

Digitalisierung: was bedeutet das für Swisscom?

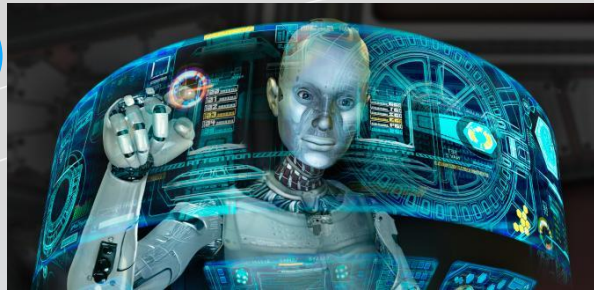
Jürgen Ziehfrend
Head of New Business Development – Swisscom Digital Business

Martin Breitschmid
Head of Market & Customer Intelligence - Swisscom

8. Juni 2017

Agenda: Digitalisierung ...

1



*eine
(strategische)
Perspektive*

2



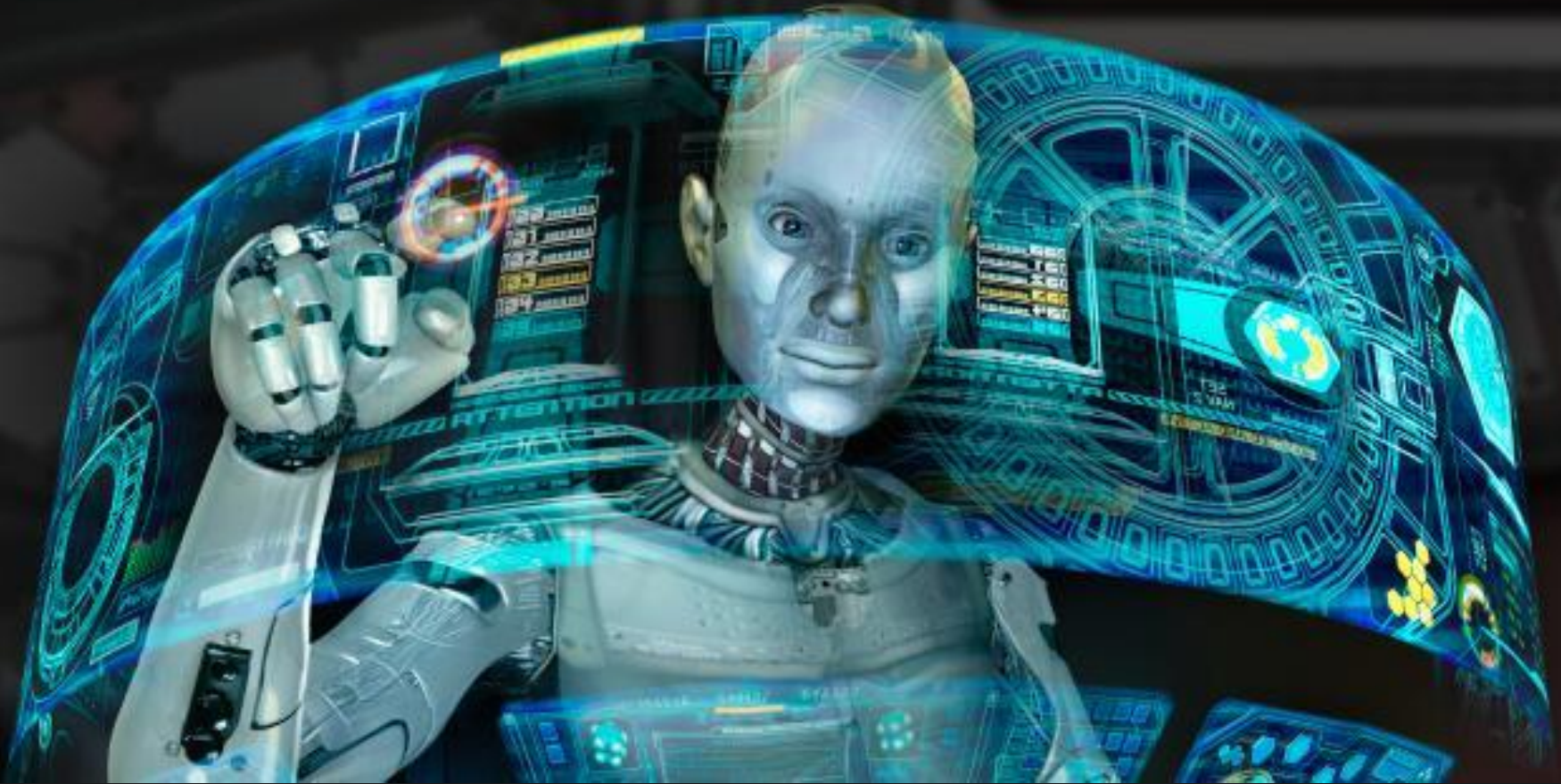
*Herausforderungen &
Antworten*

3



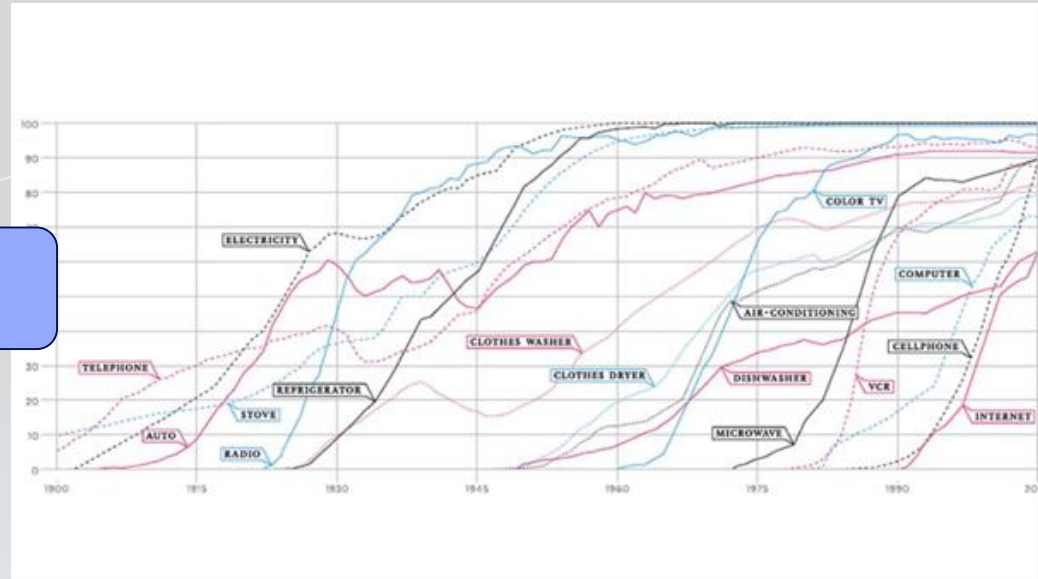
