

# **(RC)<sup>2</sup>**

## **Vorbereitung, Konfiguration und Implementierung**

Ihr Leitfaden zur schnellen Kommunikation in Krisenzeiten

## Einleitung

**Liebe Leserin, lieber Leser,**

**zunächst eine Vorbemerkung, zu diesem Dokument. Dieser Leitfaden ist für Sie bestimmt, wenn Sie...**

- mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern schnell, effizient und zielgerichtet kommunizieren möchten.
- in Krisen wie der Covid-19-Pandemie gleichzeitig auch mit eingeschränkten Ressourcen arbeiten müssen.
- täglich aktuelle, krisen-relevante Informationen zu Produkten oder Dienstleistungen zur Verfügung stellen müssen.
- eine einfache FAQ-Seite und andere Einbahnstraßen-Kommunikation für Sie keine Option ist.
- keine Zeit und wenig Budget für ein langwieriges Projekt inkl. Planungsphase haben.
- bereits Salesforce nutzen oder die Nutzung von Salesforce-Produkten in Erwägung ziehen.

Sollten Sie diese Fragen mehrheitlich mit ‘Ja’ beantworten können, sollten Sie unbedingt weiterlesen.

Übersicht & Inhalt	2
Executive Summary	3
Ausgangssituation & Herleitung	4
Vorgehensweise & Methodik	7
Funktionen & Vorteile	15
Zusammenfassung und Empfehlung	18

### EXECUTIVE SUMMARY

**Kommunikation in Krisenzeiten:  
Schnell, effizient und dennoch  
zielgerichtet und aktiv. Diesen und  
weiteren Herausforderungen  
begegnen aktuell zahlreiche  
Unternehmen. Unser Leitfaden zeigt  
einen möglichen Lösungsweg auf.**

### Problemstellung

Produzierende Unternehmen kämpfen in diesen Zeiten mit Lieferengpässen, Dienstleister mit unsicheren und stetig wechselnden Rahmenbedingungen durch Hygienevorschriften, Grenzschließungen und andere äußere Faktoren. Darüber hinaus fordern die eigenen Mitarbeiter erhöhte Aufmerksamkeit. Ängste und Unsicherheiten müssen gemanagt werden, gesetzliche Vorschriften und staatliche Empfehlungen umgesetzt werden. Weitere Faktoren, die eine kontinuierliche, zeitnahe und dennoch ressourcenschonende Kommunikation auf Unternehmensseite erfordern.

### Zielsetzung

Mit diesem Leitfaden soll ein möglicher Lösungsweg zu oben beschriebenen Herausforderungen aufgezeigt werden. Dieser beruht auf der Annahme, dass Unternehmen in Krisenzeiten noch mehr als sonst einen intensiven, zeitnahen und relevanten Dialog zu internen und externen Stakeholdern anstreben, gleichzeitig jedoch eine optimierte und effiziente Ressourcennutzung benötigen. Es wird

ferner davon ausgegangen, dass diese beiden Ziele über die Einführung einer technischen Lösung erreicht werden sollen und dies in kürzester Zeit und mit stark begrenzten finanziellen Mitteln.

Da die hier aufgezeigte technische Lösung auf Salesforce Community Cloud und Service Cloud beruht, wird unterstellt, dass entweder bereits Salesforce im Unternehmen verwendet wird oder dies zumindest für die nahe Zukunft eine Option sein kann.

### Vorgehensweise

Der erste Abschnitt behandelt die Ausgangslage und die damit verbundenen Herausforderungen für Unternehmen ausführlicher.

Den anschließenden Hauptteil bildet der Leitfaden zur empfohlenen Vorgehensweise, angefangen von einem Explorations-Workshop zur Ist-Analyse über die Implementierungsstrategie im agilen Modus bis zum Konzept der Mitarbeiterschulung.

Abschließend wird die vorgeschlagene Lösung inkl. aller relevanter Funktionalitäten und Vorteile näher erläutert.

### AUSGANGSSITUATION & HERLEITUNG

**Die COVID/19-Pandemie hat gezeigt, wie wichtig es gerade in Krisenzeiten ist, Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner zeitnah und mit geringem Aufwand zu informieren.**

In Krisen ändert sich die Informationslage sehr schnell, häufig mehrfach täglich. Entsprechend hoch ist der Bedarf an aktuellen Informationen auf Seiten der Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter und anderer Interessengruppen.

#### Engpässe in Lieferketten

Produzierende Unternehmen waren insbesondere in der Frühphase dieser Pandemie einem erhöhten Risiko von Lieferengpässen oder Verzögerungen ausgesetzt. Grund hierfür war unter anderem die hohe Abhängigkeit von komplexen Lieferketten rund um den Erdball. Informationen zur aktuellen Warenverfügbarkeit oder voraussichtlichen Lieferterminen waren essentiell für andere Unternehmen, die hiervon abhängig waren oder auch unter Umständen für Endverbraucher.

Die Herausforderung für Unternehmen bestand jedoch nicht alleine in der Zurverfügungstellung der Information an sich. Vielmehr bestand das Problem häufig darin, den Status tagesaktuell zu halten und in möglichst einfacher, effizienter und zielgerichteter Form bereitzustellen.



#### Zielgerichtete Kommunikation

Aus diesem Grund bieten sich einfache FAQ-Seiten oder andere Lösungen zur einfachen Informationsbereitstellung hier nur bedingt an. Es gilt, unterschiedliche Stakeholder zur richtigen Zeit mit den für sie relevanten Informationen zu bedienen. Der Abnehmer einer bestimmten Warengruppe oder sogar eines bestimmten Artikels, der verzweifelt auf der Suche nach einem verbindlichen Lieferdatum für den von ihm benötigten Artikel sucht, hat kein Interesse daran, hierfür unzählige, generische Seiten zu durchsuchen. Zielgruppenspezifische Informationsbereitstellung ist hier der Schlüssel. Im Idealfall sind alle angebotenen Daten an ein bestimmtes Nutzerprofil gekoppelt, so dass der gesamte für den jeweiligen Nutzer zur Verfügung stehende Inhalt bereits für ihn personalisiert ist.

