

# DIGITALE TRANS FORMA TION

DEN KUNDEN

IM ZENTRUM

**TAKKTAG**  
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS





















Die Digitale Transformation bringt es mit sich, dass Maßnahmen schnell vorangehen, neue hinzukommen und wir ständig lernen. Deshalb nutzen wir auch hier die Vorteile der Digitalisierung und bringen Sie auf unserer Website immer auf den neuesten Stand unserer Digitalen Transformation:

[WWW.TAKKT.DE/DIGITAL](http://WWW.TAKKT.DE/DIGITAL)

AUF DEN FOLGENDEN SEITEN  
FINDEN SIE BEREITS EINE KLEINE  
AUSWAHL ERSTER MASSNAHMEN.

TAKKT \_ EXEMPLARISCHE MASSNAHMEN

07

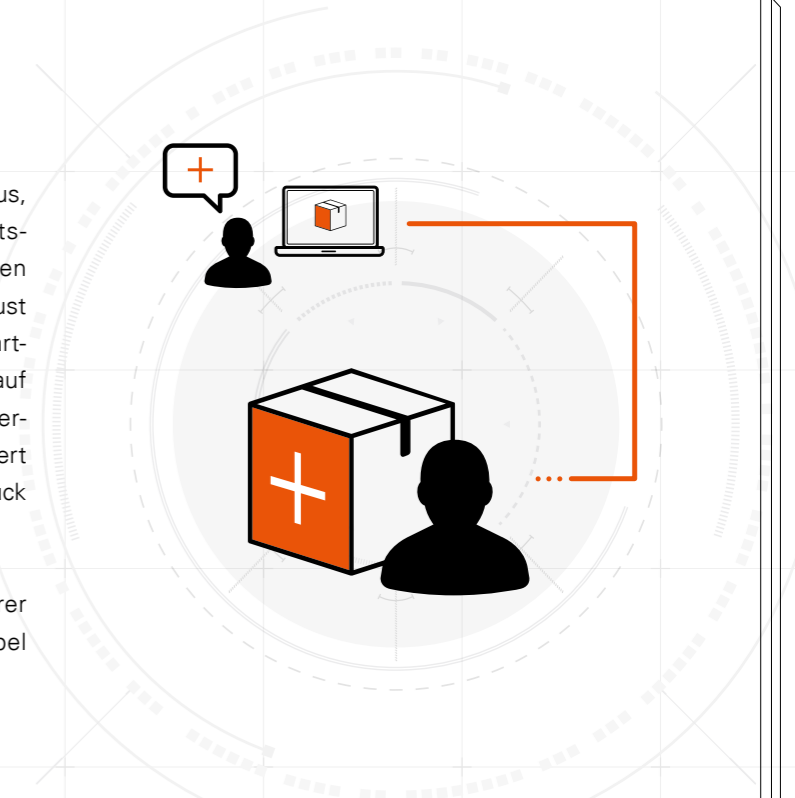


STRATEGIE &  
INNOVATION

BETEILIGUNG AN  
INNOVATIVEN START-UPS

Wir denken über unsere Unternehmensgrenzen hinaus, vor allem auf der Suche nach innovativen Geschäftsmodellen, einzigartigen Produkten und visionären Gründern. So haben wir uns beispielsweise im August 2016 eine Minderheitsbeteiligung beim Berliner Start-up printmate GmbH gesichert. printmate hat sich auf den digitalen Druck von professionellen Versandverpackungen im kundenindividuellen Design spezialisiert und kann Kunden schon ab einer Auflage von 100 Stück zu attraktiven Preisen beliefern.

Dieses Geschäftsmodell entspricht exakt unserer Strategie, Kundenbedürfnisse individuell und flexibel zu erfüllen – mithilfe der Digitalisierung.