*Impact Digitalisierung
auf die Mafo*

Digitalisierung

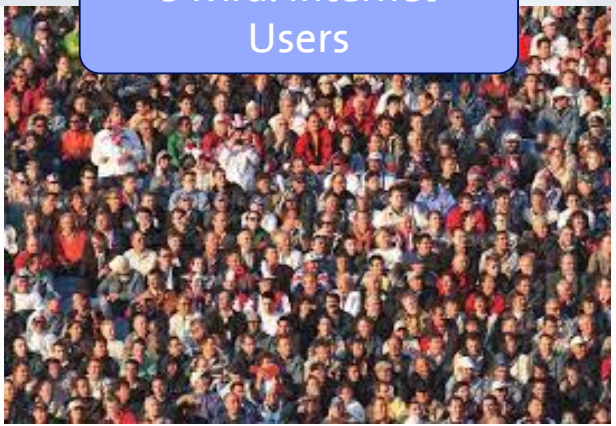


Treiber der Digitalisierung

Technologie



3 Mrd. Internet Users



2.5 Mrd. Smartphone Users



Was heisst das nun?



ABER ...

Was heisst das für Unternehmen?

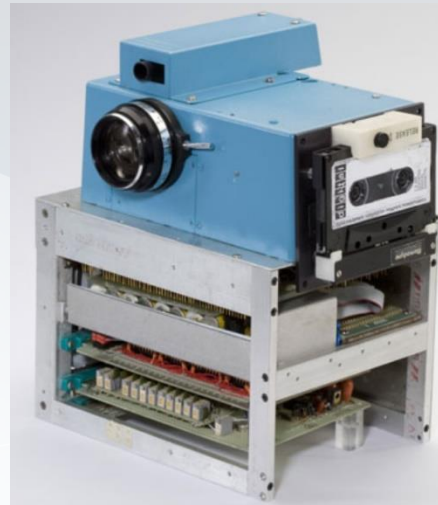
Ein Beispiel aus der Geschichte



Pionier (1880)



Erste digitale Kamera (1975)



Höhepunkt (90er, 20 Mrd. \$ Umsatz)