#### Limitierte Ressourcen in der Krise

Dabei spielen auch die zur Verfügung stehenden Ressourcen eine wichtige Rolle. Viele Unternehmen können in Krisensituationen nur auf sehr begrenzt auf Mitarbeiter zugreifen, bedingt durch Kurzarbeit und andere Faktoren.

## **(RC)<sup>2</sup> Vorbereitung, Konfiguration und Implementierung**

Dies erschwert die zeitnahe Kommunikation mit Kunden zusätzlich, insbesondere dann, wenn der Anspruch besteht, nach Zielgruppen zu differenzieren. Der mit der täglichen Pflege einer FAQ-Seite verbundene Aufwand kann schnell ins Uferlose ausarten, wenn dort nach Themen, Produkten und Interessensgruppen differenziert werden soll.

### **Auswirkungen auf Servicebereich**

Auch nicht-produzierende Unternehmen und Branchen waren und sind betroffen. Äußere Faktoren wie zum Beispiel Hygieneverordnungen, Empfehlungen zu Homeoffice-Regelungen, Grenzschließungen, Quarantäne-Regeln und vieles mehr, führen zu täglich neuen Rahmenbedingungen für Unternehmen im Dienstleistungsbereich.

Auch hier besteht die Herausforderung darin, zeitnah, zielgerichtet und mit überschaubarem Aufwand zu informieren. So waren beispielsweise Unternehmen der Touristik der zentrale Ansprechpartner für hunderttausende von Reisenden, die durch Nachrichten von Grenzschließungen und abgesagten Flügen stark verunsichert waren.

Dies hatte selbstverständlich einen enormen Anstieg des Anfragevolumens im Servicebereich zur Folge. Sowohl telefonische, als auch elektronische Anfragen explodierten über Nacht förmlich und das in einer Zeit, in der diese Unternehmen aufgrund der wirtschaftlichen Situation bereits Kurzarbeit angemeldet oder ihre Kapazitäten anderweitig heruntergefahren hatten.

Die Folge: Dramatischer Rückgang des

Servicelevels, überforderte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, verärgerte Kunden aufgrund langer Wartezeiten auf Antworten.

### **Aktiver Dialog ein Muss**

Eine Krise wie die Covid-19 Pandemie bringt nicht nur Unsicherheit bezüglich Lieferketten und die Auswirkungen staatlicher Verordnungen und Erlässe mit sich. Auch die eigenen Mitarbeiter sind in diesen Zeiten Ängsten und Sorgen ausgesetzt. Dies zu moderieren und dem entgegenzuwirken, ist in Krisenzeiten eine der zentralen Aufgaben von Führungskräften auf allen Ebenen.

Auch und insbesondere das Top-Management ist hier gefragt. Es sollte Vertrauen auf Seiten der Belegschaft schaffen. Dies kann ausschließlich durch aktive Kommunikation gelingen. Doch auch hier kann schnell ein Nadelöhr entstehen, da der CEO selbstverständlich nicht gleichermaßen persönlich mit einigen hundert oder gar tausend Mitarbeitern kommunizieren kann.

Daneben ist die Gesunderhaltung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wichtiger denn je. Auch hier sind Unternehmen und deren Führungskräfte gefordert, stetig aktuelle Empfehlungen auszusprechen und klare Richtlinien zu kommunizieren.

Zuletzt ist auch eine Rückkehr zur Normalität und der damit verbundene Prozess ein nicht zu unterschätzender Vorgang, der von Führungskräften aktiv begleitet und moderiert werden muss.

Doch wie können all diese kommunikativen Herausforderungen unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden Ressourcen ge-

meistert werden?

### Toolgestützte Kommunikation

Die Antwort lautet: Durch eine stark optimierte, toolgestützte Kommunikation.

Eine technische Lösung, wie das Rapid Crisis Response Center von Fluido-Infosys, kann helfen, diese Herausforderungen zu bewältigen und gleichzeitig Ressourcen effizient einzusetzen.

Die nächsten Seiten sollen Ihnen helfen, zu verstehen, wie genau Ihnen (RC)<sup>2</sup> bei der aktiven und zielgerichteten Kommunikation mit Kunden, Lieferanten, Partnern und Mitarbeitern gleichermaßen helfen kann.

