



Christian Hitz

Institute of Business Information Technology
School of Management and Law
Zurich University of Applied Sciences, Winterthur

WINLINK ^{Online**} Digital Breakfast**

Welche Rolle spielen Data Science Modelle bei Customer Centricity

2. September 2020 -> Versicherer Zurich holt für Digital-Offensive Tech-Profi aus China

Im Zuge der sich weltweit wandelnden Lebensgewohnheiten wünschen sich die Konsumenten heute personalisierte, bequeme und transparente Interaktionen. Abgesehen von den jüngeren Generationen, die schon länger die Annehmlichkeiten von online verfügbaren Dienstleistungen schätzen, hat die Nachfrage in den letzten Monaten auch über unsere gesamte Kundenbasis hinweg deutlich zugenommen.

Zurich-Chef Mario Greco



Abb: Versicherer Zurich holt für Digital-Offensive Tech-Profi aus China (Reuters, 2020, online)

„Mit den etablierten Vertriebskanälen sind vor allem die jüngeren Generationen, die mit Facebook, Snapchat und Co. aufgewachsen sind, kaum noch zu erreichen (Reuters, 2020, online).“

Welche Rolle spielen Data Science Modelle bei Customer Centricity

Agenda

- Dimensionen eines digitalen Geschäftsmodells
- Paradigmenwechsel zur Customer Centricity
- Von der Zielgruppe zur Buyer Persona
- Data Is The New Oil - Paradigm-Shifts im Data Management
- Customer Centricity ->Software Centric
- Customer Centricity ->Realtime Events und smart Services

Dimensionen eines digitalen Geschäftsmodells

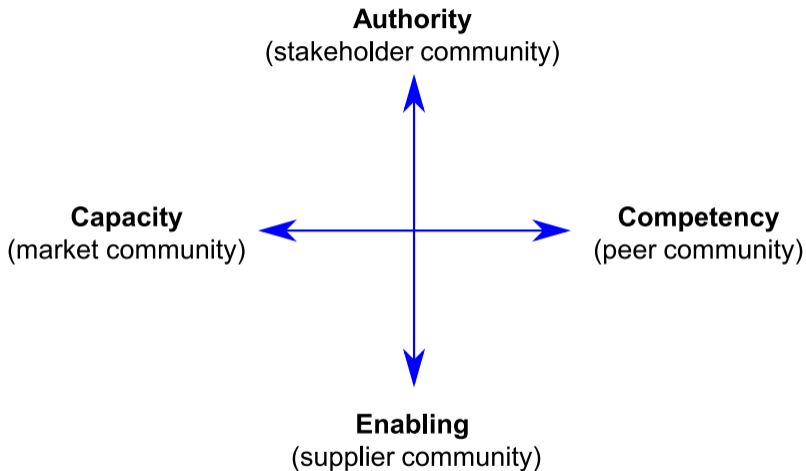


Abb: Dimensionen eines digitalen Geschäftsmodells (Hitz & Schwer, 2018, S. 70)

Value Proposition Canvas

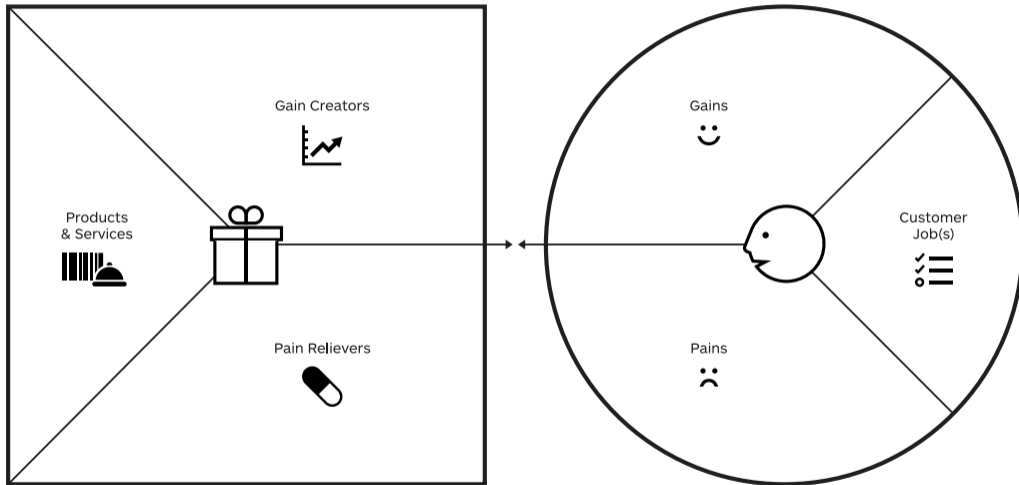


Abb: Value Proposition Canvas (Osterwalder et al., 2005)

Empathiekarte einer buyer-Persona



Abb: Empathiekarte einer buyer-Persona (Eppler et al., 2017; Rieck, 2016, S. 17)

