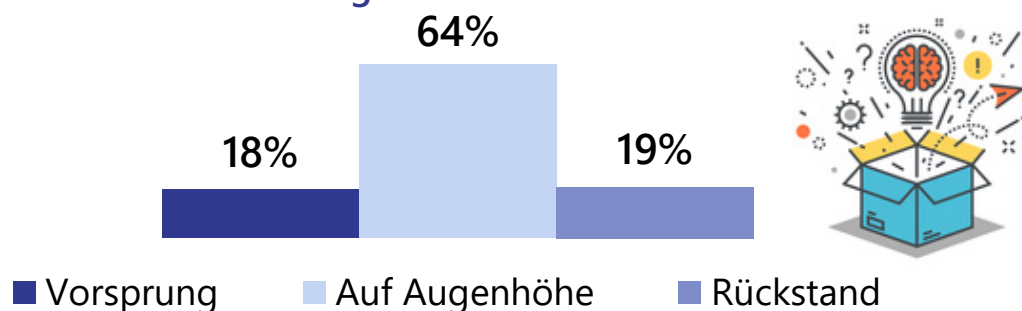
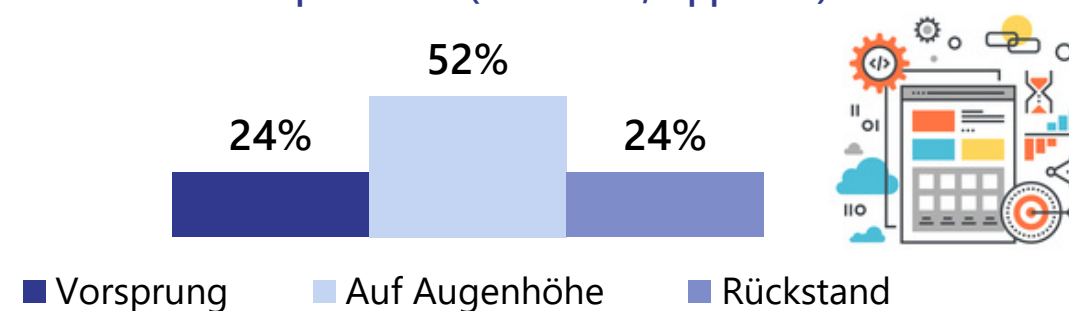


# Digitale Rückständigkeit: Die meisten befragten Unternehmen konnten bisher keinen Wettbewerbsvorsprung bei der Digitalisierung erzielen

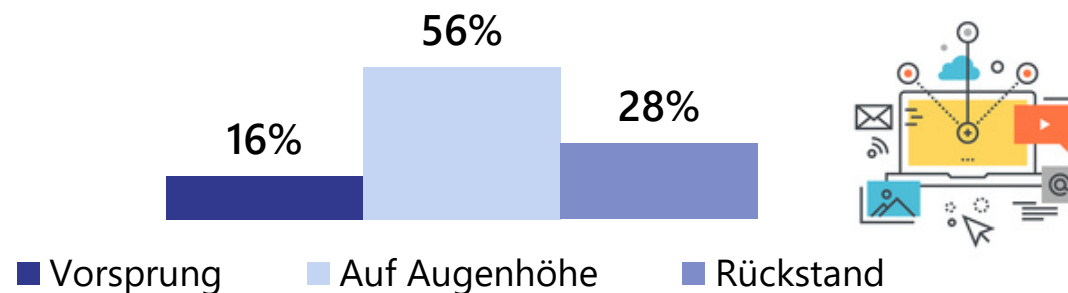
## Entwicklung neuer Geschäftsmodelle/ Realisierung neuer Geschäftsmodelle



## Optimierung bestehender Geschäftsmodelle um digitale Komponenten (Chat Bots, Apps etc.)



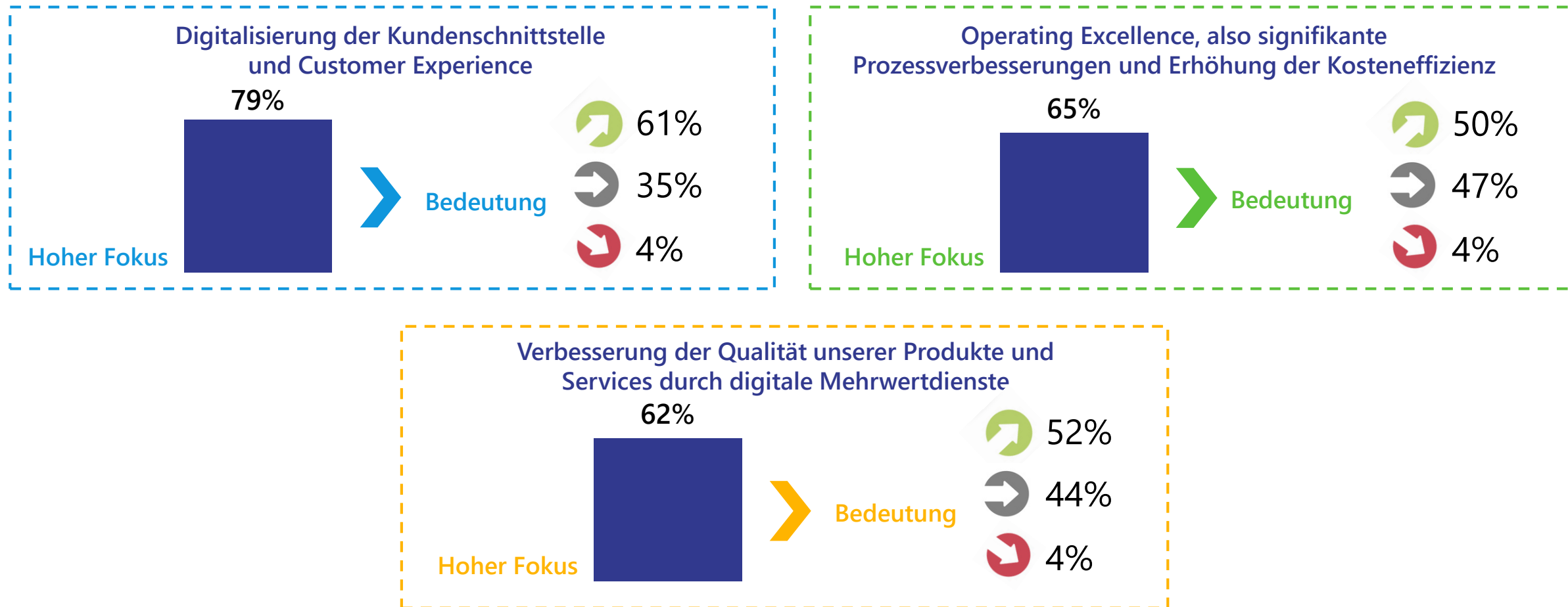
## Skalierung von neuen Geschäftsmodellen bzw. digitalen Mehrwertdiensten



