

## Tipps: Wie Unternehmen das Internet zu ihrem Erfolgskatalysator machen

*Zusätzlichen geschäftlichen Schwung in 2010 und konkrete Kosteneinsparungen versprechen die Empfehlungen des Web-Spezialisten edicos Group.*

München, 12.01.2010 – Das Internet soll die deutsche Wirtschaft in Schwung bringen, darin sind sich Politik und Wirtschaft einig. Wirtschaftsminister Brüderle plant ein schnelles Internet für ganz Deutschland. BDI-Präsident Hans-Peter Keitel erklärt kürzlich: „Die erfolgreiche Einbindung von Informations- und Kommunikationstechnologien in Industrie und Gesellschaft entscheidet über unsere Zukunftsfähigkeit.“ Doch neben schnellen Datenleitungen sind vor allem schlüssige Konzepte gefragt, wie Unternehmen das Internet zur Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation nutzen können. Das meint Gabriele Steg, Geschäftsführerin des Web-Spezialisten edicos Group in München. Sie empfiehlt Unternehmen verschiedene erfolgserprobte technische und konzeptionelle Ansätze, um mit der Kraft des Internets Kosten zu sparen und das Innovationstempo zu steigern. Beides sei gerade im weiterhin schwierigen Wirtschaftsumfeld wichtig.

### Tipps: Wie Unternehmen das Internet zu ihrem Erfolgskatalysator machen:

#### Informationsprozesse digital abbilden und optimieren

Informationsprozesse auf Basis von Post, Telefon, Fax und E-Mail lassen sich webbasiert effizienter abwickeln. Unternehmen können dadurch Zeiten und Kosten für die Kommunikation einsparen.

#### Beispiele:

- § FAQs, Foren und Unternehmens-Wikis geben Antworten auf wiederkehrende Fragen von Kunden und erweitern sich automatisch mit jeder neuen Antwort.
- § Personalisierte Intranets mit Prozess-Workflows gestalten interne Prozesse schneller und transparenter.
- § Geschäftspartner und Außendienstmitarbeiter erhalten per Extranet einen individuellen, medienbruchfreien Zugang zu dem für sie relevanten Datenbestand. Angebote, Auftragsstatus, Stammdaten etc. können sie selbständig abrufen und pflegen.

#### Kundenmeinungen mit Web 2.0 bündeln und geschäftlich nutzen

Zufriedene Kunden sind das beste Verkaufsargument. Kritische Kunden helfen Unternehmen dabei, Schwachpunkte aufzudecken und ihr Angebot zu optimieren. Communities, Foren und Online-

Bewertungen können eingesetzt werden, um die Meinung und die Vorschläge von Kunden webbasiert zu bündeln und vertrieblich sowie für Forschung und Entwicklung zu nutzen. Bewertungen in Form von Video-Testimonials werten das Online-Angebot zusätzlich auf und sorgen für weitere Kaufanreize.

## Vorschlagswesen mit Web 2.0 aufbauen und Einsparungen realisieren

Web 2.0 bietet Unternehmen die Möglichkeit, internes Ideenmanagement digital umzusetzen. Mitarbeiter können damit gezielt eigene Verbesserungsvorschläge vorbringen, bewerten, diskutieren und umsetzen. „Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind Verbesserungsvorschläge aus der Unternehmensbasis ein nicht zu unterschätzender Faktor, der neben konkreten Einsparungen auch viel Motivation bei den Mitarbeitern bringt“, weiß Gabriele Steg.

## Durch Mehrsprachigkeit von Internetauftritten neue Kunden online erreichen

Wer sein Angebot in vielen Sprachen darstellt, kann auf internationalen Märkten erfolgreich sein und neue Käufergruppen erreichen. Informationen global zu organisieren erfordert jedoch die Zusammenführung von Systemen, Prozessbeteiligten und Inhalten. Diese komplexe Aufgabe lässt sich mit technischem und konzeptionellem Know-how leicht lösen. Zahlreiche Unternehmensbeispiele zeigen den Erfolg des gezielten Ausbaus des Web-Angebots um weitere Sprachen.

## Web-Aktivitäten zusammenführen und Kosten sparen

Organisatorisch komplexe und international aufgestellte Unternehmen können durch Zentralisierung bis zu 50 Prozent an Kosten für die Web-Aktivitäten ihrer Einheiten einsparen:

- § Administration, Schulungen und Betrieb sind mit einem zentralen Content Management-System (CMS) deutlich günstiger.
- § Einmal erstellte Templates, Inhalte und Web-Kampagnen lassen sich übergreifend und international verwenden. Dadurch werden Kosten für lokale Dienstleister gespart.
- § Qualitätsanforderungen - wie eine durchgängige Corporate Identity - werden durch einen zentralen Ansatz automatisiert sicher gestellt.

Es gibt viele weitere Möglichkeiten, wie Konzerne und mittelständische Unternehmen mit Hilfe des Internets geschäftlich noch agiler werden können. Die edicos Group bieten Unternehmen dazu

Beratung und Umsetzungskompetenz aus über 60 komplexen, internationalen Web- und Portalprojekten.

Weitere Informationen unter: [www.edicos.de](http://www.edicos.de)

---

## Über die edicos Group

Die edicos Group vereint IT-Beratung, IT-Dienstleistungen und Internetagentur, und bietet Unternehmen damit alle für ihren Erfolg im Web benötigten Leistungen aus einer Hand. Dazu gehören Anforderungs- und Geschäftsprozessanalyse, Business-Consulting, Software-Auswahl, Projektmanagement und Realisierung sowie die langfristige Rund-um-Betreuung von Websites, Intranets und Portalen. Die 35 Mitarbeiter und 15 zertifizierten Consultants des Full Service Web- und IT-Dienstleisters verfügen über vielfältiges Know-how und Expertise aus über 60 komplexen, internationalen Beratungs-, Web- und Portalprojekten. edicos ist Open Text Premium- und Entwicklungs-Partner und bietet als einziger Anbieter in Europa Erfahrung mit sämtlichen WCM-Technologien der Open Text-Gruppe. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal sind Migrationen auf RedDot-Technologie zum Festpreis und zu garantierten Terminen. Unternehmen profitieren zudem vom Software Power Generator, einer Lösung, mit der betriebswirtschaftliche Anwendungen automatisiert erstellt werden können. Mittelständische und große Kunden wie Boehringer Ingelheim, Demag Cranes, Essex Pharma, HUK-COBURG, KfW Bankengruppe, manroland, die Moeller Firmengruppe, SportScheck, OSRAM und TRIUMPH nutzen das Angebot des in Hannover, Köln und München ansässigen Unternehmens, um ihre Ziele mittels Internet-Technologie zu erreichen.

## Kontakt für weitere Informationen:

BOND PR-Agenten

Marcus Bond

Graefestr. 90

10967 Berlin

[www.bond-pr.de](http://www.bond-pr.de)

Tel.: +49 - (0)30 - 351 299 79

Fax: +49 - (0)30 - 351 299 82

E-Mail: [kontakt@bond-pr.de](mailto:kontakt@bond-pr.de)