Ferner soll ein konkreter Leitfaden zur

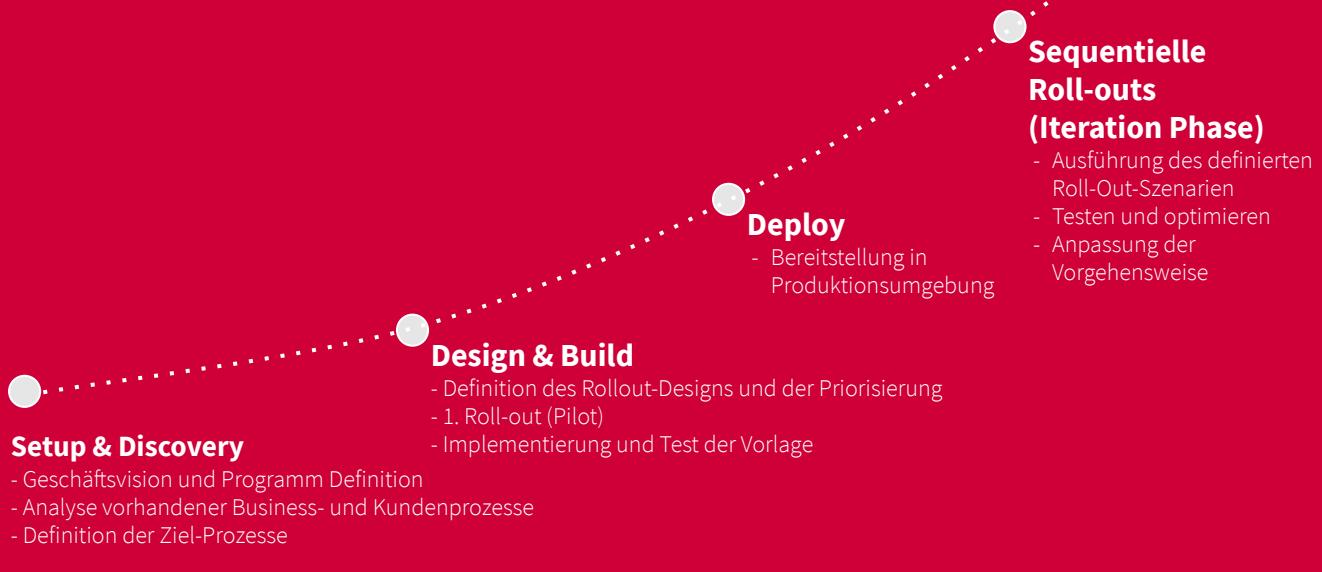


Entscheidungsfindung bezüglich der zu nutzenden Funktionalitäten und Module von (RC)<sup>2</sup> geboten werden.

Abschließend werden wir einen tieferen Einblick in den von Fluido-Infosys empfohlenen Prozess zur Implementierung, gepaart mit einigen Best-Practice-Ansätzen hierzu bieten.

Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



### Der MVP-Ansatz

Basierend auf unserer Erfahrung aus über 1000 Salesforce-Projekten, empfehlen wir im ersten Schritt einen MVP-Ansatz. MVP steht für "Minimum Viable Product". Das bedeutet, es werden in einer ersten Phase nur das absolut notwendige Minimum an Bausteinen, bzw. Funktionalitäten umgesetzt wird.

Ziel ist es, möglichst schnell und mit geringem Aufwand eine verwendbare Lösung bereitzustellen. So erhält der Kunde ein optimales Verhältnis von Invest zu Mehrwert. Die Anwendung ist praktisch bereits während der Umsetzungsphase nutzbar und trägt so bereits früh zur Wertschöpfung bei.

Ausbaustufen sind selbstverständlich jederzeit möglich.

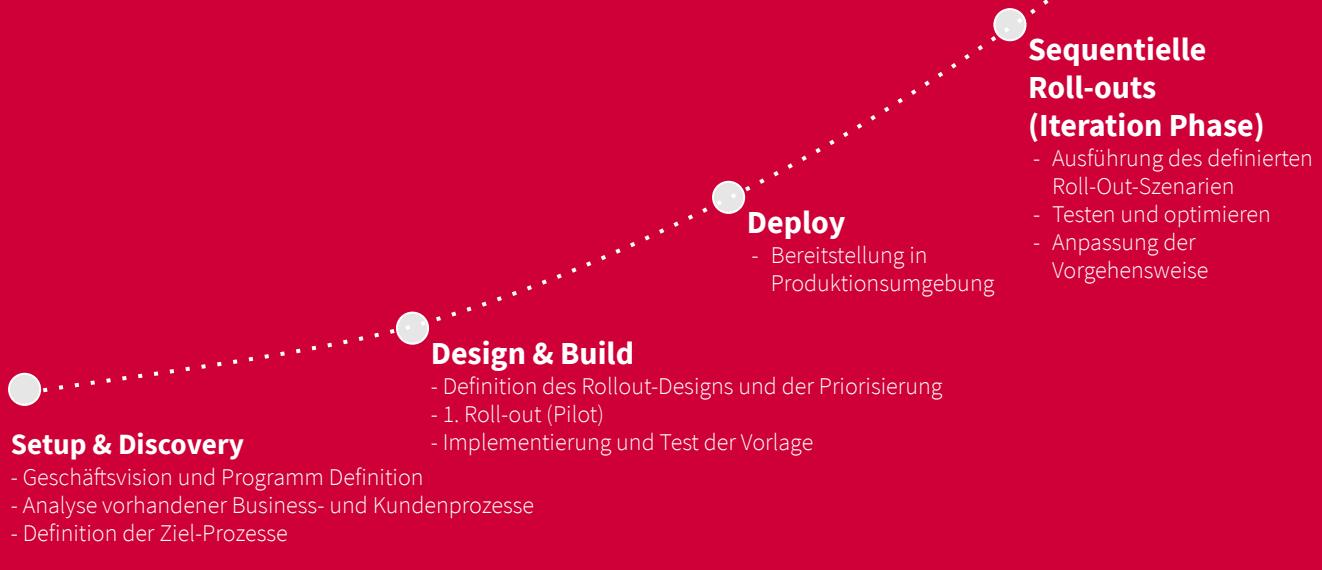
Ein weiterer Vorteil des MVP-Ansatzes besteht darin, dass die Erkenntnisse aus dieser Phase sofort in nachfolgenden, iterativen Phasen berücksichtigt werden können. Hierzu zählen sowohl Erkenntnisse hinsichtlich der Anwendung selbst, als auch zur bislang verwendeten Methodik und den Prozessen auf Seiten der Anwender.

### Agile Methodik

Das Arbeiten im agilen Modus unterstützt die oben beschriebene Vorgehensweise optimal, da hier in Iterationen neue Funktionalitäten zur Verfügung gestellt werden können. Ferner kann bereits

Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



während einer laufenden Umsetzungsphase, in der agilen Methodik auch Sprint genannt, parallel an der Ausarbeitung weiterer Funktionalitäten gearbeitet werden.

### Explorations-Workshop

Vor der ersten Umsetzungsphase ist ein sogenannter Explorations-Workshop empfehlenswert. Das bedeutet, dass gemeinsam mit dem Kunden zunächst die vorhandenen Rahmenbedingungen analysiert werden. Hierzu gehören die vollständige Formulierung der vorhandenen Geschäftsziele, die Definition aller relevanter Key Performance Indicators (KPI), die aktuellen Herausforderungen bei der Zielerreichung, die Erfassung relevanter

Geschäftsprozesse, Definition von Anwenderrollen als Grundlage für spätere Nutzerprofile und deren Rollen und Rechte sowie ein vollständiger Systemüberblick zur Identifikation benötigter Schnittstellen.

