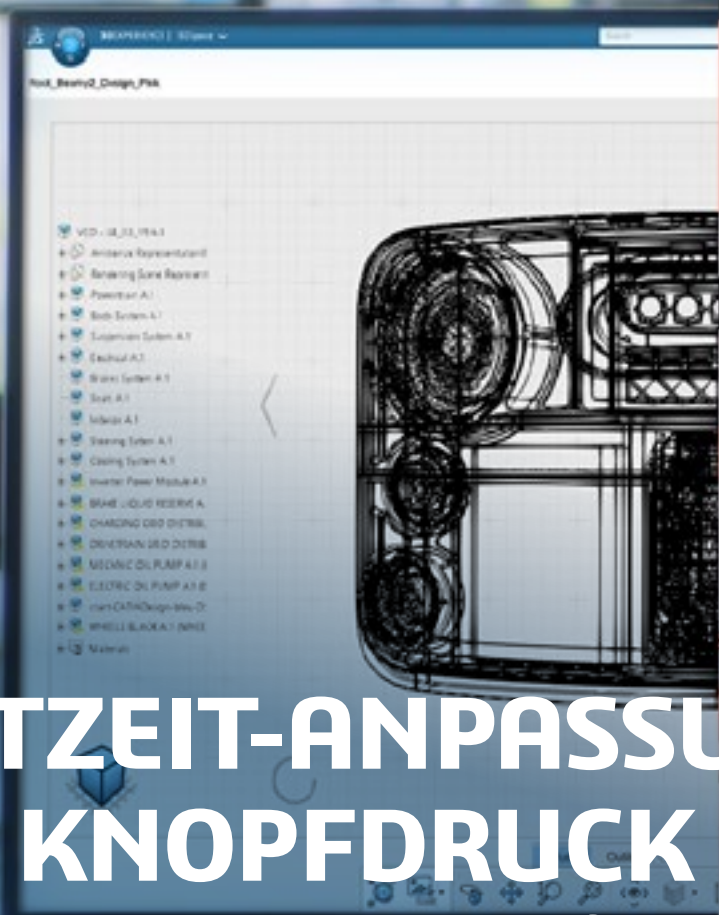


# ECHTZEIT-ANPASSUNG AUF KNOPFDRUCK

Beschleunigen Sie die Markteinführung durch Transformation  
des digitalen Twins in ein Kundenerlebnis



Digitale Technologien beschleunigen Innovationen. Auf dem heutigen Markt müssen sich erfolgreiche Unternehmen in digitale Unternehmen verwandeln. Unternehmen, die verstanden haben, dass Marketing mehr ist als nur die Übermittlung von Botschaften, können ihre Effizienz steigern, innovative Produkte und Dienstleistungen unterstützen, neue Geschäftsmodelle einführen und vieles mehr.

Denn letztendlich wird dieser Ansatz die Go-to-Market-Strategien beschleunigen und die transformative Zusammenarbeit ermöglichen. Viele Teams nutzen inzwischen die kollaborative **3DEXPERIENCE®** Plattform von Dassault Systèmes.



**MEISTERN SIE DIE  
HERAUSFORDERUNGEN  
DER VUCA-WELT**



## EIN SCHNELLEBIGES UMFELD

Industrieunternehmen haben heute mit zahlreichen Herausforderungen in einem störungsanfälligen Geschäftsklima zu kämpfen. Mit ständig neuen Regeln, sich stetig ändernden Kundenanforderungen und Strategien der Mitbewerber - Entscheidungsträger bewegen sich in einer VUCA-Welt (Volatile, Uncertain, Complex and Ambiguous

- unbeständig, unsicher, komplex und doppeldeutig), die eine hohe Anpassungsfähigkeit erfordert.

