vollständig ab.



Segmente und Prozesse (1) (Beispiel Deutsche Post World Net)

Kundenprozess
Hauptebene

Kundenprozess
Subebene

Rollen innerhalb der Segment-Kunden, die in den Prozessen agieren.

Kundensegmente gemäss Geschäftsstrategie.

Falls mehrere Geschäftsbereiche existieren, z.B. Deutsche Post, DHL, Postbank.

| Sparte | Segment | Rolle | Versand | Briefversand | Päckchenversand | Paketversand | Musterversand | Dokumentensand | Sendung verfolgen | Import (DHL) | Versand Paletten/Spedition | Zahlungsverkehr | Inland | Ausland | Zahlungsverfahren (Kartenzahlung, Pays |
|----------------------|------------------------------|----------------|---------|--------------|-----------------|--------------|---------------|----------------|-------------------|--------------|----------------------------|-----------------|--------|---------|--|
| Deutsche Post | | | 190 | 31 | 31 | 33 | 26 | 24 | 23 | 10 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | ZKAM-Kunden | | 57 | 9 | 9 | 10 | 8 | 7 | 6 | 5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Poststellen | 20 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Marketing | 9 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Einkauf | 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | R | 0 | R | R | 0 |
| | | Logistik | 14 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Mobil betreute Kunden | | 57 | 9 | 9 | 10 | 8 | 7 | 6 | 5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Poststellen | 20 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Marketing | 9 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Einkauf | 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | R | 0 | R | R | 0 |
| | | Logistik | 14 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Gewerbekunden | | 63 | 10 | 10 | 10 | 10 | 9 | 8 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | GF/Inhaber | 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | R | 3 | 0 | R | R | R |
| | | Leiter | 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | R | 3 | 0 | R | R | R |
| | | Sachbearbeiter | 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | R | 0 | 0 | R | R | R |
| | | Sekretariat | 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | R | 0 | 0 | R | R | R |
| | Privatkunden | | 13 | 3 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Privatkunde | 13 | 3 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | R | R | 0 |

Segmente und Prozesse (2) (Beispiel Deutsche Post World Net)

Konsolidierung auf Spartenebene

Konsolidierung auf Segmentebene

Relevanzbewertung der Prozessschritte für die einzelnen Rollen
 3 – Sehr wichtig
 2 – Wichtig
 1 – Weniger wichtig
 0 – Nicht wichtig
 R – Related

| Sparte | Segment | Rolle | Versand | Briefversand | Päckchenversand | Paketversand | Musterversand | Dokumentensend | Sendung verfolgen | Import (DHL) | Versand Paletten/Spedition | Zahlungsverkehr | Inland | Ausland | Zahlungsverfahren (Kartenzahlung, Pays |
|----------------------|-----------------------|----------------|---------|--------------|-----------------|--------------|---------------|----------------|-------------------|--------------|----------------------------|-----------------|--------|---------|--|
| Deutsche Post | | | 190 | 31 | 31 | 33 | 26 | 24 | 23 | 10 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | ZKAM-Kunden | | 57 | 9 | 9 | 10 | 8 | 7 | 6 | 5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Poststellen | 20 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Marketing | 9 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Einkauf | 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | R | 0 | R | R | 0 |
| | | Logistik | 14 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Mobil betreute Kunden | | 57 | 9 | 9 | 10 | 8 | 7 | 6 | 5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Poststellen | 20 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Marketing | 9 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Einkauf | 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | R | 0 | R | R | 0 |
| | | Logistik | 14 | 0 | 2 | 3 | 1 | 0 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Gewerbekunden | | 63 | 10 | 10 | 10 | 10 | 9 | 8 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | GF/Inhaber | 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | R | 3 | 0 | R | R | R |
| | | Leiter | 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | R | 3 | 0 | R | R | R |
| | | Sachbearbeiter | 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | R | 0 | 0 | R | R | R |
| | | Sekretariat | 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | R | 0 | 0 | R | R | R |
| | Privatkunden | | 13 | 3 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | Privatkunde | 13 | 3 | 3 | 3 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | R | R | 0 |

