



Serviceportale

Die nächste Stufe der Kundeninteraktion

Ein Interview

valantic



Serviceportale – die nächste Stufe der Kundeninteraktion

EIN INTERVIEW

Serviceportale bzw. User Hubs transformieren traditionelle Onlineshops, indem sie ein personalisiertes und ganzheitliches Service-Erlebnis bieten. Im Interview mit unserer valantic-Expertin Maria Kern (Senior Frontend Architect) zeigen wir, wie diese Plattformen die Interaktion zwischen Kunden und E-Commerce-Unternehmen durch maßgeschneiderte Empfehlungen und direkten Support neu definieren. Darüber hinaus gehen wir der Frage nach, wie moderne Technologien wie Internet of Things (IoT) und Künstliche Intelligenz (KI) in Serviceportalen bzw. User Hubs eingesetzt werden können und präsentieren die Vorteile, die Adobe Commerce (Magento) als technische Grundlage für diese Plattformen bietet.

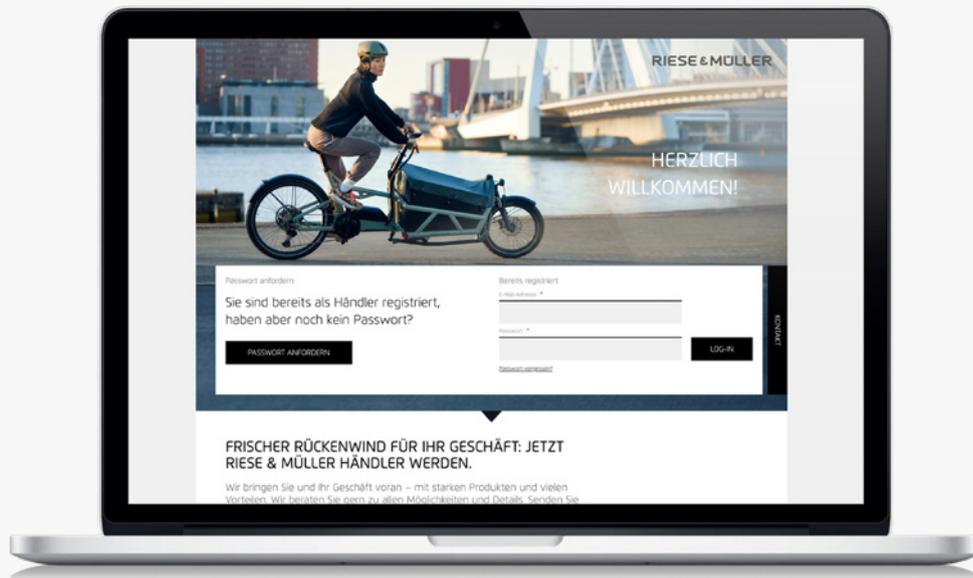


Maria Kern
Senior Frontend Architektin

Liebe Maria, was ist denn der Unterschied zwischen einem User Hub und einem ganz normalen Onlineshop?

Maria: Ein User Hub stellt eine Evolution des traditionellen Onlineshops dar, indem er sich zu einem umfassenden Serviceportal entwickelt, das den Kunden eine ganzheitliche und personalisierte Schnittstelle zu Unternehmen und Marke bietet. Ziel ist es häufig, die Plattform zum zentralen Anlaufpunkt für alle Kundenbedürfnisse zu machen – einem sogenannten ‚Single Point of Contact‘. Hierbei geht es nicht nur um

den Zugriff auf einen Produktkatalog; vielmehr können Benutzer intuitiv und nahtlos auf eine Vielzahl von Funktionen zugreifen, sodass das gesamte Spektrum der Kundeninteraktion abgedeckt wird. Ein User Hub erweitert das Angebot um personalisierte Empfehlungen, Services und direkten Kundensupport. Dadurch wird nicht nur die Kundenbindung intensiviert und die Zufriedenheit erhöht, es werden auch wertvolle Unternehmensressourcen durch effizienten, automatisierten Kundensupport eingespart. Zu den weiteren Vorteilen zählen eine gesteigerte Conversion Rate und datengesteuerte Einblicke durch die Analyse der Nutzerinteraktionen.