**Um in diesem schnelllebigen Umfeld erfolgreich zu sein, müssen neue Fähigkeiten und Strategien eingesetzt werden.**

	Die Herausforderung	Die Lösung
Volatilität	Instabilität ist die neue Normalität. Unternehmen werden ständig durch unerwartete Ereignisse gestört.	Bauen Sie Puffer ein und stellen Sie Ressourcen bereit, damit Ihre Teams mit maximaler Flexibilität reagieren können.
Unsicherheit	„Den nächsten Schritt“ vorzusagen ist schwierig. Langjährige Prognosen und vergangene Erfahrungen verlieren ihre Relevanz.	Sammeln Sie Informationen und teilen Sie diese im gesamten Unternehmen. Bauen Sie ein leistungsfähiges Datenanalysetz auf, um neue Trends zu interpretieren.
Komplexität	Die Problematik liegt in vielen, miteinander verknüpften Faktoren, deren Auswirkungen vielschichtig sind.	Silostrukturen aufbrechen. Setzen Sie starke interdisziplinäre Teams ein, um die Komplexität zu bewältigen. Stärken Sie die transformative Zusammenarbeit.
Doppeldeutigkeit	Kausale Beziehungen sind unklar. Die Marktnachfrage ist widersprüchlich. „Best Practices“ funktionieren nicht mehr.	Erstellen Sie neue Hypothesen und testen Sie sie, um zu sehen, was funktioniert und was allgemein angewandt werden kann. Hören Sie Ihren Kunden aufmerksam zu.



## NEUE FORMEN DER INTERAKTION

Die Digitalisierung des Einzelhandels verändert die Spielregeln und schafft neue Interaktionen mit den Konsumenten. Das Online-Shopping, seit 20 Jahren auf dem Vormarsch, hat in der Corona-Krise einen exponentiellen Anstieg erfahren.

Während des Lockdowns hat sich das Kaufverhalten der Kunden grundlegend verändert: Sogar die Verbraucher, die dem Online-Kauf bislang eher ablehnend gegenüber standen, waren gezwungen, online einzukaufen, und haben sich schließlich daran gewöhnt.

**Ende 2020 wird der E-Commerce-Umsatz weltweit 4,2 Billionen \$ erreichen und 16 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel ausmachen. Er könnte 2023 auf 6,2 Billionen \$ ansteigen und 2025 bis zu 25 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel ausmachen.<sup>1</sup>**

Da kontaktloses Einkaufen die neue Normalität ist, investieren Unternehmen des stationären Handels vermehrt in digitale Kundenbeziehungen. Vor dem Online-Kauf müssen potenzielle Kunden Vertrauen in das Produkt haben. Statische Bilder, selbst mit hoher Auflösung, reichen nicht mehr aus.

Käufer wollen interaktive Erfahrungen, die ihnen durch den Produktkonfigurator vermittelt werden, damit sie alle Optionen prüfen können. So wird Interesse aufgebaut. Kunden werden zu Markenbotschaftern, indem sie ihre Rezensionen und Meinungen in den sozialen Netzwerken teilen.

**Digitale Kunden sehnen sich nach einer aussagekräftigen und personalisierten Interaktion mit den Marken.**

<sup>1</sup> Quelle: <https://www.bigcommerce.com/blog/ecommerce-trends/#14-ecommerce-trends-leading-the-way>



## INTEGRIERTE LÖSUNG

Um unbeständigen Trends vorzugreifen und die digitalen Herausforderungen zu meistern, müssen Marketer schnell und agil handeln. Extern halten sie mit dem Markt Schritt, indem sie die Kundenerlebnisse kontinuierlich verbessern. Intern bauen sie eine enge Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen auf, damit diese ihr Angebot schnell anpassen können.

Die **3DEXPERIENCE Plattform von Dassault Systèmes** ist das perfekte Tool, um die Zusammenarbeit zwischen Engineering und Marketing in jeder Phase der Produktentwicklung zu verbessern und aussagekräftige Interaktionen mit den Endnutzern zu ermöglichen.

“ Die **3DEXPERIENCE Plattform** schloss die Lücke zwischen den Marketingteams, der Organisation und den Kunden von **ABB**“

Michael Wilde, Senior Business Consultant Marketing and Sales Transformation, Dassault Systemes

**TRANSFORMATIVE  
ZUSAMMENARBEIT FÖRDERN**



## SILOSTRUKTUREN AUFBRECHEN

Heute ist ein hohes Maß an transversaler Zusammenarbeit erforderlich, um erfolgreich zu sein. Nur eine reibungslose, disziplinübergreifende Zusammenarbeit unterstützt eine schnelle Anpassung und echte Innovationen. Innerhalb einer Organisation ermöglicht **3DEXPERIENCE** einen verlustfreien Informationsaustausch zwischen den verschiedenen Akteuren, die die Virtual Twin Experience nutzen.