Prozesse und Services (Beispiel Deutsche Post World Net)

| | | Kundenprozess Hauptebene | | Kundenprozess Subebene | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|--------------------------|--------------|------------------------|--------------|---------------|-------------------|-------------------|--------------|----------------------------|--|
| Sparte - Hauptservice | Sparte - Teilservices | Versand | Briefversand | Päckchenversand | Paketversand | Musterversand | Dokumentenversand | Sendung verfolgen | Import (DHL) | Versand Paletten/Spedition | |
| Sparte - Hauptservice | Teilservice | | | | | | | | | | |
| DHL - Intraship | DHL Intraship Nutzung | | R | 1 u 2 | 1 u 2 | 1 u 2 | 3 | 1 u 2 u 3 | | | |
| DHL - E-Komplett | E-Komplett Nutzung | | | | | | | 1 u 2 u 3 u 2 u 3 | | | |
| DHL - Interactive | DHL-Interactive Nutzung | | | R | | | 3 | 1 u 2 u 3 u 2 u 3 | | | |
| DHL - nextt | nextt Nutzung (T&T) | | | 3 | R | R | 3 | 3 | 2 | | |
| DHL - Packstation | Packstation Finder | | 3 | 3 | | | 3 | 3 | | | |
| | Packstation Geschäftskunden | | 3 | 3 | | | 3 | 3 | | | |
| | Packstation Status | | 3 | 3 | | | 3 | 3 | | | |
| DHL - TAS | DHL TAS Nutzung | | 2 | 2 | 2 | | 3 | | | | |
| DHL - Web-Shipping | DHL Web-Shipping Nutzung | | 1 u 2 u 3 | 1 u 2 u 3 | 1 u 2 u 3 | 1 u 2 u 3 | 3 | 1 u 2 u 3 | | | |
| DHL - Value-added-Services | Value-added-Services Nutzung | | R | R | | | | 1 | 1 u 2 | | |
| Deutsche Post - Adress-Research | Adress-Research Nutzung | | 2 | 3 | 3 | | 1 u 3 | | | | |
| Deutsche Post - Briefzusatzleistungen | BZL Abfrage (Nachnahme, Einschreiben T&T) | | 1 u 3 | | | 3 | 3 | 3 | | | |
| Deutsche Post - Mail CP | Budgetberechnung (inkl. Portokalkulator) | | | | | R | | | | | |
| | Partner | | | | | R | | | | | |
| | Watch | | | | | R | | | | | |

Services und Key Performance Indicators (Beispiel Deutsche Post World Net)

Darstellung der Implementierung (Release 1 oder 2)

Sparte - Hauptservice

Sparte - Teilservices

KPI Hauptbereich

KPIs

| Sparte - Hauptservice | | KPI Hauptbereich | | | KPIs | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------|-----------------------------|--|-------------------------|---------------|------------------------------|---------------------------------|--|--|--|--|--|--------------------------|----------------------------|---------------------------------|-----------------|--------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|--|------------------------------|--|---|
| Sparte - Teilservices | | myDPWN Gesamtportal | Verfügbarkeit der Plattform | Unterhaltsaufwand der integrierten Systeme | Performance des Portals | myDPWN Nutzer | Anzahl der Nutzer von myDPWN | Frequenz der Nutzung von myDPWN | Zeitliche Entwicklung der Nutzung von myDPWN | Nutzungsintensität innerhalb von Zeitintervallen | Nutzergewinnung myDPWN über Zwischenseiten | Nutzergewinnung myDPWN über Customer Self-Services | Neukundengewinnung für Fachanwendungen | Qualität der Kundendaten | Qualität der Kundenprofile | Anteil der registrierten Nutzer | Konversionsrate | Verweildauer | Prä-Konfigurationsqualität | Branchenherkunft der Nutzer | Segmentherkunft der Nutzer | Rollenherkunft der Nutzer | Teilungen der Nutzer (Berechnung auf Basis der Herkunftsinfos) | Serviceverteilung der Nutzer | Unternehmensherkunft der Kunden (nur KAM-Kunden) | |
| Sparte - Hauptservice | Teilservice | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| myDPWN Plattform | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | myDPWN Plattform | | 1 | 2 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | | | | | 2 | | 1 | | | | | | | | |
| | Kundendirectory | | 2 | 2 | 2 | | | | | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| DHL - Intraship | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | DHL Intraship Nutzung | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| DHL - E-Komplett | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | E-Komplett Nutzung | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| DHL - Interactive | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | DHL-Interactive Nutzung | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| DHL - nextt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | nextt Nutzung (T&T) | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| DHL - Packstation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Packstation Finder | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| | Packstation Geschäftskunden | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| | Packstation Status | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| | Preisauskunft | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| DHL - TAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | DHL TAS Nutzung | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |

Erarbeitung der Ergebnisse in Workshops

- Teilnehmer
 - Kunden-/Produkt-Verantwortliche: Product Manager, (Key) Account Manager zur Bestimmung, Abgrenzung und Priorisierung der Segmente und Rollen
 - Prozess-Verantwortliche für die Beschreibung der Prozesse und ihrer Elemente
 - Anmerkung: Diese Personen sitzen u.U. erstmalig in einem gemeinsamen Workshop

