

# ■ Der Kunde ist König, seine Daten auch?



Diverse Studien belegen immer wieder, wie unzufrieden zahlreiche Unternehmen mit der Qualität ihrer Kundendaten sind. Die Gründe sind vielfältig und reichen vom Personalmangel bis hin zu heterogenen Systemlandschaften, die redundante Datenpflege erforderlich machen. Darunter leidet langfristig vor allem der Unternehmenserfolg: Tagtäglich stehen Organisationen in Kontakt mit ihren Kunden. Sie kommunizieren per Telefon, E-Mail und auf digitalen Kanälen. Omnichannel also. Dabei generieren sie wertvolle Insights, die sie als Umsatzturbo nutzen könnten. Doch wer dieses Wissen nicht konsequent sammelt, auswertet und produktiv ausschöpft, der wird schon bald von der Konkurrenz überrannt. Digital vernetzte Prozesse und eine lückenlose Customer Journey helfen, aus jedem Kundenkontakt ein Kundenerlebnis zu machen und so nachhaltigen Eindruck beim Käufer zu hinterlassen, um ihn langfristig zu binden. 40 Prozent der Unternehmen erhöhen mit einer solchen Strategie ihre Umsatzzahlen deutlich. Worauf es dabei ankommt und wie man am besten vorgeht, ist Thema im aktuellen Titelschwerpunkt von „wissensmanagement – Das Magazin für Digitalisierung, Vernetzung & Collaboration“. Mehr dazu lesen Sie ab Seite 16.

Doch das Thema Kundendaten rückt noch aus einem ganz anderen Grund in den Fokus der Aufmerksamkeit. Seit Inkrafttreten der EU-Datenschutzgrundverordnung, kurz DSGVO, dürfen Kundendaten auch ganz offiziell nicht mehr im Nirwana der Unternehmens-IT verschwinden – sondern müssen transparent und nachvollziehbar gespeichert werden. Die Schonfrist bei Verstößen ist dabei längst verstrichen, EU-weit gab es bereits hohe Strafen. Wie es dazu kam und wie Sie Zuwiderhandlungen erfolgreich vorbeugen können, erklärt die Rechtsexpertin Kathrin Schürmann ab Seite 22. Gleich im Anschluss liegt der Fokus auf Compliance, denn auch hier gilt: Entsprechende Vorschriften müssen im Zuge des digitalen Wandels permanent angepasst werden – sowohl in Bezug auf die Kunden als auch auf die eigenen Mitarbeiter und externen Stakeholder.

Ihr Oliver Lehnert

**P.S. Kundendaten sind auch Thema bei den 15. Stuttgarter Wissensmanagement-Tagen am 12. & 13. November. Außerdem berichten Unternehmen hier von ihren Erfahrungen bei Automatisierung und Digitalisierung. Auch der Smart Workplace, gängige IT-Lösungen und betriebliches Lernen stehen im Fokus. Alle Infos & das Programm finden Sie unter**



[www.wima-tage.de](http://www.wima-tage.de)