... und was dann passiert ist

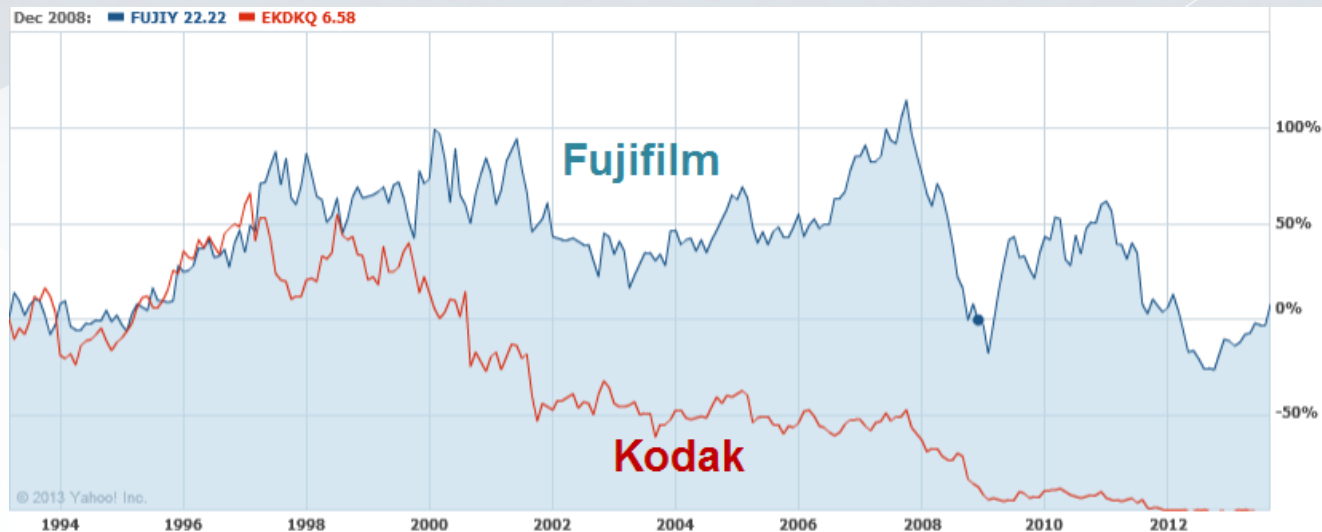


Oops...



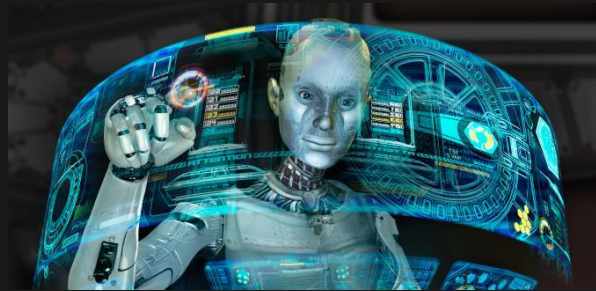
Resultat

(Chapter 11 in 2012)



Digitalisierung

Geschichte



Zukunft

*Wir haben
gelernt!*

*Aber wie JETZT
gestalten (und
reagieren)?*

Beispiel Auto-Industrie: ist Tesla ein anderes, vielleicht besseres Auto?



...mit Benzin



... mit Strom

Oder geht es um "disruptive" Veränderungen?

Vom Mensch als Fahrer ...

zu selbstfahrenden Fahrzeugen

Von Verbrennungsmotoren ...

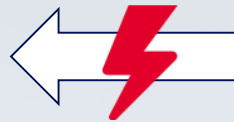
zu Elektromobilität

Von Eigentum ...