- Sequenz
 1. Sparten/Segmente/Rollen
 2. Prozesse/Teilelemente
 3. Befüllen der Matrix
 - Anmerkung: Abhängig von der Grösse der Matrix nimmt dieses Vorgehen mehrere Stunden in Anspruch. Ggf. Aufteilung in mehrere Workshops nach Segment

- Vor-/Nachbereitung
 - Vorgabe der Matrix-Inhalte, soweit möglich. Input über:
 - Strategiedokumente für Segmente. Ableitung der Rollen über Vorabstimmung
 - Prozessbeschreibungen
 - Nachbereitung
 - Kontrolle der Inhalte auf Inkonsistenzen. Aufweisen dieser im Folgemeeting
 - Ableitung von Implementierungspaketen auf Basis der Priorisierung und eines Logik-Checks

Inhalt

- Was ist eine Service-Architektur?
 - Einführung Portale
 - Relevante Fragestellungen
 - Vorgehensmodell

- Fallbeispiele
 - Zumtobel Staff
 - Dragoco (Symrise)
 - Basell
 - Deutsche Post World Net

Scope des Projektes

- Einführung eines Service-Portals für Geschäftskunden
 - Kaufende Kunden, z.B. Agenten, Elektroinstallateure
 - Nicht-kaufende Kunden, z.B. Architekten, Lichtplaner

- Ziele
 - Kundengewinnung und –bindung durch ein innovatives Informations- und Serviceangebot
 - Stärkung der Marke Zumtobel Staff als Premium-Anbieter im Anbietersegment der Premiumhersteller von Leuchten und Beleuchtungssystemen



Microsoft
Excel-Arbeitsblatt

Inhalt

- Was ist eine Service-Architektur?
 - Einführung Portale
 - Relevante Fragestellungen
 - Vorgehensmodell

- Fallbeispiele
 - Zumtobel Staff
 - Dragoco (Symrise)
 - Basell
 - Deutsche Post World Net

Scope des Projektes

- Analyse und Redesign des CRM-Prozesses mit Fokus auf den Bereich Product-Sampling
 - Globale Ausrichtung des Prozesses
 - Market and Customer Intelligence
 - Collaborative Project Management
 - Sales Target Optimization

- Ziele
 - Effektivere und effizientere Abwicklung des Prozesses über Regionen und Units
 - Verknüpfung der einzelnen Aktivitäten zu einem Gesamtprozess, basierend auf den Prozessen der Kunden



Microsoft
Excel-Arbeitsblatt

Inhalt

- Was ist eine Service-Architektur?
 - Einführung Portale
 - Relevante Fragestellungen
 - Vorgehensmodell

- Fallbeispiele
 - Zumtobel Staff
 - Dragoco (Symrise)
 - Basell
 - Deutsche Post World Net

Scope des Projektes

- Analyse und Redesign des Produkt-Innovationsprozesses
 - Unterstützung der verschiedenen Ausprägungen des Prozesses per Business Unit und Projekttyp
 - Auswahl eines Projekt- und Portfolio-Management Tools
 - Einführung einer Pilot-Implementierung

- Ziele
 - Effizientere Abwicklung von F&E-Projekten auf Basis einer gemeinsamen Plattform
 - Einführung eines Projektportfolio-Prozesses zur effizienteren Ausnutzung der F&E-Ressourcen im Unternehmen



Microsoft
Excel-Arbeitsblatt

Inhalt

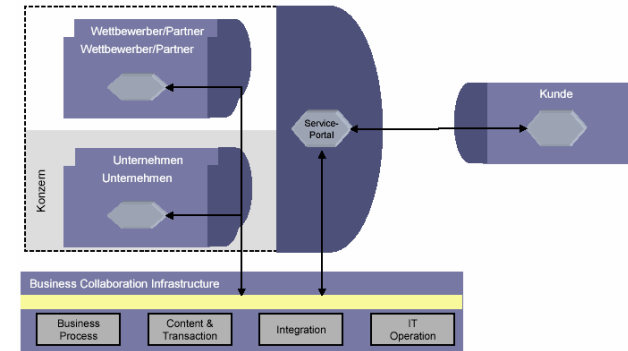
- Was ist eine Service-Architektur?
 - Einführung Portale
 - Relevante Fragestellungen
 - Vorgehensmodell

- Fallbeispiele
 - Zumtobel Staff
 - Dragoco (Symrise)
 - Basell
 - Deutsche Post World Net