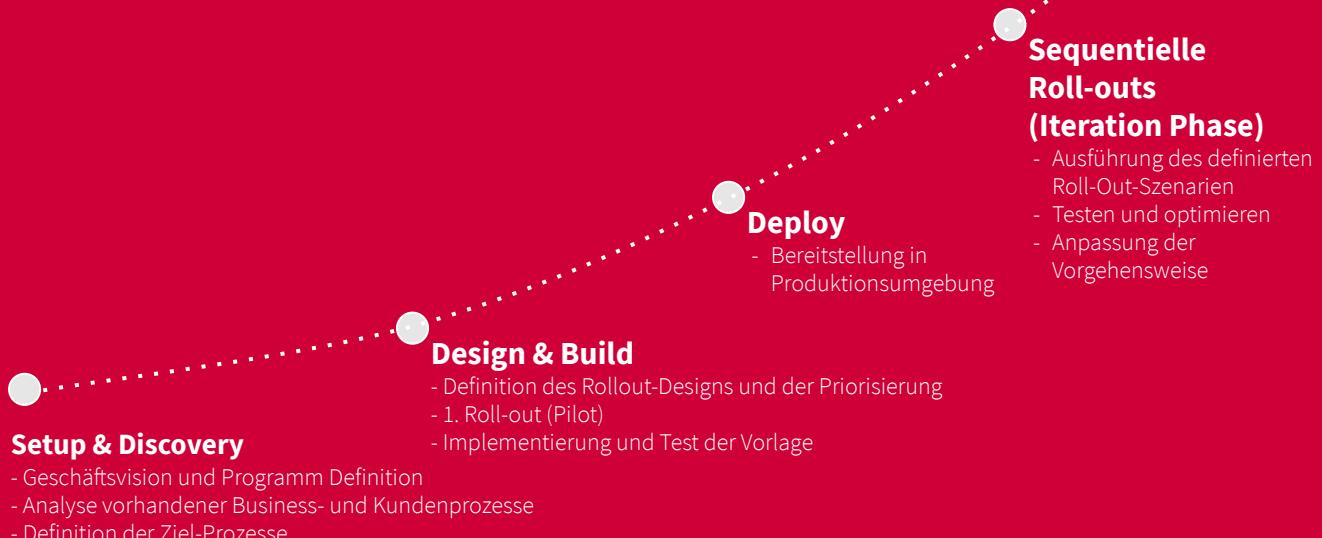
Daneben ist oft auch eine Analyse vorhandener Daten sinnvoll, insbesondere dann, wenn diese in ein neu einzuführendes System migriert werden sollen.

### Ziele und Kennzahlen als Grundlage

Der erste Schritt ist wie so oft entscheidend für den späteren Erfolg: Die Definition klarer und messbarer Ziele. So soll gewährleistet werden, dass der Erfolg der Investition später anhand eindeutig definierter Kennzahlen erkennbar sein soll. Dies schafft nicht nur Akzeptanz bei Nutzern und Key-

— Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



Stakeholdern, es hilft auch bei der späteren Entscheidung zu den nächsten Schritten und möglicherweise weiteren Investitionen.

### Key Performance Indicators

Ein Schlüssel im wahrsten Sinne des Wortes hierzu sind Key Performance Indicators (KPI). Sie definieren die wesentlichen Kennzahlen, die durch die Einführung der neuen Lösung beeinflusst werden sollen.

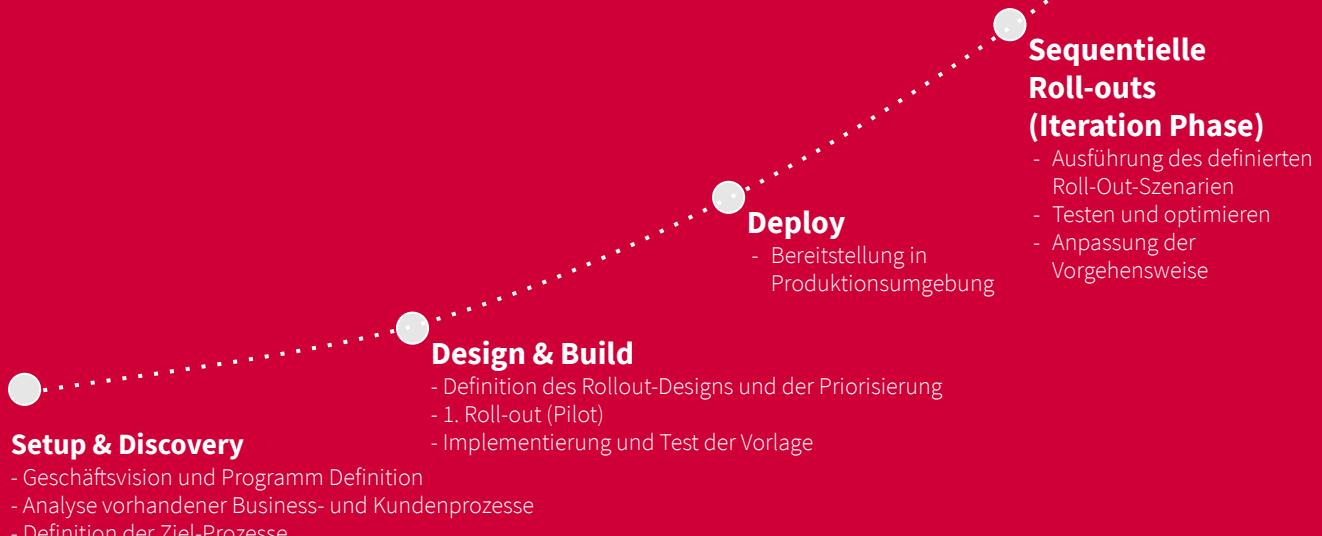
So kann im Falle der Einführung von **(RC)<sup>2</sup>** beispielsweise das Service-Level innerhalb der eigenen Service-Teams eine Kenngröße sein, die gesteigert werden soll.