Frage: Wie sehen Sie Ihr Unternehmen im Vergleich zu Ihrem Wettbewerb in Bezug auf die folgenden Aspekte derzeit aufgestellt?

Quelle: Lünendonk®-Studie 2019 "Der Markt für Customer Experience Services in Deutschland", Mindelheim, Februar 2019

# Fokus der Investitionen bilden künftig digitale Kundenschnittstellen und Customer Experience, aber auch zunehmend digitale Produkte

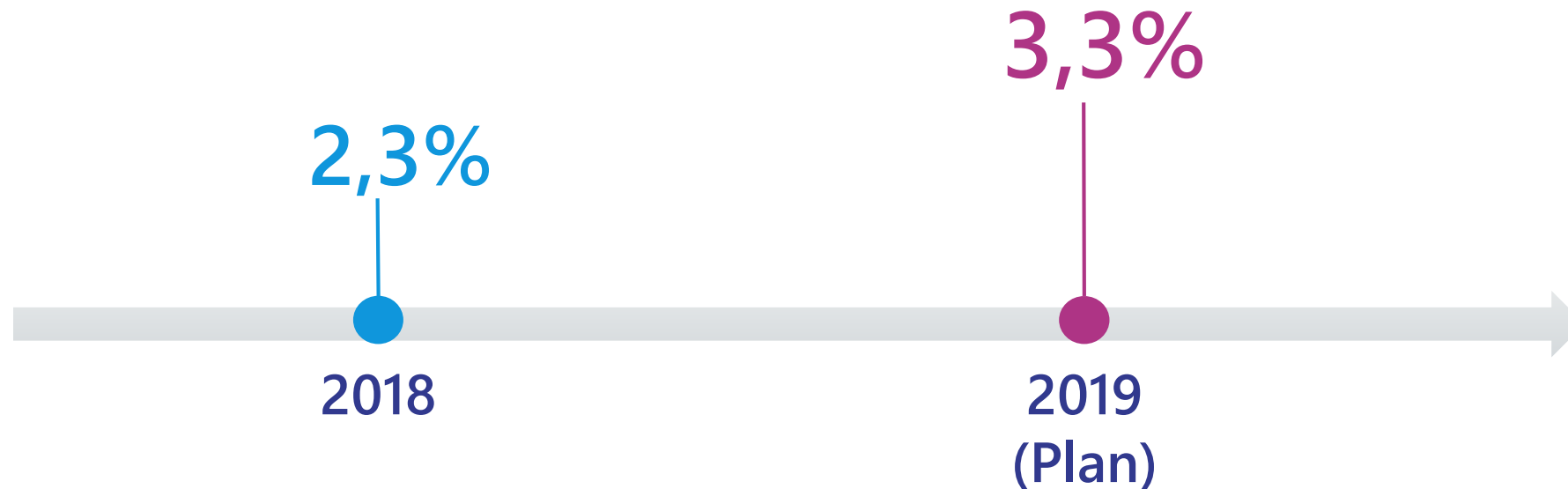


Frage: Welchen Fokus hatten die Digitalisierungsprojekte der letzten 12 Monate in Ihrem Unternehmen und welchen Fokus werden die Digitalisierungsprojekte zukünftig haben? Aktuell: Skala von 1 = „geringer Fokus“ bis 4 = „hoher Fokus“, 5 = „war kein Thema“; die Prozentangaben beziehen sich auf die Antworten „hoher Fokus“ und „eher hoher Fokus“; Planung: Skala von 1 = „weniger wichtig“ bis 3 = „wichtiger“

Quelle: Lünendonk®-Studie 2019 "Der Markt für Customer Experience Services in Deutschland", Mindelheim, Februar 2019

# Notwendige Investitionen: Anwender wollen mehr in Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle investieren

## Erwartungen Investitionen



Frage: Können Sie ganz grob beziffern, wie viel Prozent Ihres Umsatzes für Projekte zur Digitalisierung der Kundenschnittstelle und zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle ausgegeben werden?

Quelle: Lünendonk® -Studie 2019 "Der Markt für Customer Experience Services in Deutschland", Mindelheim, Februar 2019

# Relevante Anbietertypologien für Customer Experience Services