TAKKT \_ EXEMPLARISCHE MASSNAHMEN

07

## EFFEKTIVER BERATEN UND VERKAUFEN MIT DEM KUNDEN-COCKPIT

Mithilfe des Kunden-Cockpits können wir künftig qualifiziert über alle Kanäle in Echtzeit mit unseren Kunden kommunizieren. Zum Beispiel, wenn ein Kunde beim Besuch des Onlineangebots Hilfe braucht, Informationen nicht findet oder den Warenkorb nicht zur Kasse bringt. Wir können ihm Produktalternativen aufzeigen, Zubehörartikel empfehlen oder wertvolle Herstellerhinweise für die optimale Verwendung oder die Montage weitergeben. Kompetente Ansprechpartner unterstützen ihn dann über unterschiedliche Kanäle bei allen Fragen und bieten individuelle Lösungen, um die Wahrscheinlichkeit des Kaufabschlusses zu erhöhen.

Dafür müssen wir unsere Kunden verstehen. Hierzu erarbeiten wir „Customer Journeys“ und definieren Personas. Diese sind detailliert beschriebene Kundentypen, anhand derer wir konkrete Bedürfnisse identifizieren. Die Auswertung gibt uns Einblick, an welchen Kontaktpunkten wir ansetzen müssen. Damit nähern wir uns unserem Ziel eines herausragenden Kundenerlebnisses an und erkennen, wann und über welchen Kanal der Kunde mit für ihn relevanten Informationen versorgt werden sollte.



# CUSTOMER DECISION JOURNEY



TAKKT \_ EXEMPLARISCHE MASSNAHMEN

07

# PROZESS AUTOMATISIERUNG

## TRANSPARENTE SERVICES

Wir bieten unseren Kunden in allen Phasen die gewünschte Transparenz. Das Lieferdatum sehen unsere Kunden bereits vor Bestellaufgabe. E-Mails mit Click-to-Call und direkter Chat-Möglichkeit ermöglichen bei Bedarf eine unkomplizierte, direkte Kontaktaufnahme. Zukünftig werden auch Gewährleistungsinformationen jederzeit und mit jedem Endgerät einfach abrufbar sein. Und auf Wunsch informieren wir über anstehende Wartungstermine.

Die Digitalisierung sorgt in vielen Prozessschritten für ein besseres Kundenerlebnis. Bei der Bestellaufgabe hilft eine automatische Adressprüfung, Fehler bei der Eingabe und somit spätere Zustellverzögerungen zu vermeiden. Bei Ratioform werden dem Kunden seine ratioPoints bei der Bestellung automatisch digital gutgeschrieben. Digitale Lösungen für das Kundenkontaktmanagement und die Multikanal-Planung werden für einen besseren Kundendialog sorgen.



# ORGANISATION, STEUERUNG & UNTERNEHMENSKULTUR

## TRAINEEPROGRAMM „DIGITAL ENTREPRENEURSHIP“

Unser neues Traineeprogramm „Digital Entrepreneurship“ beinhaltet neben Stationen in ausgewählten Bereichen unserer Gesellschaften in den USA und Europa auch mehrere Monate Ausbildung bei Schacht One. Mithilfe von Design Thinking und Rapid Prototyping entwickelt Schacht One innovative und radikal nutzerzentrierte Ideen und Lösungsansätze. Unsere jungen Talente lernen hier, digitale Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Aktuelle Projekte und Ideen finden Sie jederzeit unter [www.schacht.one](http://www.schacht.one).

Zusätzlich erweitern Besuche bei jungen ebenso wie bei etablierten Digitalunternehmen im Silicon Valley den Horizont. Kurse an renommierten Universitäten wie auch an der Haniel-Akademie vermitteln den digitalen Talenten zudem das nötige Handwerkszeug. Der regelmäßige Dialog mit Mentoren aus der Geschäftsleitung verschafft den durch diese Talente generierten, innovativen Ideen die nötige Aufmerksamkeit.