Weitere KPIs, die mit Hilfe von **(RC)<sup>2</sup>** positiv beeinflusst werden können, sind das Verhältnis bearbeiteter zu eingegangenen Kundenanfragen (Lösungsrate), die durchschnittliche Reaktionszeit, die durchschnittliche Antwortzeit, die durchschnittliche Zeit bis zur Problemlösung und natürlich die Kundenzufriedenheit.

Für jede definierte Kennzahl sollte vorab der Nullpunkt gemessen werden, also der Wert vor Einführung der Lösung. Auf dieser Basis kann später der tatsächliche Effekt der Lösungsimplementierung hergeleitet werden. Außerdem sollten Zielwerte definiert werden, also die geplante Steigerung der jeweiligen Werte.

Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



### Geschäftsprozesse definieren

Die technische Lösung sollte grundsätzlich die vorhandenen Prozesse sinnvoll unterstützen und ergänzen, nicht umgekehrt. Daher ist es sinnvoll, die aktuellen Prozesse vollständig zu erfassen, um auf dieser Grundlage die Anforderungen an die einzuführende Lösung abzuleiten. Selbstverständlich kann es dabei auch vorkommen, dass Lücken oder Schwächen in den bestehenden Abläufen identifiziert werden. Ein weiterer Vorteil dieser Vorgehensweise also.

Eine mögliche Methode zur Erfassung und Visualisierung von Prozessen ist das Flow-Chart. Diese Vorgehensweise bietet

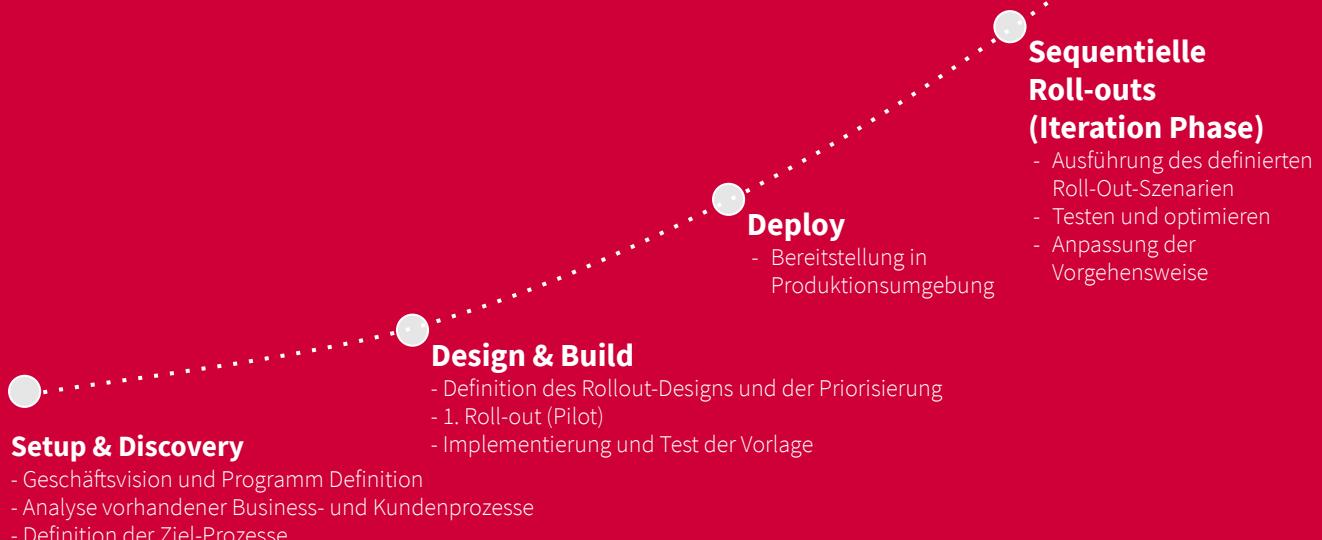
zwei besondere Vorteile: Zum einen unterstützt sie die visuelle Wahrnehmung von Abläufen, zum anderen kann sie erste Indikatoren vorhandener und benötigter Rollen liefern.

### Benutzerprofile

Die Rollen innerhalb eines Geschäftsprozesses sind unter anderem entscheidend für die Definition von Benutzerprofilen innerhalb der neuen Lösung. Diese wiederum bilden den Grundstein für das sogenannte Rollen- und Rechtekonzept, welches unter anderem auch bei Salesforce-basierten Anwendungen von großer Bedeutung ist. Es regelt, vereinfacht ausgedrückt, welcher Benutzer welche Funktionen nutzen kann und auf welche Daten dieser Zugriff hat.

— Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



Der Datenzugriff kann hierbei sehr feingranular bis auf Feldebene heruntergebrochen werden. Das heißt, es kann definiert werden, wer genau welche Felder, bzw. deren enthaltene Daten sehen, bearbeiten oder gar löschen kann.

Auch basieren viele Prozesse auf Rollen und Rechten. So können beispielsweise Freigabe- oder Eskalationsprozesse sich an einer rollenbasierten Hierarchie orientieren.

Dies sind nur einige von vielen Gründen, wieso die vollständige Erfassung von Geschäftsprozessen ein elementarer Schritt bei der Einführung einer Lösung wie **(RC)<sup>2</sup>** sein sollte.