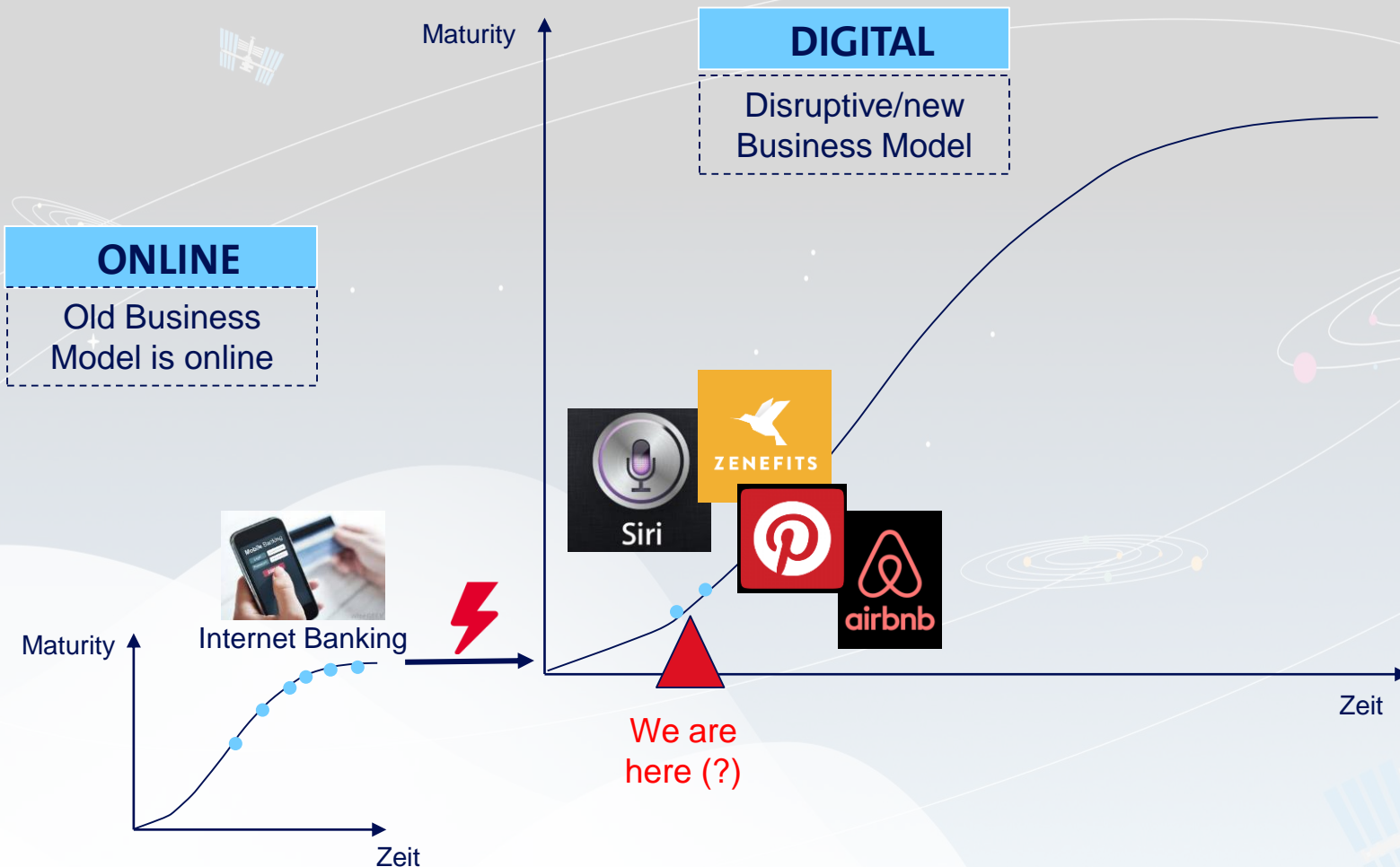
zu Shared Mobility



 **DriveNow**



In welchem Reifegrad befindet sich die Digitalisierung?



Worin besteht nun der "Change" bei der Digitalisierung?

12

Beispiele

Von...

...ZU

Kundenbedürfnis 3.0

"Symptomatischen"
Bedürfnis (praktisches
Auto)

"originärem" Bedürfnis
(Ich muss von A nach B,
mit viel Gepäck)

Software wird immer
wichtiger

Legacy-, Silo-Systeme

"Offenen" Software Platt-
formen

"Smart" Data wird
strategisch

Business Intelligence,
Reporting

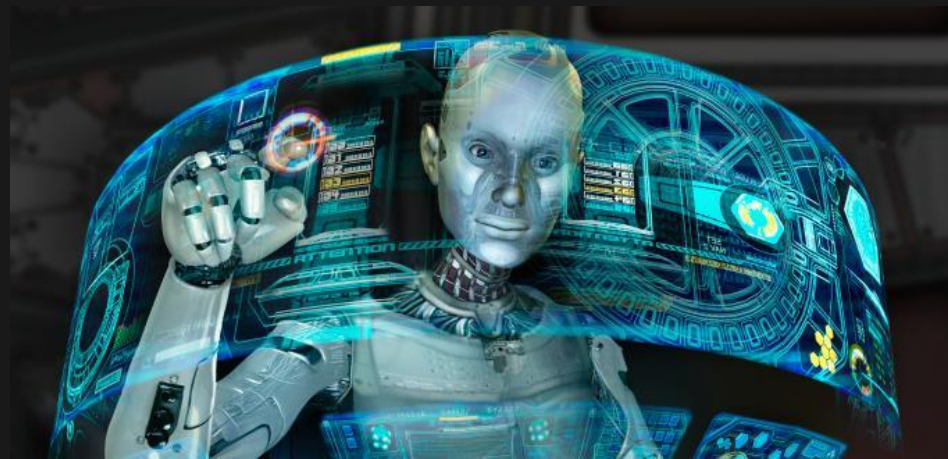
Advanced analytics, smart data
wird Teil der Wertschöpfung

Disruption von
Geschäftsmodellen

Wir sind ein Hotel

Wir sind eine Vermittlungs-
plattform für temporären
Wohnraum (Ökosystemen)

Herausforderungen für Swisscom



Damals in 2007...

Warum gerade 2007?



Damals in 2007...



Impact auf unser Kerngeschäft heute (Beispiel)

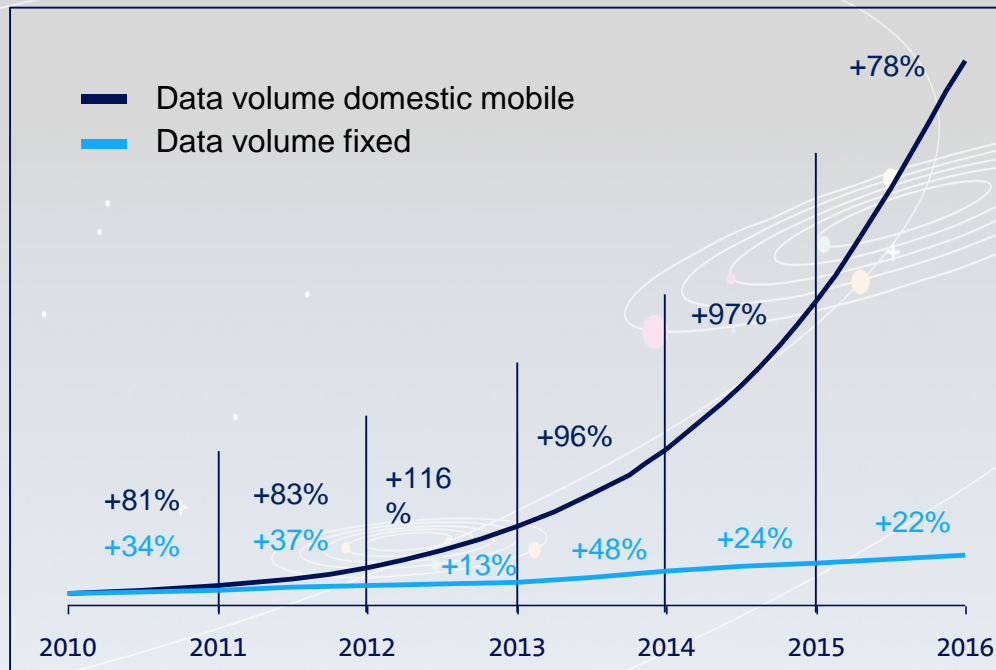
Behavioral changes ...