Im B2B-Portal von [Riese & Müller](#) können die Fahrrad-Händler die Vorbestellung für das nächste Jahr über einen längeren Zeitraum hinweg konfigurieren. Sie haben jederzeit die Übersicht über ihre Konditionen und Verträge und die Möglichkeit, diese anzupassen. (Quelle: netz98)

Viele dieser Aspekte gibt es ja auch in normalen Onlineshops schon. Was ist denn aber der USP eines User Hubs?

Ein weiterer zentraler Bestandteil eines User Hubs ist der Zugang zu wichtigen Dokumenten wie Belegen, Rechnungen und Lieferscheinen. Dieser gängige Bereich im Kundekonto eines Onlineshops kann insbesondere im B2B-Segment um zusätzliche Funktionen für die Bestellabwicklung erweitert werden, wie beispielsweise spezielle Schritte für die Anlieferung.

Du hast das Thema Kundensupport angesprochen: Welche konkreten Vorteile bietet ein User Hub denn dafür?

In einem User Hub stehen personalisierte Services und direkte Kommunikationswege im Vordergrund, die weit über die traditionellen Funktionen eines Onlineshops hinausgehen. Ein persönlicher Ansprechpartner kann für Kunden einen enormen Mehrwert darstellen, indem er

für Fragen oder Probleme direkt zur Verfügung steht. Ergänzt werden kann dieser Service durch eine integrierte Chat-Funktion oder auch ein Ticketsystem, das es ermöglicht, Unterhaltungen mit dem Kundensupport zu führen – sei es allgemein oder bezogen auf spezifische Bestellungen oder Angebote.

Welche Faktoren des klassischen Kundenservices können durch ein User Hub besonders gut zentralisiert und auf eine neue Ebene gestellt werden?

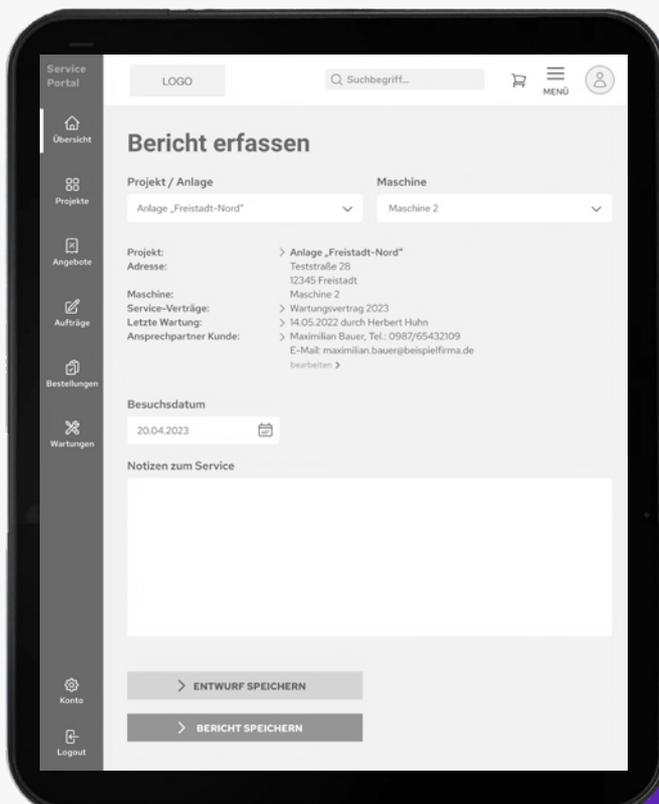
Die Einbindung einer Community-Plattform ist eine ausgezeichnete Möglichkeit, Kunden stärker an die Marke zu binden, indem ein Raum für Austausch und Unterstützung unter den Nutzern geschaffen wird. Darüber hinaus können Services wie Wartungen oder Reparaturen direkt über den Hub koordiniert werden sowie die Registrierung von gekauften Geräten oder Maschinen erfolgen. Personalisiertes Lern- und Schulungsmaterial unterstützt die Kunden dabei, das Maximum aus ihren Produkten



herauszuholen. Für wiederkehrende Tätigkeiten oder die Erfassung von Berichten können zudem passende Formulare bereitgestellt werden, die Prozesse vereinfachen und effizienter gestalten. All diese Services machen den User Hub zu einer zentralen Anlaufstelle, die den Kundenservice auf ein neues Level hebt und eine tiefere Verbindung zwischen Kunden und Unternehmen ermöglicht.

