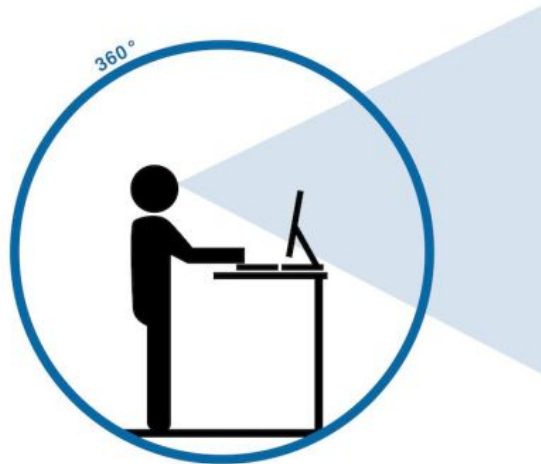


Pegasystems: Die 360-Grad-Sicht ist tot

17.07.2017, 16:47 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Pegasystems*



Nicht der 360-Grad-Rundblick ist wichtig, sondern der Blickwinkel des Kunden. (Quelle: Pegasystems)

München, 17. Juli 2017 – Pegasystems Inc. (NASDAQ: PEGA), führender Anbieter von strategischen Software-Lösungen für Vertrieb, Marketing, Service und Operations, kündigt einen zentralen Marketingbegriff ab: Die "360-Grad-Sicht auf den Kunden" ist obsolet, weil Unternehmen die dabei entstehenden Datenmengen in der Regel nicht mehr richtig interpretieren können. Stattdessen müssen Unternehmen lernen, aus den relevanten Daten passende Aktionen abzuleiten.

Die "360-Grad-Sicht auf den Kunden" gehörte in den letzten Jahren zu den beliebtesten Begriffen des Marketings. Gemeint war, dass Unternehmen über umfassende Kenntnisse von allem, was den Kunden betrifft, verfügen müssen – von Kundenhistorie und -status bis zu Vorlieben und Eigenheiten. Nach etlichen Jahren Anwendung zeigt sich allerdings, dass sich die Hoffnungen, die man in 360-Grad-Konzepte gesetzt hatte, nicht erfüllt haben. Tatsächlich reißen die Klagen über schlechten Kundenservice nicht ab, und auch die Kundenzufriedenheit hat sich nicht so verbessert, wie man erwartet hatte.

"Wir müssen eine 360-Grad-Ernüchterung konstatieren", erklärt Carsten Rust, Director Solution Consulting DACH bei Pegasystems in München. "Pegasystems hat die Kundenbeziehungen vieler Unternehmen analysiert und musste feststellen, dass die umfassende Erfassung von Kundeninformationen letztlich wenig bringt. Wenn man nämlich diese Daten falsch interpretiert oder wenn man von den anfallenden Datenmengen einfach überfordert ist, dann schrumpfen die 360 Grad recht schnell auf einen schmalen Ausschnitt zusammen. Und mitunter hat man den Kunden gerade wegen der Fülle von Daten sogar ganz aus dem Blick verloren."

Das umfassende Bild vom Kunden darf kein Selbstzweck sein: Es muss stattdessen darum gehen, aus den Daten Erkenntnisse zu gewinnen und aus den Erkenntnissen geeignete Aktionen abzuleiten. Entscheidend an den Kundendaten ist nicht, möglichst viele zusammenzutragen, sondern die jeweils relevanten Daten zu ermitteln und sie dann richtig zu verstehen.

"Unternehmen sollten nicht, wie es das 360-Grad-Konzept nahelegt, dem Ideal eines vollständigen Datenpools

hinterherlaufen, sondern sich am Begriff der Relevanz orientieren", so Rust weiter. "Der Anspruch, alle Daten präsent zu haben, verstellt den Blick auf das, worauf es ankommt. Nicht der 360-Grad-Rundblick ist wichtig, sondern der Blickwinkel des Kunden."

Diese Presseinformation und Bildmaterial können unter www.brandmacher.de/presseinformationen/2 abgerufen werden.

Portrait

Über Pegasystems

Pegasystems (NASDAQ: PEGA) bietet vorkonfektionierte Softwareanwendungen für Vertrieb, Marketing, Service und Operations. Die Pega-Lösungen beinhalten Artificial-Intelligence (AI)-Technologie für ein optimiertes Kundenerlebnis – kanalübergreifend und in Echtzeit. Zu den Kunden von Pegasystems zählen einige der größten und innovativsten Unternehmen der Welt. Pega-Anwendungen sind On-Premise oder in der Cloud verfügbar und werden auf der einheitlichen Pega-Plattform entwickelt. Die Umsetzung kritischer Geschäftsprozesse kann auf der Plattform mit ihren visuellen Werkzeugen problemlos erweitert und schnell an wechselnde Anforderungen der Unternehmen angepasst werden. Weitere Informationen sind unter www.pega.com verfügbar.

News-ID: 959306 • Views: 222 (Stand: 07.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/959306/Pegasystems-Die-360-Grad-Sicht-ist-tot.html>