Data Is The New Oil

And That's A Good Thing (Bhageshpur, 2019, online)

Tab: Paradigm-Shifts in Data Management, Hitz (2019)

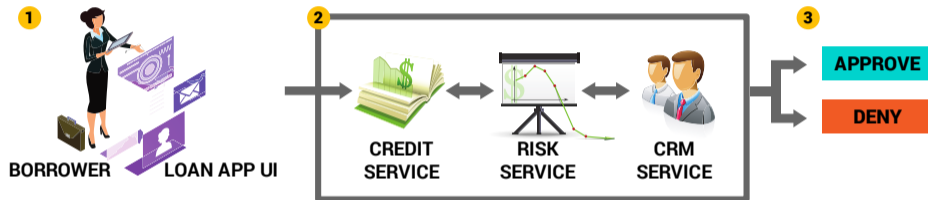
Now and yesterday	→	Now and tomorrow
Transaction (tables)	→	Event (streams)
Batch	→	Realtime
Centralized systems	→	Federated systems
Hard to scale	→	Dynamic scalable
Human centric	→	Software centric
Deployment in weeks	→	Continuously in seconds
Inflexible	→	Agile
Costly	→	Inexpensive
Not easy to share	→	Easy to share
Idle	→	Utilized
Self-engineered	→	Democratic-engineered
As is	→	As used

Example - Loan Application Using Software - Human Centric



„Confluent“, 2019

Example - Loan Application in Software - Software Centric



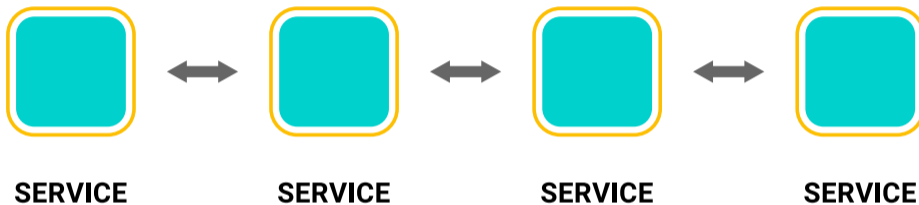
„Confluent“, 2019

Using Software: Classic Three Tier Architecture



„Confluent“, 2019

Becoming Software: Services Talking To Each Other With APIs



„Confluent“, 2019

Digital Services in a Nutshell: digitale „smarte“ Helfer



Abb: *Dschinni in the bottle* („Aladdin (1992)“, 2020)

Exponentielle Datenexplosion

2/3 des Datenwachstums entsteht durch Eventstreams

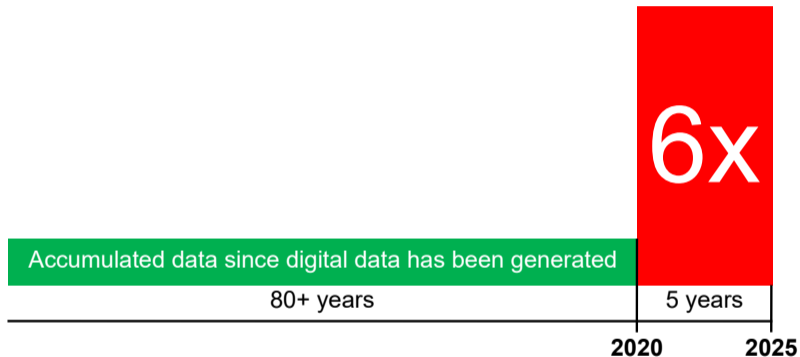
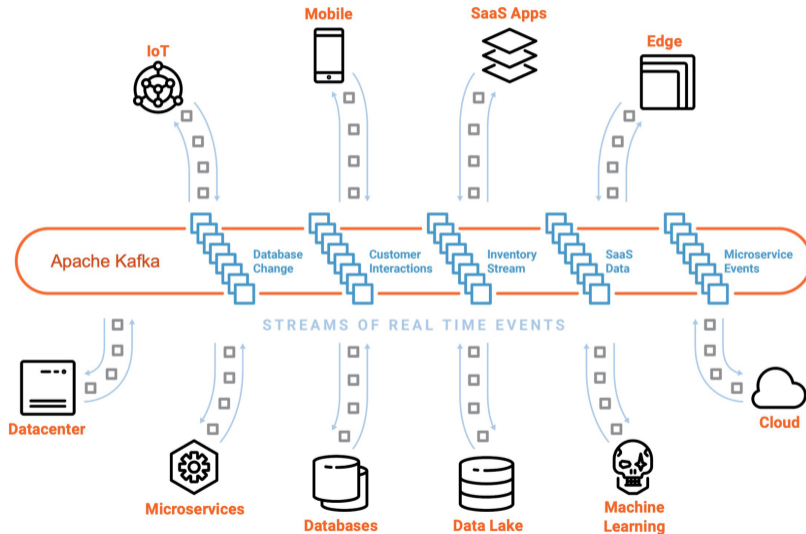