Die Plattform verbindet Projektteams, die von überall aus arbeiten, und stellt ihnen ein Single Source of Truth für Content-Entwicklung, Kommunikation und gesicherten digitalen Datenaustausch zur Verfügung. Sie stellt eine nahtlose Verbindung zwischen Research & Development, Sales & Marketing sowie Customer Success Teams her, um Silostrukturen aufzubrechen und eine transformative Zusammenarbeit zu ermöglichen.

Produktdaten können problemlos zwischen den Teams ausgetauscht werden, damit jedes Team das Projekt mit seinen Daten bereichern und auf diese Weise die kontinuierliche Verbesserung beschleunigen kann. Darüber hinaus kann **3DEXPERIENCE** das Unternehmen mit seinen externen Partnern, z. B. Niederlassungen und Lieferanten, vernetzen.

**Transformative, disziplinübergreifende Zusammenarbeit ermöglicht marktrelevante Innovationen und Wertschöpfung.**







## ZEIT EINSPAREN

Die Vorbereitung eines Produkts für den Markt erfordert normalerweise viele Testläufe und ist sehr zeitaufwändig. Mit **3DEXPERIENCE** können Organisationen ihre Prozesse beschleunigen. Die rückverfolgbare digitale Kontinuität, die diese Plattform bereitstellt, ermöglicht den Teams, verschiedene Tätigkeiten gleichzeitig durchzuführen. Produktentwicklung, Marketing, R&D und Vertrieb arbeiten Hand in Hand, um Einführungsstrategien und Inhalte auszuarbeiten. Dank der Virtual Twin Experience kann das Marketingteam, sobald die Konstruktionsabteilung Produktdaten

erstellt, parallel zum Engineering-Prozess damit beginnen, Content zu entwerfen (digitale Bilder, Virtual Reality Experiences etc.).

Die ständige Verbindung zwischen Marketing und Virtual Twin Experience macht eine sofortige Anpassung an Last-Minute-Änderungen möglich. Sobald das Engineering neue Produktupdates freigibt, wird der Marketing-Content aktualisiert – und umgekehrt.

**Schließen Sie die gesamte Marketingkampagne - einschließlich Produktwerbung - ab, BEVOR die Produktion beginnt.**

## GELD SPAREN

Die **3DEXPERIENCE** Plattform hilft Unternehmen in allen Phasen ihres Workflows Geld zu sparen. Die personellen Ressourcen werden optimiert: Die Projektteams arbeiten effizienter zusammen, Redundanzen werden beseitigt. Testdurchläufe können während der Engineering-Phase anhand des digitalen Modells leichter durchgeführt werden. Die Produktion mehrerer Prototypen wird überflüssig.

Die Plattform produziert außerdem eindrucksvolle high-end Bilder und Aufnahmen, die Fotoshootings, Reshootings und Retuschierungen überflüssig machen – was direkte Kosteneinsparungen für das Marketing mit sich bringt.

Die Abstimmungs-Schleifen auf der **3DEXPERIENCE** zwischen Engineering und Marketing minimieren das Risiko von Verzögerungen während der Produkteinführung.

**3DEXPERIENCE reduziert die Kosten für die Ausarbeitung einer Kampagne bei Produkteinführungen erheblich.**

“Ihre Daten können wiederverwendet werden und erhalten auf der **3DEXPERIENCE** Plattform ein zweites Leben, so dass Sie Zeit und Ressourcen einsparen und gleichzeitig Ihre Marketing-Kampagnen wie nie zuvor stärken können“

Rob Kijanka, Solution Consultant Marketing and Sales Transformation, Dassault Systemes

# CUSTOMER REVIEWS

EINE DAUERHAFTE BINDUNG  
ZUM ENDNUTZER AUFBAUEN





## SICH SCHNELL AN DIE MARKTANFORDERUNGEN ANPASSEN

Marketers müssen sich schnell an veränderte Umstände anpassen. **3DEXPERIENCE** liefert ihnen die entsprechenden Werkzeuge zur Entscheidungsfindung, die es ihnen ermöglichen, auf alle für ihr Unternehmen relevanten Informationen zuzugreifen und entsprechend zu handeln. **3DEXPERIENCE** reichert Web-Inhalte mit Unternehmensdaten an, um Entscheidungsträgern eine vollständige Übersicht über Echtzeit-Vorgänge zu ermöglichen. Verschaffen Sie sich Zugriff zu Nutzerdaten und Reaktionen auf Marketingkampagnen. Informieren Sie sich über die aktuellen Tätigkeiten Ihrer Konkurrenten und Industrietrends.