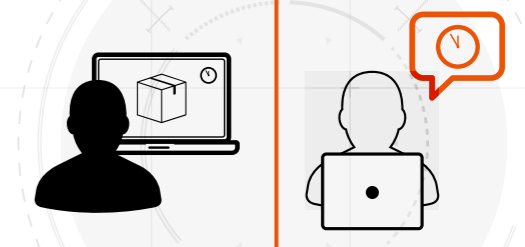


# TECHNOLOGIE

## IN ECHTZEIT KOMMUNIZIEREN

Qualifizierte, kompetente Beratung ist ein wichtiger Mehrwert, den wir unseren Kunden bieten. Damit unterscheiden wir uns deutlich von rein transaktionsorientierten Wettbewerbern. Mit neuen digitalen Diensten ergeben sich hier weitere Möglichkeiten, sich deutlich vom Wettbewerb zu differenzieren. So schaffen wir zum Beispiel die Möglichkeit, den Kunden dort abzuholen, wo er Hilfe benötigt. Ist er im Web unterwegs, können wir ihn zukünftig über Co-Browsing durch unser Angebot direkt zum passenden Produkt führen oder interaktiv mit ihm Lösungsvorschläge erstellen und dreidimensional visualisieren.

Bereits heute macht unsere Marke National Business Furniture mit dem Virtual Showroom Produkte virtuell erlebbar und baut die Brücke vom stationären Handel zum Webshop.



TAKKT \_ EXEMPLARISCHE MASSNAHMEN

07

## INDIVIDUELLE KUNDENANSPRACHE

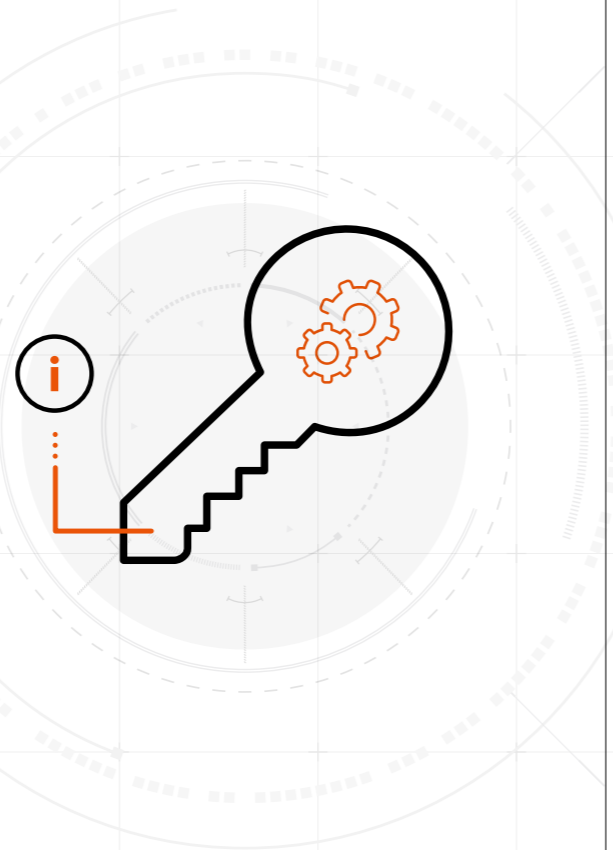
Daten sind für uns ein wichtiger Schlüssel, um ein besseres Kundenerlebnis zu schaffen. Wir wollen unsere Kunden in der Flut, die sie täglich an Information erhalten, zielgerichtet gemäß ihren Anforderungen und Bedürfnissen bedienen. So lassen sich zum Beispiel Newsletter-Inhalte mithilfe unserer Datenanalyse individuell auf den jeweiligen Kundentypus, seine Präferenzen und sein Suchverhalten anpassen. Veränderte Kundenbedürfnisse werden schneller erkannt, sodass unsere Kunden immer das optimal auf sie zugeschnittene Angebot erhalten.

Dafür bauen wir unsere Expertise im Bereich Datenanalyse weiter aus und bündeln diese in einem virtuellen Kompetenzzentrum, um so bereits erfolgreich getestete Vorgehensweisen für alle unsere Gesellschaften nutzbar zu machen.

WWW.TAKKT.DE/DIGITAL



## DATEN & ANALYTIK



TAKKT \_ DIGITALEXPERTEN

08

## UNSERE BERATENDEN DIGITALEXPERTEN.

Die TAKKT AG hat 2015 einen Beirat Digitale Transformation ins Leben gerufen. Dieser berät und unterstützt den TAKKT Vorstand und die Chief Digital Officers unserer Gruppengesellschaften in Zeiten des Wandels und fördert die Innovationsfähigkeit. Erfahrene Experten aus der Digitalwirtschaft antizipieren und reflektieren digitale Trends, helfen digitale Chancen und Gefahren zu erkennen.