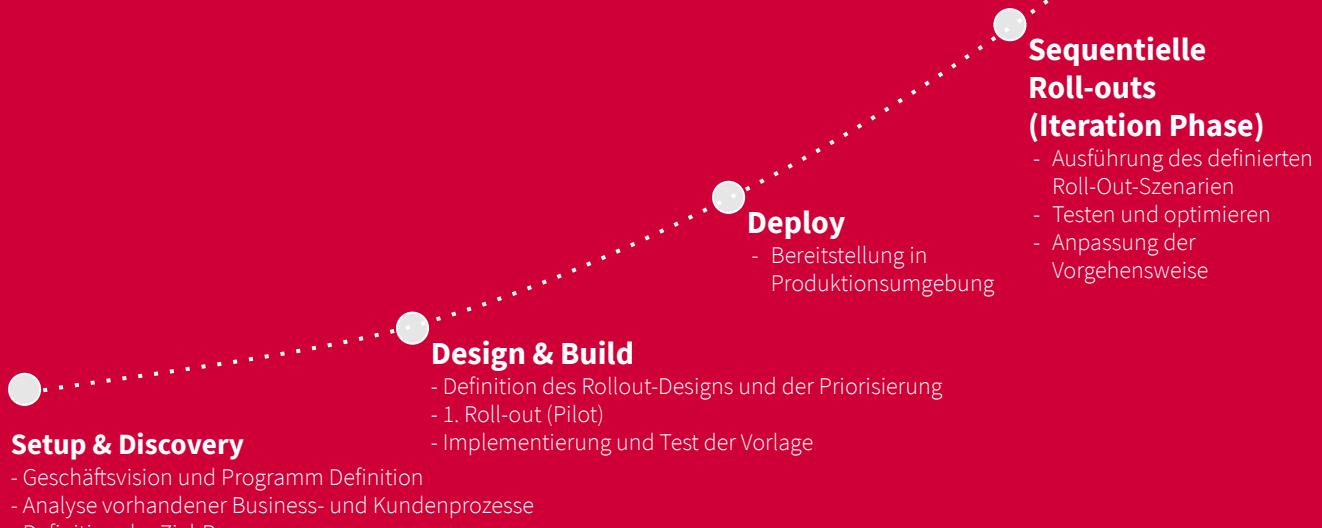
### Anforderungsmanagement

Nicht zuletzt basieren auch die Anforderungen an die Lösung auf den gezeichneten Prozessen. Sobald diese vorhanden sind, können daraus konkrete Anforderungen an die Lösung formuliert werden.

Im agilen Modus geschieht dies normalerweise in Form von sogenannten User Stories. Eine User Story beschreibt in einfachen Worten, was der Anwender erreichen möchte. Der Aufbau ist für gewöhnlich: "Ich als (Rollenbezeichnung) möchte (Beschreibung der Funktion), um (gewünschtes Ergebnis / Motivation) zu erreichen". Der letztere Teil (Motivation) kann dem umsetzenden Projektteam helfen,

Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



den Hintergrund der Anforderung besser zu verstehen und ggf. Best-Practice-Empfehlungen hierzu abzugeben.

Bevor User Stories in den erwähnten Sprints umgesetzt werden, werden unter anderem Akzeptanzkriterien definiert. Diese bestimmen, unter welchen Bedingungen die Anforderung als erfolgreich umgesetzt zu werten ist.

So haben bereits vor der Umsetzung alle Beteiligten ein klares Verständnis davon, was genau das Resultat der Arbeit sein soll.

### Vorkonfigurierte Lösung

Bei (RC)<sup>2</sup> handelt es sich um eine bereits

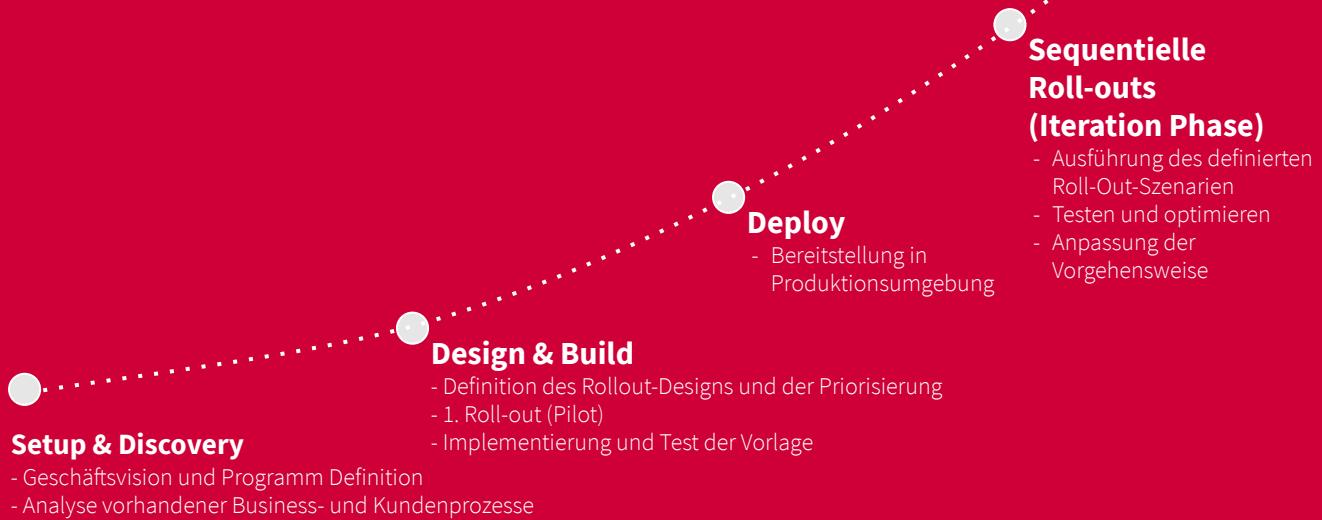
vorkonfigurierte Lösung. Das bedeutet, zu zahlreichen Anwendungsfällen, die man auch als User Stories bezeichnen könnte, wurden bereits entsprechende Funktionalitäten entwickelt. Diese stehen also praktisch ohne lange Vorbereitungs- oder Umsetzungszeit zur Verfügung, sobald die entsprechende Anforderung im Workshop definiert wurde.

### Modulares Konzept

Die bereits umgesetzten Anwendungsfälle wurden in Module zusammengefasst, um eine noch schnellere Bereitstellung zu ermöglichen. Das bedeutet nicht nur Zeitsparnis, sondern auch eine größtmögliche Relation von Kosten zu Nutzen.

— Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



Der empfohlene zweitägige Workshop dient also primär der gemeinsamen Identifikation der benötigten Module und Funktionalitäten. Daneben wird die Konfiguration des oder der Module festgelegt. Die Lösung kann in vielerlei Hinsicht an den Kunden angepasst werden.

