

Statement

„Mehrwert“ durch Branchenlösungen und Nutzerfreundlichkeit

Servicerufnummern und Mehrwertdienste auf einer ausgereiften technischen Plattform gehören mittlerweile zum Standardrepertoire vieler TK-Anbieter. Der hohe Wettbewerbsdruck hat die Preise in den letzten Jahren jedoch spürbar sinken lassen. Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen sich Anbieter auf diese veränderten Marktbedingungen einstellen. Die zunehmende Konvergenz von Telefonie – mobil und Festnetz – mit E-Mail und Internet macht es außerdem notwendig, Mehrwertdienste im Gesamtkontext der Kommunikationsanforderungen eines Unternehmens und der jeweiligen Branche zu betrachten. Hier müssen die Integration von Kommunikationskanälen sowie die Nutzerfreundlichkeit für Kunden im Vordergrund stehen – eine Lösung allein hat keine Zukunft.

Mit spezialisierten Partnern zur Branchenlösung

Viele TK-Unternehmen haben Servicerufnummern, Telefonkonferenzen oder Sprachportale im Angebot. Eine Differenzierung ist über den Preis jedoch kaum möglich, stattdessen werden sich Mehrwertdiensteanbieter langfristig mehr an den Bedürfnissen einzelner Branchen orientieren müssen. Dabei reicht es nicht, das klassische Angebotsportfolio auf neue Branchen zu übertragen und beispielsweise Sprachportale für Self-Serviceangebote, Banken oder Arztpraxen zur Verfügung zu stellen. Eine Lösung für diese Zielgruppen muss den sehr hohen Sicherheits- und Datenschutzanforderungen gerecht werden. Das können Mehrwertdiensteanbieter jedoch allein kaum leisten. Hier gilt es, Spezialisten beispielsweise aus dem Security-Umfeld als Partner zu gewinnen, um sodann Lösungen zu realisieren, die den spezifischen Anforderungen der Branche an Sicherheit, Datenschutz oder Routing tatsächlich entsprechen und durch ihr Anwen-

dungsszenario einen echten Mehrwert bieten.

Nutzerfreundlichkeit wird zum Wettbewerbsfaktor

Zugleich muss eine Lösung beispielsweise für Arztpraxen der Klientel Rechnung tragen. Es muss also für einen Studenten genauso einfach sein, das Ergebnis eines Gesundheitschecks oder einer Blutuntersuchung abzufragen wie für eine Rentnerin. Nutzerfreundlichkeit ist hier das Stichwort. Die sucht man allerdings bisher in vielen Fällen vergebens. Soll jedoch eine Zielgruppe jenseits der internet- und technikaffinen Anwender adressiert werden, wird Nutzerfreundlichkeit zur entscheidenden Voraussetzung für die Akzeptanz des Angebots. Ein wichtiger Punkt ist dabei, die Präferenz des Anwenders für einen bestimmten Kommunikationskanal zu respektieren. Das heißt im Klartext nicht nur Fax-to-Mail, sondern beispielsweise auch automatisches Vorlesen von E-Mails oder SMS über das Telefon. Bislang fehlen standardisierte Schnittstellen, um schnell und einfach Lösungen zu entwickeln, die mehrere Kommunikationskanäle kombinieren und die Integration von Sicherheitslösungen erlauben. Hier sind die Mehrwertdiensteanbieter gefordert, aktiv die intelligente und innovative Verknüpfung der Spezialgebiete voranzutreiben. Nur so können sie langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit sichern.



Christian Horn

Geschäftsführer der
SNT Multiconnect GmbH & Co. KG