Der Beirat steuert eine externe Perspektive bei und fungiert als Ratgeber. Er stellt zielgerichtet Fragen und bewertet, was wirklich von fundamentaler Bedeutung für den zukünftigen Erfolg der TAKKT AG sein kann.

WWW.TAKKT.DE/DIGITAL

### MITGLIEDER

#### Dr. Martin Enderle

Selbstständiger Management-Berater, Experte für digitale Start-ups und Geschäftsmodelle, ehemaliger CEO von Scout24

#### Joseph Noronha

Director, Detecon Innovation Institute, Silicon Valley Experte für digitale Innovationen

#### Professor Dr. Martin Spann

Direktor des Instituts für Electronic Commerce und Digitale Märkte, Experte für Digitalisierung, Marketing und Innovation

TAKKT

# WIR SIND TAKKT.

TAKKT\_WELTWEIT

09

WWW.TAKKT.DE/DIGITAL

MARKEN

16

>300.000

PRODUKTE

>70

STANDORTE

~3 Mio.

KUNDEN

~14%

EBITDA-MARGE

E-COMMERCE

~40%

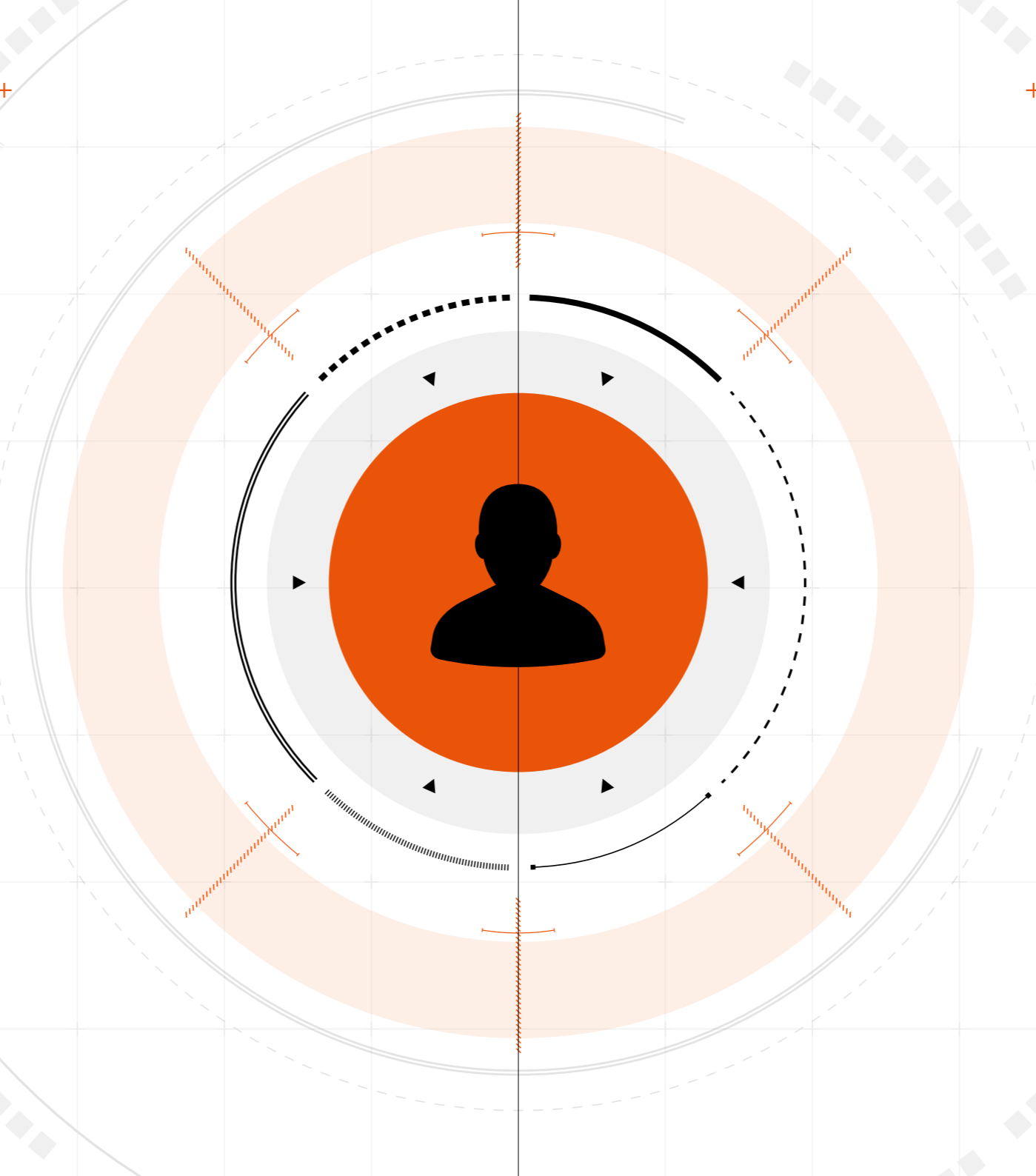
UMSATZ

>1 Mrd.  
EURO



# UNSER LEITBILD.

Wir sind ein weltweit tätiges Portfolio von B2B-Spezialversandhändlern für Geschäftsausstattung und haben uns das Ziel gesetzt, mit unseren Portfoliogesellschaften in unseren Märkten führend zu sein. Jede Gesellschaft betreibt im Kern ein vergleichbares Geschäftsmodell, allerdings mit einem unterschiedlichen Fokus auf Kundengruppen, Produktsortimenten oder Ländern, und nutzt im Rahmen eines Multi-Channel-PLUS-Ansatzes die Marketingmedien Print, Online, Tele und Field. Auf Basis eines erfolgreichen Geschäftsmodells stellen wir uns damit im Konzern breit auf und können so die Risiken einzelner Märkte in unserem Portfolio diversifizieren. Wo immer wir die Erfolgsaussichten positiv sehen, werden wir neue Märkte erschließen – durch Gründung neuer Gesellschaften oder durch Akquisitionen.