### Individuell ohne Entwicklung

Wie alle auf Salesforce basierenden Anwendungen, so bietet auch **(RC)<sup>2</sup>** die Möglichkeit, nahezu alle individuellen Anpassungen ohne Zuhilfenahme von Entwickler-Ressourcen durchzuführen. Dazu gehören unter anderem die Anpassung von Seitenlayouts, die Ergänzung oder Änderung von Feldbezeichnungen, die Anpassung von

Genehmigungs- oder Eskalationsprozessen und vieles mehr.

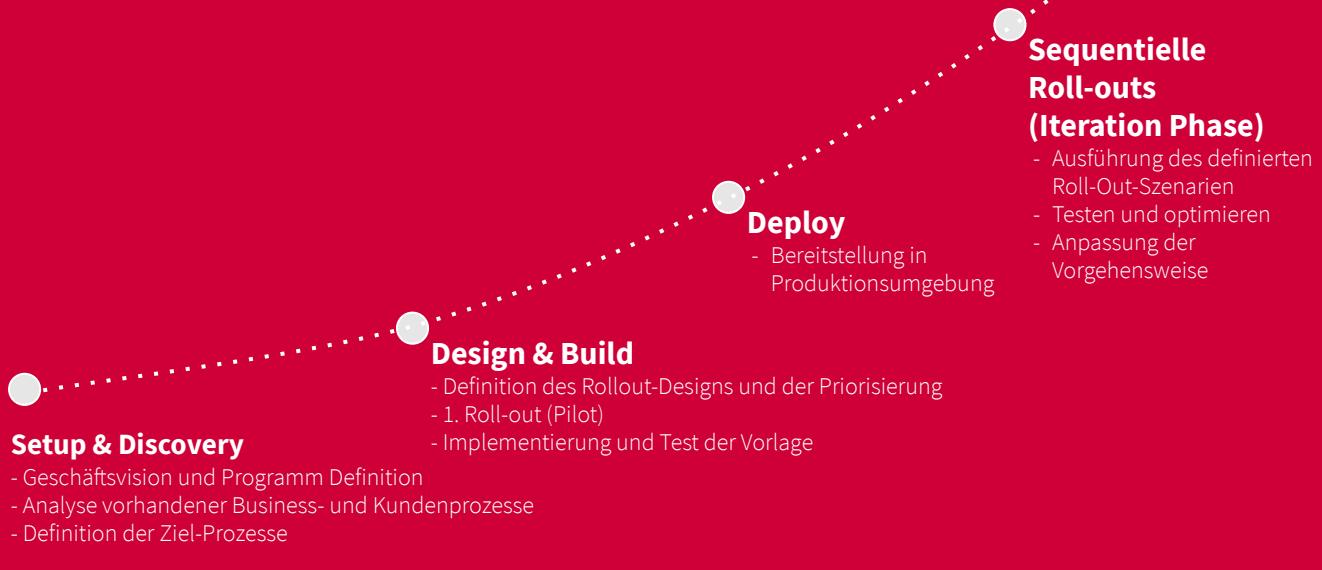
### Geschultes Personal

Um die Akzeptanz der neuen Lösung durch die Mitarbeiter zu gewährleisten und selbstverständlich auch, um die Umsetzung der angedachten Prozesse sicherzustellen, ist eine gründliche Schulung der Anwender unabdingbar. Zwar **(RC)<sup>2</sup>** wie alle Salesforce-basierten Anwendungen sehr intuitiv, dennoch sollte auf Schulungen auf keine Fall verzichtet werden.

Ein Train-the-Trainer-Konzept hat sich dabei bewährt. Ausgewählte Schlüssel-Anwender werden, basierend auf ihren Rollen, als Anwender oder auch als Administratoren ausgebildet. Diese fungieren dann als

Empfehlung zur Vorgehensweise

## Die Fluido-Infosys Methode



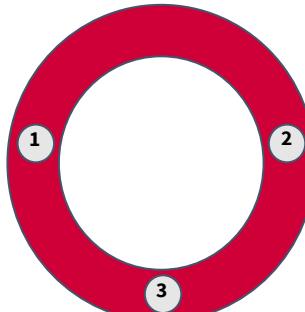
Multiplikatoren innerhalb der Organisation.

Über ein Service-Level-Agreement kann Support durch Fluido-Infosys auch nach Abschluss der Implementierung sichergestellt werden.

Im nachfolgenden Abschnitt erhalten Sie einen Überblick über die zur Verfügung stehenden Funktionalitäten von (RC)<sup>2</sup> sowie die daraus resultierenden Vorteile.

### 1. COMMUNITY

Der Ankerpunkt für Ihre Stakeholder



### 2. SERVICE CLOUD

Bieten Sie Lösungen und Leistungen

### 3. STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Konstruktive und partnerschaftliche Zusammenarbeit, Kontakte knüpfen und pflegen

## (RC)<sup>2</sup> von Fluido-Infosys: Ihre Vorteile

- (RC)<sup>2</sup> ist eine **vorkonfigurierte Lösung** auf Basis von **Salesforce Service Cloud und Community Cloud**, gepaart mit Fluido-Services
- (RC)<sup>2</sup> ermöglicht die **zeitnahe und zielgerichtete Kommunikation** mit Kunden, Geschäftspartnern, Lieferanten, Dienstleistern und Mitarbeitern - in Krisenzeiten und darüber hinaus
- (RC)<sup>2</sup> unterstützt vorhandenen Prozesse durch ein **rollenbasiertes Rechtekonzept** und garantiert so **Prozess- und Datensicherheit**
- (RC)<sup>2</sup> beschleunigt **Service-Prozesse** und trägt so nachhaltig zur **Kundenzufriedenheit** bei
- (RC)<sup>2</sup> erleichtert den **Dialog zum Kunden** sowie zu anderen Stakeholdern und trägt so zur **effizienten Ressourcenallokation** bei
- (RC)<sup>2</sup> strukturiert die Bereitstellung von Informationen und gestaltet das **Kundenerlebnis deutlich komfortabler**
- (RC)<sup>2</sup> steht **ohne zeit- und kostenintensives Projekt** zur Verfügung

## **Übersicht Funktionen (RC)<sup>2</sup> Basismodul**

- **Automatisiertes Case-Management für schnelle und effiziente Zuordnung von Anfragen**
- **Anfrageformulare: komfortable, schlagwort gestützte Themensuche**
- **Personalisierte Kommunikation: gezielte und relevante Informationen zum aktuellen Status von Produkten und Leistungen**
- **Informationsbereich: exklusiv für Ihre registrierten Kunden**
- **FAQ-Seite: für einfachen Zugang zu wesentlichen Informationen**

**(RC)<sup>2</sup>** Salesforce-Servicekonsole: Fallbasierte Verwaltung Nachverfolgung, Bearbeitung und Eskalation von Kundenanfragen.