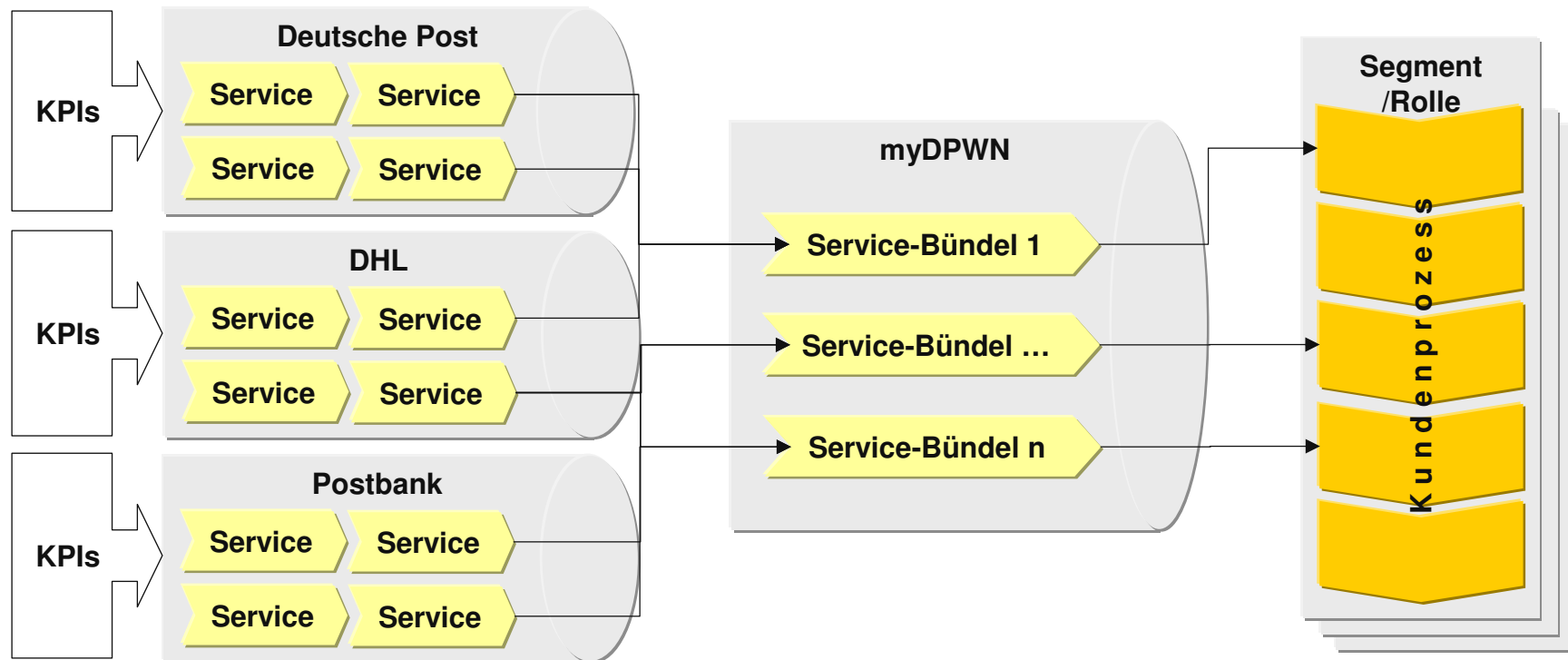
Scope des Projektes

- Das Projekt myDPWN ist ein Teil der Konzerninitiative STAR
- Einführung eines Service-Portals für Geschäfts- und Privatkunden
 - Cross-divisionale Angebote
 - Einbindung bestehender Angebote und Entwicklung neuer Services
 - (Spartenübergreifende) Kombination von Services, basierend auf Kundenprozessen über Service-Desktops (Leistungsbündel), z.B. für eBay-Nutzer
- Ziele
 - Kostenreduktion durch Customer Self-Services
 - Cross- und Up-Selling

Konzept der Service-Architektur bei der Deutsche Post World Net



Bottom-Up
Die Servicearchitektur entwickelt sich aus der Zusammenführung von Prozessen und Services
Top-Down



Bei DPWN wurde ein 3-stufiges Vorgehensmodell verwendet

- Schritt 1: Segmente und Kundenprozesse
 - Verifizierung der Kundensegmente
 - Identifizierung der Rollen in den Kundenorganisationen
 - Identifizierung der Kundenprozesse (Ebene 1 & 2)
 - Optional: Priorisierung

- Schritt 2: Kundenprozesse und Services
 - Matching von Services und Kundenprozessen
 - Optional: Priorisierung

- Schritt 3: Services und KPIs
 - Matching von KPIs auf Services



Microsoft
Excel-Arbeitsblatt



Vielen Dank!

Fragen und Diskussion ...

