

Digital Business Accelerated

ZUSAMMENFASSUNG

Vor COVID-19 hat Chubb gemeinsam mit Accenture Manager weltweit befragt und dabei wichtige Trends herausgefunden, die für kleine und mittelständische Unternehmen von Bedeutung sind. Im Rahmen der Studie wurden 1'350 Manager von Unternehmen aus 14 Branchen in neun Märkten (Australien, Brasilien, Kanada, Kolumbien, Frankreich, Japan, Mexiko, das Vereinigte Königreich und die Vereinigten Staaten) befragt. Die Ergebnisse bieten umfassende Einsichten bezüglich der Prioritäten der Unternehmen in den vergangenen Jahren und der Gründe hierfür.

Den Bericht entdecken



Besuchen Sie chubb.com/digitalbusiness/ch-de

SCHWEIZ-SPEZIFISCHE ERKENNTNISSE

Eine weltweite Pandemie hat zahlreiche Unternehmen dazu bewegt, digitale Geschäftsabläufe zu digitalisieren. Zuvor waren digitale Abläufe ein Wachstums- oder Effizienztreiber gewesen, nun sind sie vom verarbeitenden Gewerbe bis zur Kommunikation für sämtliche Arten von Unternehmen wichtig geworden.

Aufgrund des Ausbruchs der COVID-19-Pandemie bestehen für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) in der Schweiz umfassende Risiken und Herausforderungen. Immer mehr Firmen nutzen vorwiegend digitale Kommunikationsmittel mit Kunden und verwalten auch ihre Daten digital, da Reise- und sonstige Beschränkungen bestehen. Darüber hinaus müssen die Unternehmen ihre aus der Ferne arbeitenden Mitarbeiter intern verwalten und sich auch mit Geschäftspartnern in aller Welt absprechen, damit das Geschäft auch während dieser Pandemie weiterläuft.

Wir werden untersuchen, wie die vier in der Umfrage erfassten globalen Themen sich auf KMU in der Schweiz auswirken, damit die Unternehmen insbesondere diese Risiken besser verstehen und ihre Mitarbeiter diesbezüglich sensibilisieren können. Für zukunftsorientierte Unternehmen können diese Einsichten den Weg ebnen, damit diese Herausforderungen genutzt werden können, um widerstandsfähiger zu werden und ein Wachstum zu verzeichnen. Gleichzeitig wird auch gewährleistet, dass Unternehmen in der Schweiz über einen perfekt auf ihre Bedürfnisse angepassten Schutz verfügen.

VIER WICHTIGE THEMEN AUS DER GLOBALEN UMFRAGE

01

Überwiegend digitale Kommunikation

Schaffen digitaler Erfahrungen um Kunden zur richtigen Zeit und am richtigen Ort zu erreichen und um nahtlose Lieferung von Produkten und Services perfekt auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden abzustimmen.

02

Datennutzung

Cloud und sonstige fortgeschrittene Technologien, wie künstliche Intelligenz (KI), einführen, um die Produkte und Services für Kunden weiterzuentwickeln und die Geschäftsabläufe zu optimieren.

03

Wandel in der Arbeitswelt

Den rasanten Übergang zu einem verstärkt digitalen Arbeitsplatz mit flexiblen Arbeitslösungen, Karrierechancen und Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der eigenen Fähigkeiten und innovativen Leistungen angehen.

04

Erfolg an den globalisierten Märkten

Schaffung von Chancen sowohl über wirkliche als auch über symbolhafte Grenzen hinweg durch Partnerschaften mit anderen Unternehmen, um so neue Produkte oder Services und kommerzielle und soziale Plattformen zu konzipieren, um die Reichweite sowie die Leistung zu steigern.

1. Thema: Überwiegend digitale Kommunikation

Eine weltweite Pandemie hat zahlreiche Unternehmen dazu gezwungen, ihre Abhängigkeit von digitalen Abläufen zu steigern und ihre Geschäftsabläufe anzupassen. Chubb hat gemeinsam mit Accenture 1'350 Wirtschaftsvertreter befragt und 4 wichtige Treiber und Trends herausgefunden, die Unternehmen in neun Märkten auf der ganzen Welt vor COVID-19 beeinflussten. Die Ergebnisse sind jetzt möglicherweise sogar noch relevanter.