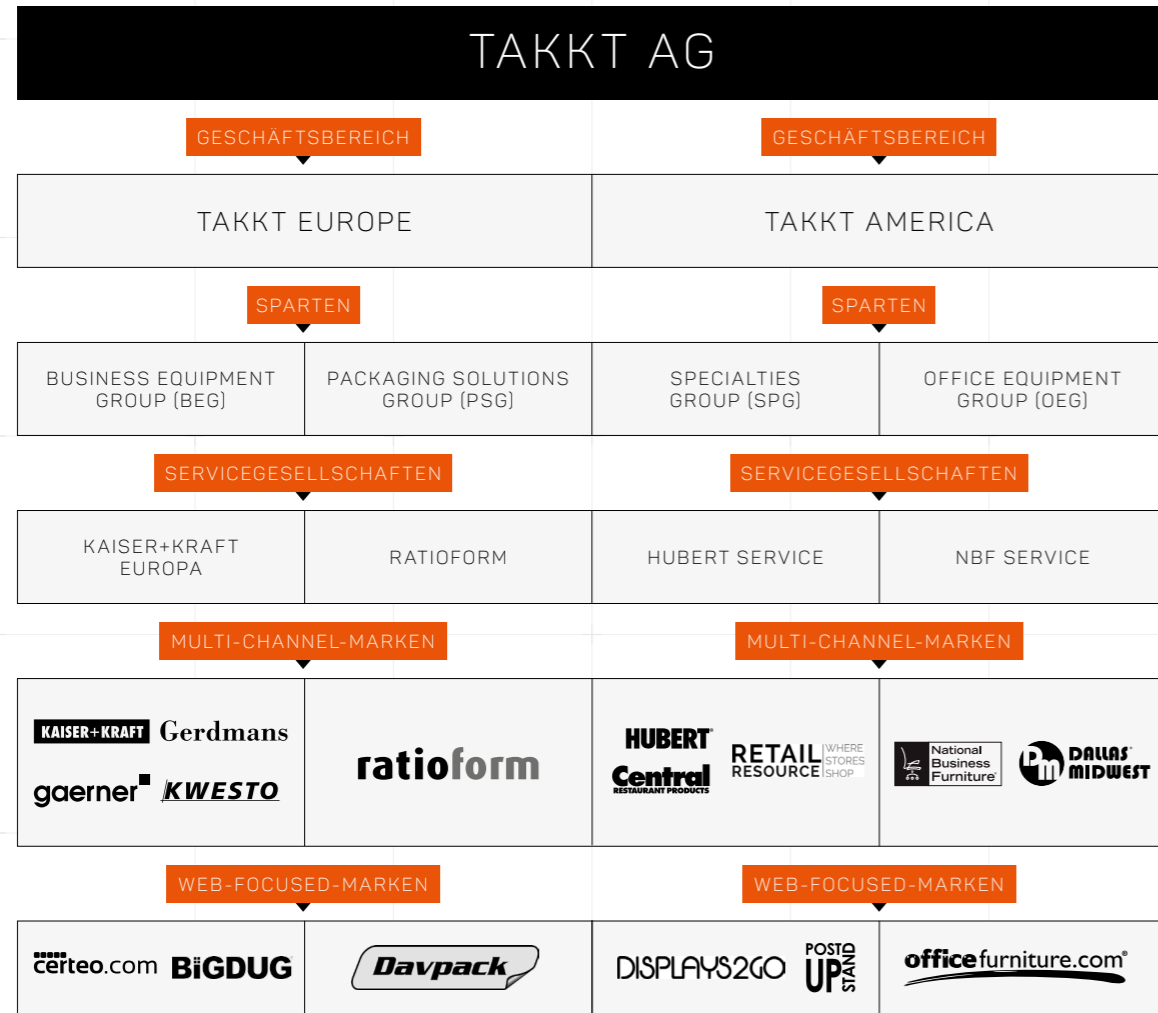


Der Kunde steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Neben einer qualitativ hochwertigen Produktvorauswahl wird unser Angebot durch beispielhaften Service komplettiert. Unsere Portfoliogesellschaften haben sich als Ziel gesetzt, unseren Kunden die effizienteste Form der Beschaffung von Geschäftsausstattung anzubieten. Hierbei passen wir unser Geschäftsmodell laufend an veränderte Kundenbedürfnisse an. So werden Trends wie die zunehmende Digitalisierung erkannt und zielgerichtet für unsere Kunden und Geschäftspartner nutzbar und erlebbar gemacht.

Unser Handeln ist geleitet von unseren Unternehmenswerten sowie unseren Grundsätzen der Nachhaltigkeit. Wir setzen uns aktiv für Klima- und Umweltschutz ein und übernehmen Verantwortung für unsere Produkte – im Einkauf, im Marketing und in der Logistik. Ebenso engagieren wir uns für die Belange unserer Mitarbeiter und jene unseres gesellschaftlichen Umfelds. Durch zielgerichtetes und systematisches Vorgehen wollen wir in Bezug auf Nachhaltigkeit Vorbild unserer Branche sein.

TAKKT \_ UNTERNEHMENSSTRUKTUR

11



WWW.TAKKT.DE/DIGITAL

TAKKT \_ IMPRESSUM

IMPRESSUM

TAKKT AG

Postfach 10 48 62, 70042 Stuttgart

Presselstraße 12, 70191 Stuttgart

Deutschland

t +49 711 3465-80

f +49 711 3465-8100

[www.takkt.de/digital](http://www.takkt.de/digital)

KONZEPTION, REDAKTION,  
GESTALTUNG UND REALISATION

CB.e Kavermann GmbH & Co. KG, Stuttgart

[www.kavermanncbe.de](http://www.kavermanncbe.de)

DRUCK

Eberl Print GmbH, Immenstadt

[www.eberl.de](http://www.eberl.de)



WWW.TAKKT.DE/DIGITAL