... lead to exponential data growth

Every second in the internet ...



Source: internetlivestats.com (as of June 2016)



Data usage increases exponentially, confirming the need to invest in high-performance networks

Finanzzahlen 2016

	2015	2016
Nettoumsatz (MCHF)	11'678	11'643
EBITDA (MCHF)	4'098	4'293
Investitionen (MCHF)	2'409	2'416
Dividende/Aktie (CHF)	22	22

Need for change?



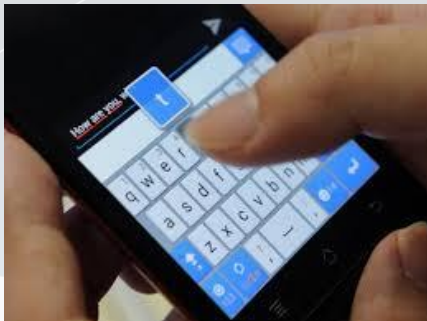
"Digital" Trends werden zu Herausforderungen im Kerngeschäft



"Mobile First"



-250k Festnetz-
anschlüsse in
2016 



Chat



SMS Umsatz 

Near Future



eSIM



Kunden-
beziehung 

Wir sehen vier Wirkungsfelder der Digitalisierung

Geschäftsmodelle



Nach innen ↔ Nach aussen

Prozesse



Nach innen ↔ Nach aussen

Kundenerlebnisse



Nach innen ↔ Nach aussen

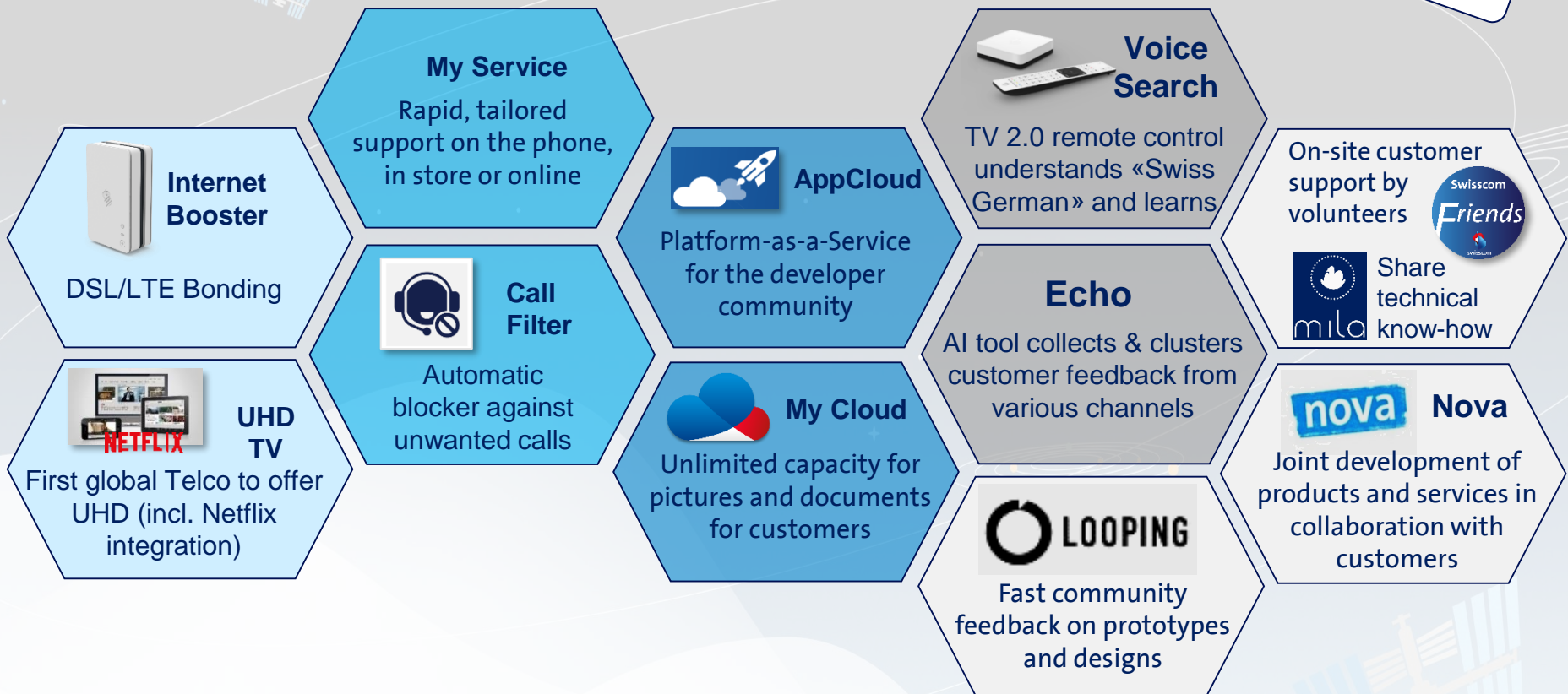
Zusammenarbeit



Nach innen ↔ Nach aussen

Wir (re-)agieren vielfältig...