**(RC)<sup>2</sup>** Webformulare: Direkter Kontakt zum Servicebereich über das Einreichen von Fällen.

**(RC)<sup>2</sup>** Case-Management: Automatisierte Zuordnung von Fällen über automatisierte Prozesse

**(RC)<sup>2</sup>** Konfigurierbare Community: Angepasst an Branding inkl. Farbschema, Logo, Schriftarten, u.v.m.

**(RC)<sup>2</sup>** FAQ-Funktion: Einstellen von themen- und schlagwort-basierten Artikeln, beispielsweise zu krisenbedingten Einschränkungen, Produktverfügbarkeit, u.v.m.

**(RC)<sup>2</sup>** ist schnell verfügbar für Ihren Dialog zu Geschäftspartnern: Implementierung innerhalb von fünf Tagen möglich.

**(RC)<sup>2</sup>** weitere Funktionen:

- Fallmanagement
- Wissensmanagement
- Besucherregistrierung  
(registrierte Besucher sind mit einem bestimmten Konto in Salesforce verknüpft)
- Besucher zur Kontakt-Authentifizierung
- Blacklisting für nicht autorisierte Unternehmen

## Anwendungsbeispiele (RC)<sup>2</sup> Basismodul

### Tagesaktueller Produkt-Status

Informationen zu Liefer- oder Produktionsengpässen können basierend auf dem jeweiligen Nutzerprofil zielgerichtet bereitgestellt werden. Der Nutzer erhält Zugang zu für ihn relevanten Informationen hinsichtlich Produktgruppen oder Produkten. Hierzu zählen beispielsweise der aktuelle Lieferstatus oder Warenverfügbarkeit.

### Updates und Dialog zur Verfügbarkeit von Services

Auswirkungen lokaler Vorschriften auf bestimmte Services, wie z.B. Reisebeschränkungen durch Grenzschließungen oder Kontaktbeschränkungen können ebenfalls zielgerichtet kommuniziert werden. Über die Service-Konsole in Verbindung mit dem integrierten Case-Management, ist der effiziente und strukturierte Dialog zum Kunden und somit die Bearbeitung individueller Fälle möglich.

### Krisen-bezogene Informationen für Mitarbeiter

Aktive und aktuelle Kommunikation mit Mitarbeitern, beispielsweise zur Umsetzung staatlicher Richtlinien, betrieblichen Hygiene-Maßnahmen zur Gesunderhaltung der Belegschaft, Zugangsregelungen zum Betriebsgelände oder Büro und vieles mehr.



#### Automatisiertes Case-Management

Schnelle und effiziente Zuordnung von Anfragen



#### Anfrage-Formulare

Komfortable schlagwort-gestützte Themensuche



#### Personalisierte Kommunikation

Gezielte und relevante Informationen zu aktuellen Leistungen



#### Informations-Bereich

Exklusiv für Ihre registrierten Kunden

## Zusammenfassung

So gelingt die Einführung Ihrer neuen Lösung. Mit Fluido-Infosys profitieren Sie von einem Partner, der Ihnen alles aus einer Hand liefert:

- Wir erarbeiten gemeinsam Ihre Produkt-Vision
- Wir analysieren die Erfolgsfaktoren Ihres Geschäftsmodells
- Wir identifizieren Problemfelder und Optimierungsansätze
- Wir bereiten die Grundlagen für Ihren Change-Prozess vor
- Ihre Daten sind Grundlage aller Entscheidungen
- Wir beziehen die gesamte Organisation in den Change-Prozess mit ein
- Wir gewährleisten den notwendigen Wissenstransfer in Ihrem Unternehmen
- Basierend darauf, führen wir die optimale technische Umsetzung für Sie durch

## Einer der führenden Salesforce - Partner in Europa

Wir helfen Ihnen dabei, Ihre Ziele zu erreichen und mithilfe der Salesforce-Technologie herausragende Kundenerlebnisse zu schaffen. Im Zentrum unserer Expertise steht ein tiefes Verständnis der Salesforce-Lösungen und der Geschäftsmodelle unserer Kunden. Unabhängig davon, ob Sie sich auf Vertrieb, Marketing oder Kundenbetreuung konzentrieren, können wir Ihre Daten, Prozesse und Technologien kombinieren, um den Kundennutzen und Ihren Erfolg zu maximieren.

Wir sind ein führender Salesforce Platinum - Partner in Europa und ein autorisierter Trailhead Academy Schulungsanbieter. Zusätzlich zu den offiziellen Salesforce-Kursen, bieten wir maßgeschneiderte Schulungskurse an, um die Benutzerakzeptanz und das Potenzial Ihrer Salesforce-Investition zu optimieren.

Unterstützt von Infosys, einem der weltweit führenden IT-Beratungsunternehmen, sind wir in der Lage, weltweit zu operieren und das Infosys-Engagement für Innovation und kontinuierliches Lernen zu nutzen. Zusammen mit anderen digitalen Studios von Infosys, verändern wir die Art und Weise, wie Unternehmen und Kunden digitale Dienste nutzen.

**Helsinki   Stockholm   Göteborg   Kopenhagen   Oslo   München   London**

## Sprechen Sie uns an - unser Team freut sich auf Sie...

Wir besprechen gerne Ihre individuelle Situation und beraten zu möglichen weiteren Schritten - selbstverständlich unverbindlich und kostenlos.

<https://www.fluidogroup.com/de/rapid-crisis-response-center/>