Überwiegend digitale Kommunikation

COVID-19 hat die Anpassung der heimischen Unternehmen an die digitale Infrastruktur in dieser neuen Normalität beschleunigt. Immer mehr Unternehmen nutzen neue Technologien für die Kundenakquise und -bindung. 90 % der Umfrageteilnehmer der Swiss IT Studie 2020 geben an, dass sie sich mit der digitalen Transformation auseinander setzen. Jedoch nur 42 % der befragten Unternehmen geben an, dass sie grosses Potenzial und Chancen im Data Driven Business sehen. Ein beachtlicher Teil (35 %) der Schweizer Unternehmen gibt an, dass sie die digitale Transformation bereits in Teilen befürworten und umsetzen.¹

Obwohl die Unternehmen die digitale Transformation als Werkzeug zur Optimierung der Abläufe im Unternehmen, der Minimierung von Kosten und zur Verbesserung der Kommunikation mit Kunden betrachten, bestehen bezüglich der Umsetzung weiterhin Hindernisse. 30 % der befragten Unternehmen geben an, dass insbesondere die Durchsetzung von Compliance- und Datenschutzerfordernissen die digitale Transformation behindert. Zur weiteren Entwicklung hin zu einer digitalen Zukunft ist ausserdem die Bereitstellung eines ausreichenden Budgets erforderlich.

Dies sehen 31 % der Unternehmen als Hindernis an.² Auch aus Sicht einer Mehrheit der Schweizer Konsumenten, stellt sich die digitale Transformation als erstrebenswert dar.³ Vor diesem Hintergrund und in Anbetracht der Pandemieerfahrung ist sogar eine beschleunigte digitale Transformation angezeigt.

Die Schaffung einer guten digitalen Vertrauensbeziehung mit Kunden ist von wesentlicher Bedeutung, da ausgefeilte Werkzeuge wie Cookies, Anhören von Audioaufnahmen, Echtzeit-Chat und sonstige Formen der Datenerhebung zur Verbesserung des Kundenerlebnisses und der Kundenerfahrung immer häufiger verwendet werden. Andererseits kann eine schlechte Kundenerfahrung – oder ein Vertrauensbruch gegenüber dem Kunden – die Beziehung belasten, besonders, wenn kompromittierte Kundendaten die Unternehmen in Gefahr bringen.

Technikaffine Kunden sind sich der potenziellen Risiken bei der Übermittlung ihrer Daten bewusst. Die Unternehmen müssen deshalb ihre Verantwortungen offenlegen, über Risikomanagementschutz- und Reaktionspläne verfügen sowie die geltenden lokalen Gesetze befolgen, um so ihre Datenschutzverpflichtung zu stärken.



42%

der Schweizer Firmen sehen grosses Potenzial und Chancen im Data Driven Business.

30%

der Schweizer Unternehmen sehen die Durchsetzung von Datenschutz und Compliance als Hürde der digitalen Transformation.

¹ IDC, Swiss IT 2020

² IDC, Swiss IT 2020

³ Oliver Wyman, Switzerland's Digital DNA

FALLSTUDIE

Karin von New Way Exchange

IHR UNTERNEHMEN

Karin hat ein Anlageberatungsunternehmen gegründet, welches Investitionen vereinfachen und für lokale Investoren erschwinglicher machen will, indem es massgeschneiderte Investitionspläne zu einem Bruchteil der Kosten traditioneller Investmentfirmen anbietet. Sie verlässt sich auf ihre Website, um die Risikoprofile und Anlagepräferenzen der Kunden zu sammeln und zu speichern. Sie verlässt sich auf ihre Website, um die Risikoprofile und Investment Präferenzen der Kunden zu erfassen und zu speichern.

WAS PASSIERT IST

Ein Problem mit der Systemsoftware führte dazu, dass mehrere Kundenprofile durcheinandergebracht wurden. Daraufhin empfahl ihr Unternehmen Kunden mit einer niedrigen Risikobereitschaft Investitionen mit höheren Risiken. Sie konnte zwar einige dieser Fehler bei deren Feststellung berichtigen, einige Kunden investierten jedoch gemäss den fehlerhaften Empfehlungen von Karin. Letztendlich hatten sie umfassende Verluste zu verschmerzen, als COVID-19 den Markt nach unten zog.

Chubb's Deckung

Die berufliche Haftpflicht von Chubb half Karin dabei, die Rechtsstreitigkeiten anzugehen. Diese beriefen sich darauf, dass ihre Investmentberatung nicht der Risikobereitschaft des Klienten entsprach.



Für eine auf Ihr Unternehmen
angepasste Lösung wenden
Sie sich bitte an uns.