Für welche Unternehmen und Produktarten bietet sich der Einsatz von User Hubs besonders an?

User Hubs eignen sich besonders für Unternehmen und Shopbetreiber, deren Produkte oder Dienstleistungen eine langfristige

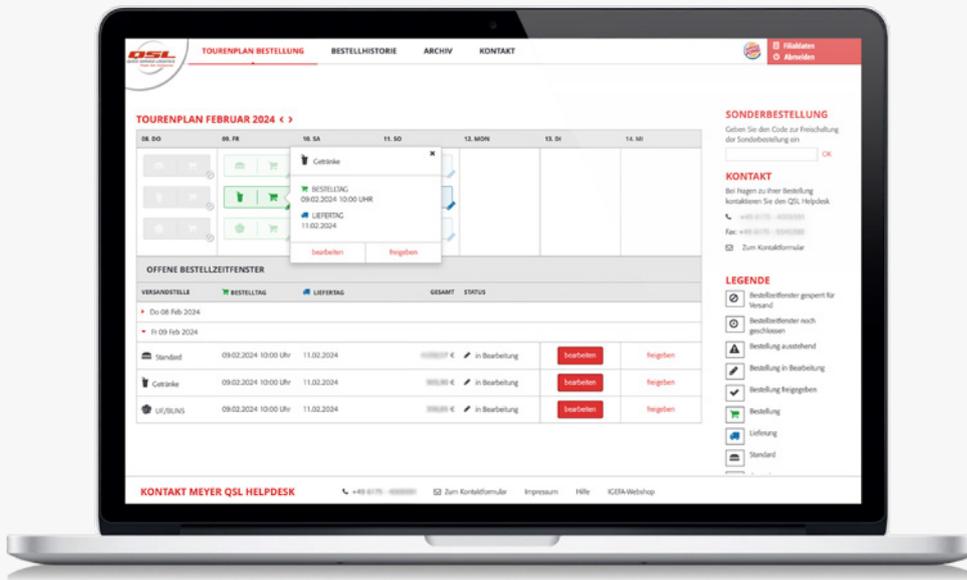


User Hub für Mitarbeiter

Ein User Hub muss nicht nur eine Plattform für die Kunden sein, sondern könnte auch für den Innendienst, Supportmitarbeiter und den Außendienst als Tool verwendet werden. Durch eine spezielle Oberfläche für Mitarbeiter haben diese eine zentrale Übersicht über Kundeninteraktionen, Bestellungen und Serviceanfragen. Sie können Anfragen und Tickets darin bearbeiten sowie Berichte über durchgeführte Wartungen oder andere Dienstleistungen direkt verwalten. Ein großer Vorteil ist die übersichtliche Darstellung von Daten aus Quellen wie CRM- oder ERP-Systemen.

Kundenbeziehung mit sich bringen – sei es durch die Notwendigkeit von umfassenden Anleitungen, regelmäßigen Serviceleistungen oder die Einbindung in eine lebendige Community. Sie sind ideal für den Einsatz bei Produkten, die eine intensive Einarbeitung oder regelmäßige Wartung erfordern, etwa bei High-Tech-Geräten, Softwarelösungen oder professionellen Ausrüstungen.

Ein weiterer wichtiger Anwendungsfall für User Hubs ergibt sich in Branchen, in denen Kunden aufgrund der Art des Geschäftsmodells regelmäßig bestellen müssen, wie im Catering, im Hotel-Fachbedarf oder in anderen B2B-Dienstleistungen. In solchen Fällen ermöglicht der User Hub nicht nur die Verwaltung von Bestellungen und den Zugriff auf wichtige Dokumente, sondern auch die Personalisierung des Einkaufs-