Abb: Exponentielle Datenexplosion → Event (streams) (ad. Seagate, 2019, online)

Example - Transaction (tables) → Event (streams)



Process Steps in Data Science

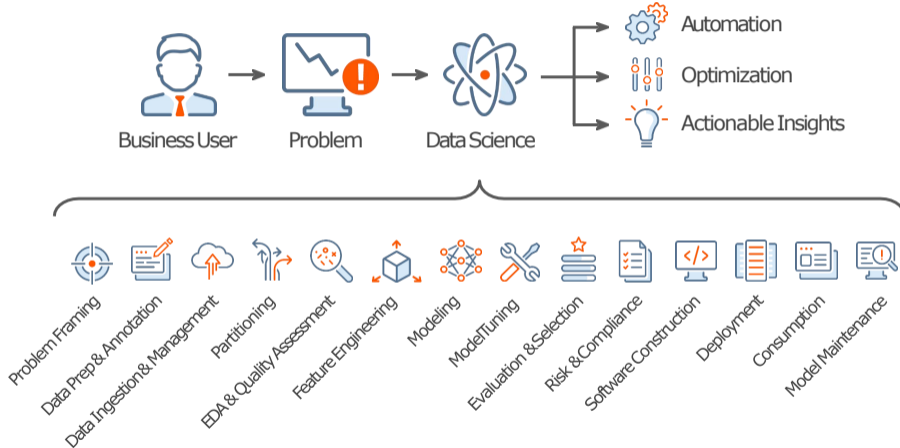


Abb: Process Steps in Data Science (ad. DataRobot, 2019, online)

Je mehr Daten wir haben, desto klüger werden unsere Algorithmen



Abb: Je mehr Daten wir haben, desto klüger werden unsere Algorithmen („Von der Leyen“, 2020, online)

Der Aufholbedarf ist gross

Wie gross der Aufholbedarf auf andere Teile der Welt ist, zeigen Daten der Unternehmensberatung McKinsey. Unter den 250 führenden Tech-Unternehmen entfielen auf europäische Firmen **nur 8 Prozent** der Forschungs- und Entwicklungsausgaben.

China liege bei 11 Prozent, die Vereinigten Staaten bei 77 Prozent.

Digitales Geschäftsmodell

Beispiel Trivago



Abb: Beispiel Trivago („trivago.ch – Hotelpreise weltweit vergleichen“, o. D., online)



Referenzen I



Aladdin (1992) [Page Version ID: 196847698]. (2020, 15. Februar). In *Wikipedia*. [https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Aladdin_\(1992\)&oldid=196847698](https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Aladdin_(1992)&oldid=196847698). (auf Folie 12)



Bhageshpur, K. (2019). *Data Is The New Oil – And That's A Good Thing* [Library Catalog: www.forbes.com]. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2019/11/15/data-is-the-new-oil-and-thats-a-good-thing/>. (auf Folie 7)



Confluent: Apache Kafka & Event Streaming Platform for the Enterprise [Library Catalog: www.confluent.io]. (2019). <https://www.confluent.io>. (auf Folien 8–11, 14)



DataRobot. (2019). *Enterprise AI* [Library Catalog: www.datarobot.com]. <https://www.datarobot.com/>. (auf Folie 15)



Eppler, M. J., Hoffmann, F. & Pfister, R. A. (2017). *Creability: Gemeinsam kreativ - innovative Methoden für die Ideenentwicklung in Teams* (2., aktualisierte und erweiterte Auflage) [OCLC: 987573577]. Schäffer-Poeschel Verlag. (auf Folie 6).



Hitz, C. & Schwer, K. (2018). The role of IT governance in digital operating models. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 5(2), 61–79. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v5i2.210> (auf Folie 4)



Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Tucci, C. L. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept. *Commun. Assoc. Inf. Syst.*, 16, 1. <https://aisel.aisnet.org/cais/vol16/iss1/1/> (auf Folie 5)



Reuters. (2020). Versicherer Zurich holt für Digital-Offensive Tech-Profi aus China. *Reuters*. Zugriff 3. September 2020 unter <https://de.reuters.com/article/schweiz-zurich-insurance-idDEKBN25T0NZ> (auf Folie 2)



Rieck, C. (2016). *Achtung, umsatzrelevant! Die b2b Buyer Persona*. <https://blog.mark-lotse.com/buyer-persona-definieren-im-b2b-das-sollten-sie-beachten>. (auf Folie 6)



Seagate. (2019). *DataAge 2025 - Die Digitalisierung der Welt*. <https://www.seagate.com/de/de/our-story/data-age-2025/>. (auf Folie 13)



trivago.ch – Hotelpreise weltweit vergleichen [trivago]. (o. D.). <https://www.trivago.ch>. (auf Folie 17)



Von der Leyen: „Je mehr Daten wir haben, desto klüger werden unsere Algorithmen“ [newspaper]. (2020). *FAZ.NET*. <https://www.faz.net/1.6642078> (auf Folie 16)