Beispiele aus dem Kerngeschäft



Neben Produktinitiativen haben wir auch neue Fähigkeiten entwickelt (Beispiele)

21

Lean startup
Ansatz

DevOps

Agile
Development

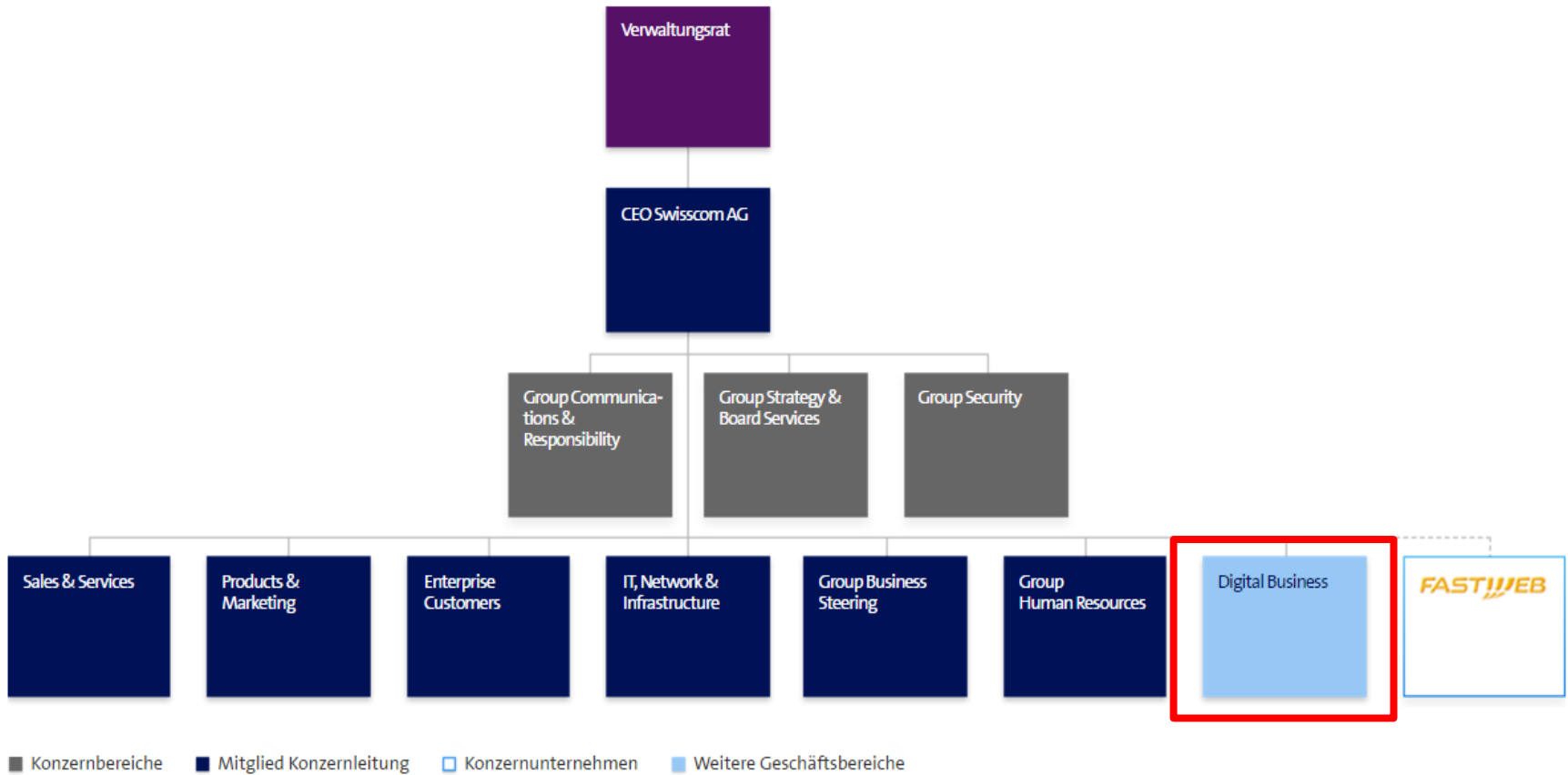
Fail quickly
and cheaply

Data analytics

Open
innovation

Artificial
Intelligence

Digital Business Unit: neu seit Januar 2016



Digital Business Unit (DBU) Aufträge

Wachstum

New Business
Development

FinTech



Roger Wüthrich

**Chief Digital Officer
Leiter DBU**

Externe Innovation

Outpost

Startups

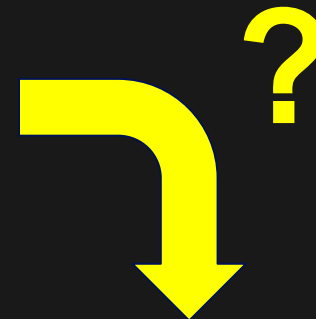
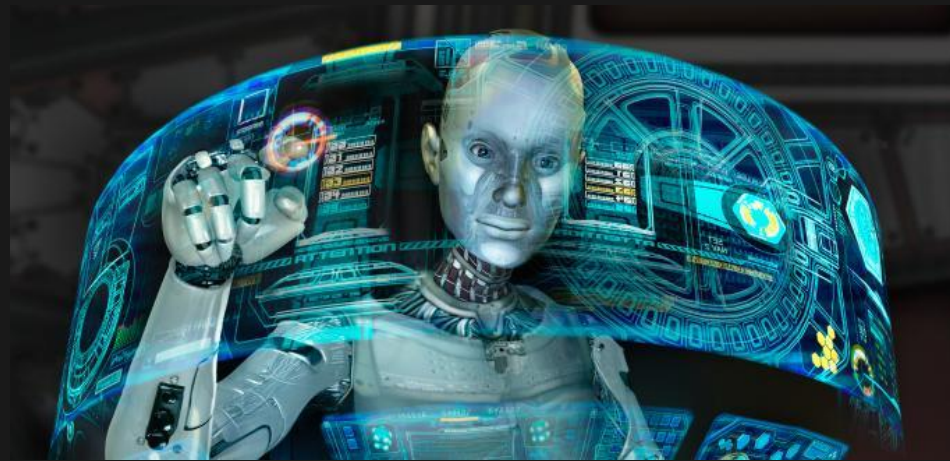
Corporate
Venturing



**+ Neue Ventures, JVs,
Beteiligungen**