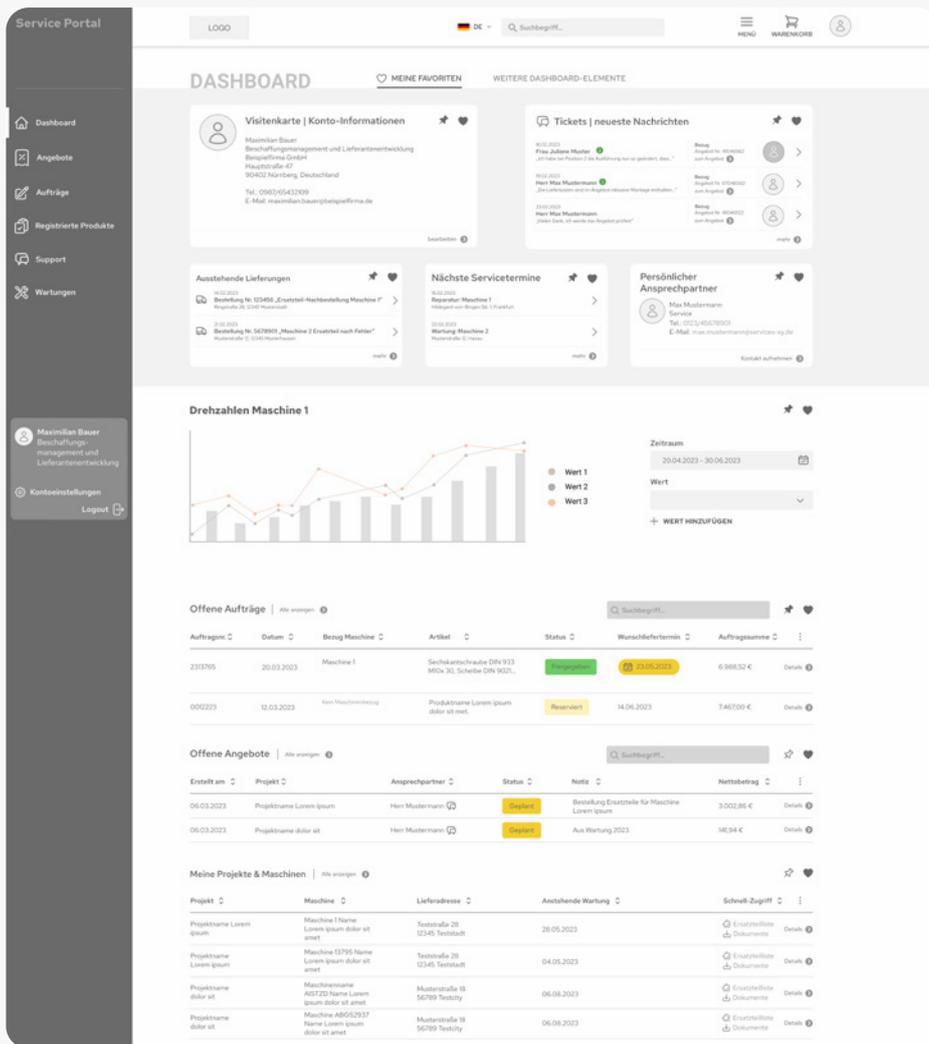
In Branchen mit häufig wiederkehrenden Bestell-Prozessen, wie etwa beim [Full Service Logistiker QSL](#), bietet es sich an, eine Oberfläche zu schaffen, die den Nutzern eine auf sie abgestimmte Plattform mit individuell entwickelten Funktionalitäten wie dem Tourenplan bietet. (Quelle: netz98)

Darüber hinaus profitieren Kunden, deren Produkte regelmäßige Service-, Reparatur- oder Wartungsdienstleistungen erfordern. Dies gilt auch für hochwertige, individuell angefertigte Maschinen oder Produkte, die außerhalb des Onlineshops erworben wurden, beispielsweise im Einzelhandel. Die Möglichkeit, diese Produkte im User Hub zu registrieren, erlaubt es Unternehmen, personalisierte Empfehlungen für Zubehör, ergänzende Produkte oder Ersatzteile anzubieten.

erlebnisses basierend auf früheren Bestellungen und Präferenzen. Dies kann besonders wertvoll sein, um eine dauerhafte Beziehung zu etablieren, da der Hub fortlaufend angepasste Lösungen und Empfehlungen bieten kann, die auf den spezifischen Bedürfnissen und dem Bestellverhalten der Kunden basieren.

Da Produkte durch Serviceportale und interaktive Funktionen erlebbarer werden, liegt die Frage nahe: Welche Rolle spielt hier das Internet of Things (IoT)?

