



## Kundenzentrierung im Aftersales – Konsequenter Wechsel von der Produkt- zur Kundenzentrierung

Kunde erlebt heute den  
Aftersales von gestern

**Megatrends wie Urbanisierung, Konnektivität und Individualisierung weisen den Weg in die digitale Zukunft.**

- Die Gestaltung eines positiven Kundenerlebnisses im Aftersales wird fortwährend von neu geschaffenen und schnelllebigen Erwartungen aus anderen Branchen beeinflusst.
- Die starren Prozesse der Vergangenheit sind kaum noch gefragt.
- Der ehemalige Produktfokus ist im Bezug auf das Kundenerlebnis veraltet.

Aftersales muss sich  
konsequent und  
nachhaltig ändern

**Das Kundenerlebnis, auch „Customer Journey“ genannt, muss auf die Nutzung von Mobilitätslösungen ausgerichtet werden.**

- Das Kundenerlebnis muss **variabel** und **zuverlässig** gestaltet sein:
  - Berücksichtigung sowohl von On- als auch Offlinekanälen
  - Wiederholbarkeit von erfolgreichen Erlebnissen (bzw. Erlebnisketten)
  - Hohe Fehlertoleranz an den Touch-Points für ein flüssiges Kundenerlebnis
- Das Kundenerlebnis muss **persönlich** und **individuell** sein:
  - Historisch konsistent
  - Markenspezifisch
  - Regionalisiert und lokalisiert (sprachlich und kulturell)
- Das Kundenerlebnis muss **transparent** sein:
  - Für den Kunden und für alle beteiligten Partner verständlich
  - Intuitiv und nachvollziehbar
  - Im kundenindividuellen Eco-System vernetzt

Den künftigen Automotive  
Aftersales neu denken

**Es gilt die „Vision Aftersales“ und das Erlebnis des Kunden in Einklang zu bringen.**

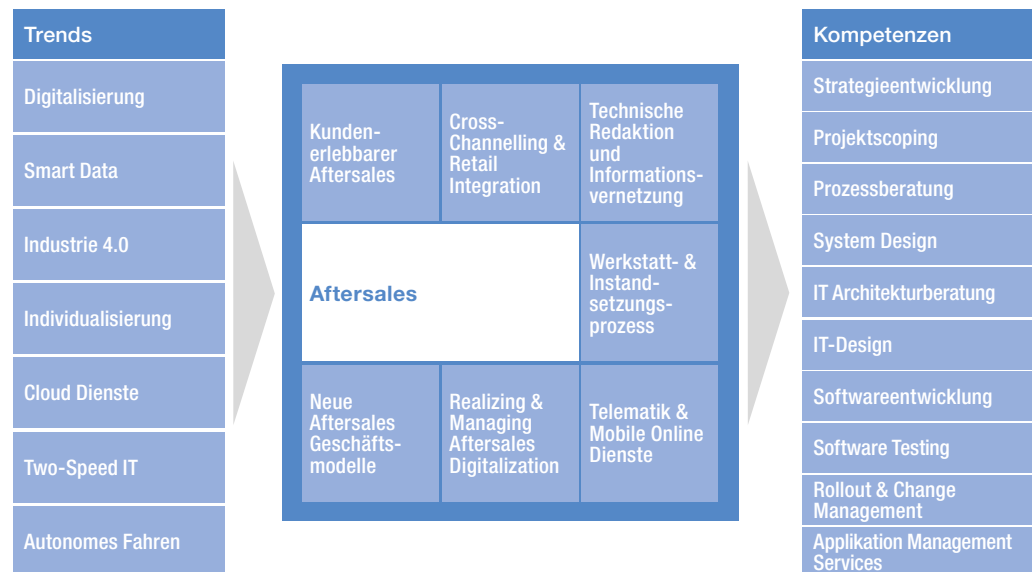
- Herausarbeiten der relevanten Schlüsselerlebnisse als integraler Teil des modernen Eco-Systems des Kunden.
- Erarbeitung von kundenzentrierten Zukunftsszenarien.
- Abstraktion der Szenarien zu fachlichen Funktionsbündeln als Grundlage für die Gestaltung zukunftsgerichteter Kundenerlebnisse (unter Berücksichtigung von Prozessen, Systemen, Organisationen und Partnerschnittstellen).
- Erarbeitung von Veränderungsmaßnahmen zur Erreichung des Aftersales Zielbilds.



Die Digitalisierung fordert eine Neuausrichtung im Aftersales:

Als Beratungs- und Umsetzungspartner der Automobil- und Fertigungsindustrie unterstützen wir Sie in den wesentlichen Bereichen des Aftersales Geschäfts. Durch unsere langjährige Expertise in Aftersales Spezialthemen, sind wir ein kompetenter Partner mit End-to-End Lösungen – von der Idee, über die Konzeption bis hin zur nachhaltigen Einführung in Ihrer Organisation. Mit unserem Aftersales Portfolio begleiten wir Sie bei der Realisierung von neuen und innovativen Geschäftsmodellen und Technologien, um die Potentiale der aktuellen und zukünftigen Trends im Aftersales erfolgreich zu nutzen. Dabei spielt vor allem die Digitalisierung, neue Technologien wie Cloud, Two-Speed IT und zukünftig autonomes Fahren eine entscheidende Rolle für die Zukunftsfähigkeit einer kundennahen, qualitativen und profitablen individuellen Betreuung des Endkunden während der Produktnutzung. Wir machen Sie besonders!

Das gesamte NTT DATA  
Aftersales Portfolio  
im Überblick



Kontaktinformationen:  
Aftersales  
+49 (0) 89 9936 0  
Aftersales@nttdata.com  
de.nttdata.com

### Über NTT DATA

NTT DATA ist ein führender Anbieter von Business- und IT-Lösungen und globaler Innovationspartner seiner Kunden. Der japanische Konzern mit Hauptsitz in Tokio ist in über 50 Ländern weltweit vertreten.

Der Schwerpunkt liegt auf langfristigen Kundenbeziehungen: Dazu kombiniert NTT DATA globale Präsenz mit lokaler Marktkenntnis und bietet erstklassige, professionelle Dienstleistungen von der Beratung und Systementwicklung bis hin zum Outsourcing.

Weitere Informationen finden Sie auf [de.nttdata.com](http://de.nttdata.com)