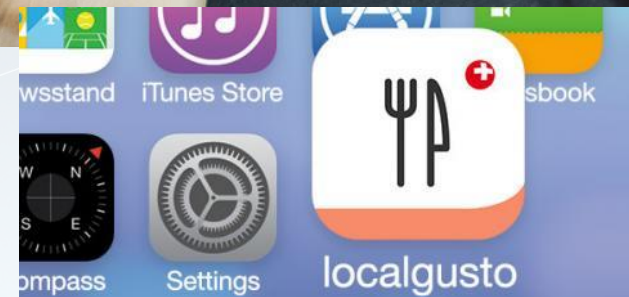
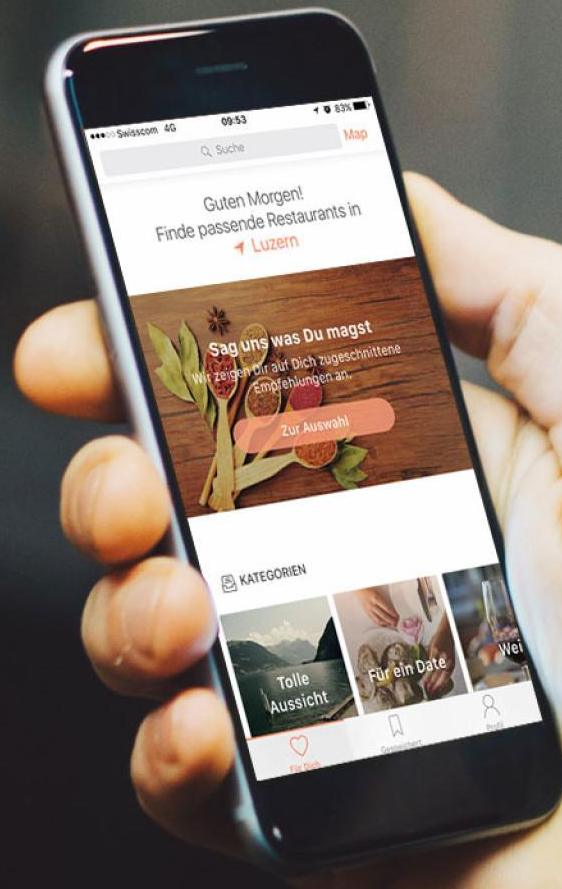
**"Swisscom
Innovation
Accelerator"**

Impact der Digitalisierung auf die Marktforschung



Target group trend profile
fact **Market** statistic
data **Research** customer
find product
popularity sample examine value
explore

Impact Digitalisierung auf die Mafo



Impact Digitalisierung auf die Mafo

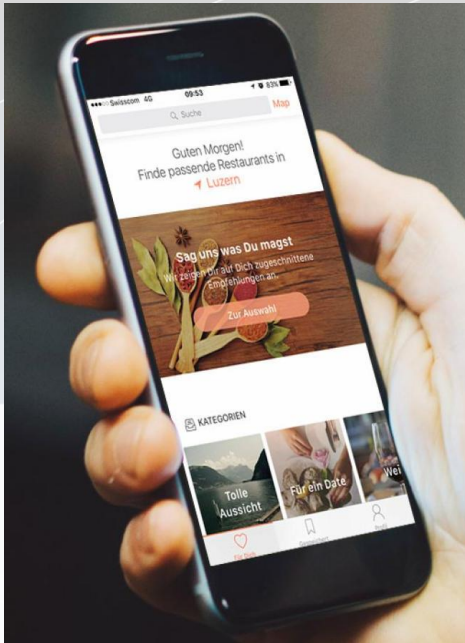
26

**Es braucht nicht weniger Marktforschung,
sondern mehr,
aber anders**



Es braucht nicht weniger Marktforschung, sondern mehr, aber anders

27



> Mafo wird Kern-Bestandteil der Customer Experience Entwicklung (prototyping, testing, ...)