Das IoT eröffnet durch die Vernetzung von Geräten und Produkten aller Art neue Dimensionen für die Kundeninteraktion und -bindung: von Sprachassistenten, die Aufgaben ausführen und Informationen speichern können, über



Beispielhafte Darstellung des Dashboards eines User Hubs mit IoT Anbindung: Im Service-Portal sind die verschiedenen Service-Angebote integriert. Der Anwender kann seine favorisierten Ansichten oder auch ausgewählte Maschinen in der Übersicht zusammenstellen, damit er das Wichtigste im Blick hat. Das Service-Portal kann als Web-App auf dem Home-Screen abgelegt werden, sodass man nicht erst über den Browser die Webseite aufrufen muss. (Quelle: netz98)

Kühlschränke, die ihren Bestand kennen, bis hin zu Autos und Maschinen, die vielfältige Daten über ihren Zustand übermitteln, wie etwa die aktuelle Temperatur, Laufleistung oder Fehlerprotokolle. Die Palette an IoT-Produkten ist breit gefächert.

Indem Unternehmen diese Informationen sinnvoll in ihre User Hubs integrieren und dadurch echten Mehrwert für den Kunden schaffen, lässt sich die Kundenbindung und -zufriedenheit signifikant steigern und die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Nutzer erhalten in der Plattform quasi einen

digitalen Zwilling ihres Produktes, was ihnen ermöglicht, den Zustand oder relevante Informationen in Echtzeit zu überwachen – egal, ob von zuhause aus oder unterwegs.

Was bedeutet ein solcher Ansatz konkret in der Anwendung?

Ein solcher integrativer Ansatz ermöglicht es, dass die Plattform proaktiv vorbeugende Maßnahmen vorschlagen oder initiieren kann, um beispielsweise die Lebensdauer der Geräte durch die Nachbestellung von Verbrauchsmaterialien zu



verlängern. Umgekehrt können auch Geräte über die Plattform mit dem Nutzer kommunizieren, indem sie Kaufvorschläge machen oder Hilfestellungen anbieten. Dies fördert nicht nur eine kontinuierliche Interaktion mit dem Kunden, sondern revolutioniert auch den Kundendienst, indem eine proaktive, bedarfsorientierte Unterstützung ermöglicht wird.

Wo wir schon bei Technologien der Zukunft sind: Inwieweit kann denn Künstliche Intelligenz (KI) in User Hubs helfen?

Künstliche Intelligenz (KI) transformiert die Art und Weise, wie User Hubs funktionieren, indem sie intelligente, effiziente und personalisierte Kundenerfahrungen ermöglicht. Moderne Chatbots, die von fortschrittlicher KI angetrieben werden, sind heute in der Lage, relevante Informationen zu verarbeiten und sinnvoll auf Kundenanfragen oder -interaktionen zu reagieren. Diese Chatbots können nicht nur einfache Fragen beantworten, sondern auch komplexe Anliegen bearbeiten, indem sie Kontext verstehen und auf Informationen im Hub zugreifen.

Darüber hinaus spielt KI eine entscheidende Rolle bei der Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen. Sie unterstützt bei Auftragsabwicklungen, bietet Planungsunterstützung und verarbeitet Anfragen effizient. Diese Fähigkeiten ermöglichen es Unternehmen, schneller und genauer auf Kundenbedürfnisse einzugehen, was die Kundenzufriedenheit und Betriebseffizienz steigert.

Weiterhin kann KI dazu beitragen, personalisierte Einkaufserlebnisse zu schaffen, indem sie Kundenverhalten analysiert und maßgeschneiderte Empfehlungen bietet. Dies reicht von Produktvorschlägen bis hin zu individualisierten Marketingbotschaften, die die Kundenbindung vertiefen und die Konversionsraten erhöhen.

Zusammenfassend ermöglicht KI in User Hubs eine neue Ebene der Interaktion, Effizienz und Personalisierung. Sie optimiert nicht nur interne Prozesse, sondern trägt auch dazu bei, ein dynamischeres, reaktionsfähigeres und kundenzentriertes Erlebnis zu schaffen.



LOGO
Produkte Inspirationen Mein Service-Portal

Maßgeschneiderte Lerninhalte für Ihren „FlexiBot 3000 Industrieroboter“

Einführung in die Roboterprogrammierung

Dieser Kurs führt Sie durch die ersten Schritte der Automatisierung und hilft Ihnen, das volle Potenzial Ihrer Anschaffung zu nutzen.