**3DEXPERIENCE** analysiert Geschäftskennzahlen vor einem gesellschaftlichen Hintergrund, damit Unternehmen besser verstehen können, wie ihre Produkte auf dem Markt ankommen. Die Plattform automatisiert darüber hinaus Alarme und Aktionen und ermöglicht so eine schnelle Entscheidungsfindung, um den Markttrends gerecht zu werden.

**3DEXPERIENCE erleichtert Echtzeit-Feedback und bietet mehr Flexibilität, damit Sie sofort auf den Markt reagieren können.**



## EIN BESSERES KUNDENERLEBNIS SCHAFFEN

**3DEXPERIENCE** bietet neue Möglichkeiten mittels virtuellem Zwilling mit dem Verbraucher (B2C) oder Kunden (B2B) direkt zu interagieren. Die Plattform ist in jeder Phase der Product-Customer-Journey präsent. Die Reise beginnt mit dem Pre-Sales-Bereich um Aufmerksamkeit zu generieren, wird fortgesetzt vom Vertrieb um den Käufer vom Produkt zu beeindrucken und unterstützt den Online-Verkauf. Sie endet schließlich mit Value Upselling und



Aftersales zu Trainings-, Schulungs- und Servicezwecken. Während dieses ganzen Prozesses ermöglicht **3DEXPERIENCE** personalisierte Erfahrungen, die den Anforderungen aller an der Kaufentscheidung beteiligten Akteure Rechnung tragen.

**Schaffen Sie robuste Sales & Marketing Erfahrungen in jeder Phase der Consumer Journey, um Ihren Markenwert zu steigern.**



## DIE KUNDEN ÜBERALL EINBINDEN

Mit Social Listening Tools gibt **3DEXPERIENCE** Marketern die Möglichkeit, die ‚Stimme des Kunden‘ zu hören. In allen geografischen Regionen können Marken personalisierte Gespräche mit lokalen Endverbrauchern initiieren und das Feedback nutzen, um die Produktentwicklung, -anpassung und -ansprache zu optimieren. Die Entwicklung personalisierter Funktionen über **3DEXPERIENCE** ermöglicht schnelle Updates und Verbesserungen und steigert die Kundenbindung.

“ Zufriedene Kunden sind die beste Werbung”

Philip KOTLER, emeritierter Professor für Marketing, Kellogg School of Management, Northwestern University

**Zufriedene Kunden sind die loyalsten und dauerhaftesten Botschafter der Marke.**

Was macht einen guten Markenbotschafter aus? Die Stimme des Kunden wird auf verschiedene Weise zum Ausdruck gebracht.

- **Advocates** teilen und fördern Produkte in den Social Media
- **Ambassadors** schreiben positive Beurteilungen
- **Advisors** geben Feedback zur Verbesserung oder Entwicklung von Produkten.

Die Stimme des Kunden verändert das Marketing und verallgemeinert das Produktentwicklungsmodell. Crowdfunding-Plattformen wie Kickstarter und Indiegogo ermöglichen Kunden, Risikokapitalgeber zu werden, indem sie Produktkonzepte finanzieren, an die sie glauben.



## ABB SPOTLIGHT

### **VORHANDENE CAD-ASSETS MAXIMIEREN, UM GELD ZU SPAREN UND ZU VERDIENEN**

ABB NEMA, der international führende Hersteller von Elektromotoren, sucht neue Wege, um Produkte im Internet auszustellen. Ziel ist, diese von den Wettbewerbern zu differenzieren und die Leistung zwecks Steigerung des Marktanteils zu verbessern.

