



Die neue IT Services etabliert globales Account Management



Kunde
Deutsche Post ITSolutions GmbH

Branche
Reisen, Transport und Logistik

Unternehmensbeschreibung
Als Tochtergesellschaft der Deutschen Post AG verantwortet die Deutsche Post ITSolutions (DPITS) die Informationstechnologie des Konzerns von der Beratung über die Entwicklung von Softwarelösungen bis zu deren Implementierung. Die DPITS gehört zu den zehn größten IT-Dienstleistern in Deutschland.

Rolle der ec4u
Die ec4u unterstützte das Account Management bei Fragen der grundsätzlichen Ausrichtung des Account Managements, beim Transformationsprozess und im Rahmen eines Benchmarking zur Bestimmung der relevanten Zielgrößen im Account Management.

Nutzen
Mit den gelieferten Ergebnissen hat die ec4u einerseits bei der Erarbeitung der konzeptionellen Grundlagen des Account Management unterstützt, andererseits wurde durch das Einbringen von „Best-Practice“-Erfahrungen und Benchmarks ein unmittelbarer Praxisbezug sichergestellt.

Im Rahmen einer internen Reorganisation hat die Deutsche Post AG ihre IT-Funktionen neu aufgestellt. Ziel war es, die Anbieter- und Nachfragerseite klar voneinander abzugrenzen. Diese Veränderung machte den Aufbau eines professionellen Account Managements bei der DPITS notwendig.

Die Deutsche Post ITSolutions (DPITS) gehört zu den zehn größten IT-Dienstleistern in Deutschland. Das Unternehmen versteht sich als der Logistics IT-Lösungsanbieter im Konzern Deutsche Post World Net (DPWN). Als interner Dienstleister bieten die DPITS ihre besondere Kompetenz im Bereich logistischer Geschäftsprozesse im gesamten Konzern an.

Dabei sind die Erfolgsfaktoren der DPITS einerseits das umfangreiche und langjährige Know-how der Prozesse, Organisationsstrukturen und Technologien im Konzern Deutsche Post World Net, andererseits deckt die DPITS als leistungsfähiger IT-Dienstleister mit konsequenter Kundenausrichtung das gesamte Anforderungsspektrum ab: von der Beratung und Konzeption über die Entwicklung maßgeschneiderter IT-Anwendungen bis zu deren Implementierung.

NEUAUSRICHTUNG DER ANGEBOTS- UND NACHFRAGERSEITE VON IT-DIENSTLEISTUNGEN

Mit konzernweiten Initiativen und Programmen (wie das im Jahr 2001 gestartete Wertsteigerungsprojekt „STAR“) stellt die Deutsche Post World Net ihre Prozesse und Organisationen kontinuierlich auf den Prüfstand, um Optimierungspotenziale zu identifizieren und zu realisieren. Ein Baustein für einen verbesserten Wertbeitrag der Informationstechnologie bestand in der klaren organisatorischen und prozessualen Trennung von Angebot und Nachfrage bei IT-Dienstleistungen.

VIELFÄLTIGE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS ACCOUNT MANAGEMENT

Die Ziele für Neugestaltung des Account war im Wesentlichen die Aufstellung des Account Management als Dienstleister für die gesamte DPWN-Organisation, die Vermarktung des gesamten IT-Service-Spektrums und die Umsetzung der Nachfrager-/Anbieter-Rollen.

DIE EC4U ERARBEITET KONZEPTION UND INTEGRIERT PRAXISBEZUG

Die ec4u expert consulting AG ist mit den Anforderungen an das Account Management eines internen IT-Dienstleisters bestens vertraut.

Die Unterstützung der DPITS durch die ec4u war aus diesem Grund von drei Gedanken begleitet:

1. Berücksichtigung der besonderen Aufgabe des Account Management bei einem internen IT-Dienstleister
2. Nutzung von Best-Practice-Erfahrungen und Benchmarks
3. Zügige Umsetzung der Konzeption unter besonderer Einbeziehung von Kundenaspekten

Auf Basis dieser Rahmenbedingungen erarbeitete die ec4u gemeinsam mit der DPITS die

„Um das Account Management unserer IT ServiceCenter erfolgreich aufzustellen bedarf es großer Erfahrung und Praxiswissen. Genau hier hat uns die ec4u bei der Zusammenführung der Deutschen Post ITSolutions und dem IT-Bereich der DHL unterstützt. Vor allem die auf Best-Practice-Erfahrungen beruhenden Lösungsvorschläge waren für uns ein großer Gewinn.“
Andreas Kersten
Vorsitzender der Geschäftsführung
Deutsche Post ITSolutions GmbH

Konzeption des Account Management, wobei ein besonderes Gewicht auf die Punkte Positionierung und Erarbeitung der internen Value Proposition gelegt wurde. Weiterhin wurden durch die ec4u im Rahmen eines Benchmarking qualitative und quantitative Vergleichsmaßstäbe für das Account Management erarbeitet. Schließlich wurde von der ec4u ein Maßnahmenplan für eine zügige Implementierung der Konzeption entwickelt.