KURS STARTEN

Wartungsstrategien für langlebige Systeme

Lernen Sie, wie Sie Ihre Automatisierungssysteme warten und gängige Fehler schnell beheben können. Dieser Leitfaden bietet praktische Tipps und Checklisten zur vorbeugenden Instandhaltung.

LEITFADEN HERUNTERLADEN

Erweiterte Konfigurationstechniken

Vertiefen Sie Ihr Wissen über erweiterte Konfigurationsmöglichkeiten unserer Softwaretools. Optimieren Sie Ihre Prozesse durch individuell angepasste Einstellungen.

MEHR ERFAHREN

< >

Empfohlene Ergänzungen für Ihren „FlexiBot 3000 Industrieroboter“

FlexiGrip Präzisionszange

Erweitern Sie die Funktionalität Ihres Industrieroboters mit der FlexiGrip Präzisionszange, ideal für präzise Montageaufgaben.

Produkt ansehen >

FlexiVision Kamera-Kit

Ermöglichen Sie Ihrem FlexiBot 3000 erweiterte visuelle Inspektionen und Qualitätskontrollen mit unserem hochauflösenden Kamera-Kit.

Produkt ansehen >

FlexiMaint Wartungs-Kit

Halten Sie Ihren Industrieroboter mit unserem umfassenden Wartungs-Kit, das alle notwendigen Werkzeuge und Ersatzteile enthält, in optimalem Zustand.

Produkt ansehen >

< >

Beispiel für ein durch KI generiertes personalisiertes Einkaufserlebnis: Vorschläge für Lerninhalte basierend auf der Analyse des Kundenverhaltens sowie maßgeschneiderte Produkt-Empfehlungen. (Quelle: netz98)

Die Vorteile von Adobe Commerce (Magento) als technologische Basis für Serviceportale

Adobe Commerce (Magento) ist eine ausgezeichnete Wahl für Unternehmen, die einen User Hub implementieren und betreuen möchten, mit spezifischen Vorteilen, die ein tiefgehendes und interaktives Kundenerlebnis ermöglichen:

- **KI-gestützte Personalisierung:** Durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz bietet Adobe Commerce fortschrittliche Personalisierungsoptionen, die es ermöglichen, individuelle Kundenerlebnisse zu schaffen. Diese reichen von personalisierten Produktvorschlägen bis hin zu maßgeschneiderten Inhalten und Promotions, die direkt auf die Bedürfnisse und das Verhalten der Nutzer abgestimmt sind.
 - **Spezialisierte B2B-Funktionalitäten:** Mit Features wie Self-Service-Kundenportalen, kundenspezifischen Katalogen und Preisgestaltungen sowie der Verwaltung von Unternehmenskonten mit verschiedenen Rollen und Berechtigungen, ist Adobe Commerce ideal, um den spezifischen Anforderungen von B2B-Kunden im Rahmen eines User Hubs gerecht zu werden.
 - **Erweiterte Integrationen:** Die Plattform erleichtert die Integration mit CRM- und ERP-Systemen sowie anderen Geschäftsanwendungen, was eine zentrale Verwaltung von Kundeninteraktionen und -transaktionen ermöglicht und somit die Effizienz und das Kundenerlebnis innerhalb des User Hubs verbessert.
 - **Sicherheitsfeatures:** Adobe Commerce bietet umfassende Sicherheitsmaßnahmen zum Schutz sensibler Kundendaten und unterstützt Unternehmen bei der Einhaltung von Datenschutzbestimmungen – ein kritischer Aspekt für den Betrieb eines vertrauenswürdigen User Hubs.
- Diese Schlüsselfunktionen machen Adobe Commerce zu einer robusten Plattform für Unternehmen, die einen User Hub entwickeln wollen, der nicht nur heute, sondern auch in Zukunft den Bedürfnissen ihrer Kunden entspricht und ein außergewöhnliches Einkaufserlebnis bietet.



Und können IoT und KI innerhalb eines Serviceportals gut verknüpft werden?