Die **3DEXPERIENCE** Plattform ermöglicht ABB, seine bestehenden CAD-Dateien umfassend zu nutzen. Auf diese Weise kann das Unternehmen die Visualisierungspipeline erweitern und innovative, interaktive Marketing-Assets erstellen.

Zu den Assets gehören um 360 Grad drehbare Röntgenansichten zur Darstellung der einzigartigen Merkmale eines Motors. Die Automatisierung von Prozessen spart Zeit und Geld. Das ABB-Marketingteam, das vorher für die Produktfotos zuständig war, konzentriert sich nun auf wertschöpfende Tätigkeiten wie die Schaffung von Nachfrage und die Verbesserung des Kundenerlebnisses.

**ABB NEMA erwartet Kosteneinsparungen in Höhe von 2,1 Mio. Dollar und eine Umsatzsteigerung von 205 Mio. Dollar bis 2025.**



## EIN ANSPRECHENDES KUNDENERLEBNIS SCHAFFEN

**3DEXCITE**, auf der **3DEXPERIENCE Plattform** gehostet, verbindet das Marketingteam mit dem Rest der Organisation, von Design und Entwicklung bis hin zum Projektmanagement. Abteilungsübergreifende Teams können mit allen Partnern auf einer einzigen, integrierten Plattform gleichzeitig an der Produkteinführung mitwirken.

### ERZEUGEN SIE BEGEISTERUNG

Fangen Sie rechtzeitig an. Schaffen Sie Marketing-Assets schon vor dem endgültigen Produkt-Design. Über den direkten Zugriff auf 3D-Produktmodelle in einer sicheren Echtzeit-Umgebung entwickeln Designer Inhalte für den Einsatz online oder im Geschäft, auf Veranstaltungen oder in einem Pop-up-Shop.

**VERBESSERUNG DES GO-TO-MARKET-WORKFLOWS** — von Bildern bis hin zu vollständigen interaktiven Erlebnissen auf Basis von flexiblen 3D-Inhalten.

Intelligentes Data Handling ermöglicht eine schnelle und flexible Anpassung an Kampagnen- und Multi-Channel-Marketingmaterial.

Sie verbessern Ihre Effizienz und:

- **Beschleunigen die Marketing-Produktion/Prozesse**
- **Produzieren mehr natürliche Bilder**
- **Reduzieren die Markteinführungszeit um bis zu 40 %**

Sind Sie an weiteren Informationen interessiert?

[go.3ds.com/Shortcut2Market](https://go.3ds.com/Shortcut2Market)



Hinter unseren Markenwendungen steht unsere **3DEXPERIENCE®**-Plattform, die in elf Industrien eingesetzt wird und für die zahlreiche Industry Solution Experiences erhältlich sind.

Dassault Systèmes, „The **3DEXPERIENCE** Company“, ist ein Katalysator für menschlichen Fortschritt. Wir ermöglichen Unternehmen und Menschen durch kollaborative und virtuelle Umgebungen, nachhaltige Innovationen tatsächlich erlebbar zu machen. Kunden verschieben die Grenzen von Innovation, Lernen und Produktion durch den Einsatz von virtuellen Experience Twins der realen Welt auf der **3DEXPERIENCE** Plattform und den dazugehörigen Applikationen.

Dassault Systèmes bringt mit seinen 20'000 Beschäftigten Mehrwert für über 270.000 Kunden jeder Größe und in allen Branchen in mehr als 140 Ländern. Weitere Informationen finden Sie auf [www.3ds.com](http://www.3ds.com).



© 2020 Dassault Systèmes. Alle Rechte vorbehalten. **3DEXPERIENCE**, das Logo des Bildschirms, des 3D-Logos, CATIA, BIOVIA, GEOVIA, SOLIDWORKS, 3DVIA, ENOVIA, EXALERO, NETVIBES, MEDIATOR, CENTRICPLM, 3DEXCITE, SIMULIA, DELMIA und HEDDATA sind Marken bzw. eingetragene Marken von Dassault Systèmes, einer französischen Europäischen Gesellschaft (Handelsregister-Verzeichnis: No. 332 506 440) oder ihrer Tochtergesellschaften in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Die Verwendung der Marken von Dassault Systèmes oder seinen Tochterunternehmen bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Genehmigung seitens dieser Unternehmen.