> Datenmenge steigt: von punktuellen Inputs zu konstantem/real-time Stream, von wenigen Datentypen zu vielen



> New technologies ermöglichen neue Erkenntnisse: z.B. Artificial Intelligence, virtual reality



Einfluss der Digitalisierung auf die Marktforschung bei Swisscom

28

Agile Arbeitsweise

- **Iterative/begleitende Arbeitsweise verlangt entsprechende Forschung:**
transversale Teams entwickeln über mehrere Wochen in kurzen, iterativen Zyklen Angebote anhand von Prototypen, die in kurzen Testzyklen validiert werden müssen zwecks Verbesserung; Kundeninsights ist nicht mehr nur Aufgabe der Mafo
- **Persönliche Kunden Tests/Interviews oder kurze Pilotbefragungen:**
vermehrt direktes Feedback zu Nutzer-Experience und Prototype-Eigenschaften (inkl. Usability) und konkreten Verbesserungsmöglichkeiten im B2C und B2B, anstelle von "grossen" Nutzergruppen- oder Potentialbefragungen, letztere eher dann als vorab Grundlagenstudien positioniert
- **"Marktforscher" als ständiger Vertreter im agilen Projekt:**
Verantwortung für iterative Anpassung der Kunden Tests, einbringen von Kundensicht und Insights, Interpretation und Übersetzung der Kundenfeedbacks für Entwickler; oder: als rein methodischer Berater und Interpretationshelfer für PM, der selber testet
- **Gilt auch für die Kommunikationsforschung:**
agile Arbeitsweise wird auch in der Werbe-/Kommunikationsentwicklung angewendet mit analogem Effekt auf Kommunikationsforschung

Einfluss der Digitalisierung auf die Marktforschung bei Swisscom

29

Entwicklungen in der Methodik

- > **Anhaltender Shift zu online:**
aus Effizienzgründen und wegen abnehmender Erreichbarkeit und Teilnahmebereitschaft der Zielgruppen über andere Kanäle
- > **Dabei v.a. Fokus auf Smartphone/-device:**
wegen Zielgruppenerreichbarkeit (where ever, when ever) und wegen neueren technischen Möglichkeiten für umfassendere Insights (Foto, Kommentare, Beacon etc.)
- > **Mehr VOC / kurze event-triggered Befragungen auf transaktionaler Ebene:**
direkt nach dem Touchpoint-Kontakt, dafür aber mit open texts und Rückkontakt-Möglichkeit und Verknüpfung/Analyse Kundenhistory (s. Folgeslide)
- > **Weniger "streng repräsentative" Erhebungen auf relationaler Ebene:**
wegen zunehmend schwierigerer Quotenerreichung, deshalb vermehrt fallbezogene Stichproben von "Interessierten", spezielle Panels (z.B. Nutzerpanels oder Expertenpanels); bereits bekannte Massnahmen: online Panels, RDD, Gamification

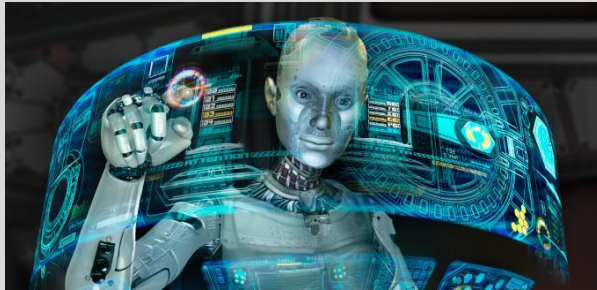
Einfluss der Digitalisierung auf die Marktforschung bei Swisscom

30

Integrale Insights

- > **Substitution/Reduktion isolierter quantitativer Faktenforschung:**
wegen intern vorhandenen und wachsenden System- und Kundenverhaltensdaten
- > **Verknüpfung von Forschungs- und internen (und weiteren?) Daten wird essentiell:**
grössere Umsetzungspower, da durchgehende Erkenntnis bis n=1 möglich;
3 Ausprägungen:
 - Anreicherung und erweiterte Analyse der Befragten Gruppe
 - Rückführung von Befragungsdaten in interne Datensysteme zwecks Modellbildung über befragte Gruppe hinaus (z.B. Churnprognosen, Segmentierung)
 - neuer Forschungsprojekte aufgrund von rein internen Subgruppenanalysen i.S.v. Markt-Validierungen, Verhaltensmotiven, qualitativen Ansätzen
- > **Heutige "Marktforschungsabteilung" (Institute?) als Treiber für integrale Insights:**
da Chancenerkennung der 1:1 Verknüpfung über Befragung und Analyse hinweg, Interpretations-Know-how und "Verlustangst" grösser als bei "Big Data-Abteilung"; offen, ob es in Zukunft die Trennung überhaupt noch gibt
- > **Legal Issues!**
Transparenz und Einhaltung Datenschutz sind Key

Summary



eine (strategische) Perspektive

Digitalisierung verändert Geschäftsmodelle

Alle Branchen "betroffen", früher oder später

Digital heisst vor allem "anders", nicht (nur) "besser"



Herausforderungen & Antworten

Vor 10 Jahren startete die Digitalisierung in der Telco-Branche

Vier Wirkungsfelder der Digitalisierung

"Digitale" Geschäftsmodelle müssen auch anders entwickelt und gesteuert werden



Impact auf Mafo

Nicht nur besser, sondern "anders"

Impacts für die Disziplin: Mafo-Nutzer/Ersteller, Daten, Technology

Impact auf Mafo-Unternehmen

Herzlichen Dank !

Q&A