Im Bereich IoT erweist sich KI als unverzichtbar, indem sie große Mengen von Daten interpretiert, die von vernetzten Geräten und Maschinen generiert werden. Sie kann Muster erkennen, Vorhersagen treffen und sogar proaktive Wartungsmaßnahmen vorschlagen, bevor Probleme auftreten. Dies erhöht nicht nur die Zuverlässigkeit der Produkte, sondern verbessert auch das Kundenerlebnis durch minimierte Ausfallzeiten und personalisierte Nutzungsempfehlungen.

Welche Herausforderungen für Unternehmen siehst du beim Einsatz von User Hubs in Kombination mit IoT und KI?

Die Einführung von User Hubs, unterstützt durch KI und IoT, konfrontiert Unternehmen mit Herausforderungen rund um Datenschutz und technische Integration. Wichtig ist, transparent Nutzerzustimmungen für die Datenverarbeitung zu sichern und die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen zu gewährleisten. Zugleich muss die Kompatibilität verschiedener Systeme innerhalb des Hubs sichergestellt werden.



Ein schrittweiser Aufbau des User Hubs ermöglicht es, diese Herausforderungen effektiv zu bewältigen. Beginnend mit einem Kern-Set an Funktionen, das basierend auf Kundenfeedback erweitert wird, können Unternehmen zum einen die technische Komplexität und Kosten kontrollieren. Zugleich können sie sicherstellen, dass der Hub eng an den Kundenbedürfnissen ausgerichtet ist und dabei Sicherheit und Datenschutzkonformität gewahrt bleiben.

Haben Sie noch Fragen?

Möchten Sie noch mehr über den Einsatz von Kundenportalen und User Hubs wissen? Dann zögern Sie nicht, mich und meine Kollegen zu kontaktieren! Wir stehen Ihnen gerne mit Rat und Tat in Sachen Adobe Commerce (Magento), großen E-Commerce-Projekten und Plattformen für die Digitalisierung Ihres Unternehmens zur Verfügung.



Maria Kern
Senior Frontend
Architektin



Julia Mayer
Senior Account
Manager



Über valantic

valantic ist die N°1 für die Digitale Transformation und zählt zu den am schnellsten wachsenden Digital Consulting-, Solutions- und Software-Gesellschaften am Markt. Über 500 Blue Chip Kunden vertrauen bereits auf valantic – davon 33 von 40 DAX-Konzernen sowie eine Vielzahl internationaler Marktführer. Mit mehr als 4.000 Digitalisierungs-Expertinnen und -Experten ist valantic in 18 Ländern weltweit vertreten und wird in 2024(e) voraussichtlich einen Umsatz von 600 Mio. Euro erwirtschaften.

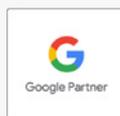
Etwa 2.000 erfolgreiche Digitalisierungsprojekte in den letzten fünf Jahren haben gezeigt, dass die Expertinnen und Experten von valantic die Herausforderungen ihrer Kunden genauestens verstehen. Von der Strategie bis zur handfesten Umsetzung verfügen diese über die notwendige Expertise, Projekte von Anfang bis Ende zu begleiten und erfolgreich zu machen. Dabei verbinden sie technologische Kompetenz mit Branchenkenntnis und Menschlichkeit.

valantic berät Unternehmen zu allen Herausforderungen der Digitalen Transformation, hilft diesen, ihre Corporate Performance besser zu managen und die Potenziale von Daten und Künstlicher Intelligenz zu heben. Darüber hinaus unterstützt valantic seine Kunden dabei, die Customer Experience optimal zu gestalten, Kerntechnologien der Digitalisierung gewinnbringend einzusetzen und Unternehmensprozesse durchgängig zu optimieren.

netz98 als eine der führenden E-Commerce Agenturen in Deutschland ist seit 2019 Teil der valantic. Innerhalb von valantic ist netz98 der Spezialist für Magento und Adobe Commerce und realisiert seit über 20 Jahren zukunftsweisende B2B- und B2C Commerce Plattformen sowie Digitalisierungsprojekte namhafter Unternehmen.

www.valantic.com/de

Unsere Partner im Magento und Adobe Commerce Umfeld





**netz98 GmbH –
a valantic company**
Hattenbergstraße 10
55122 Mainz
Deutschland

Telefon +49 6131 90798-98
Telefax +49 6131 90798-99
info@netz98.de

www.netz98.de

valantic