



Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Praxistransferbericht

Herausforderungen in der Kundenkommunikation im Analytics Consulting

vorgelegt am 9. Dezember 2024

Name:	Justin Becker
Matrikelnummer:	77204368351
Ausbildungsbetrieb:	SAP SE
Fachbereich:	FB2: Duales Studium — Technik
Studienjahrgang:	2023
Studiengang:	Informatik
Betreuer Unternehmen:	Jenny Peter
Betreuer Hochschule:	Carl Dolling
Wortanzahl:	917

Sperrvermerk

Der vorliegende Bericht enthält vertrauliche Daten des Unternehmens SAP SE. Auf Wunsch des Unternehmens SAP SE ist der vorliegende Bericht für die öffentliche Nutzung zu sperren. Veröffentlichung, Vervielfältigung und Einsichtnahme sind ohne ausdrückliche Genehmigung des Unternehmen SAP SE, in 14469 Potsdam und des Verfassers Justin Becker nicht gestattet. Der Bericht ist nur den Gutachtern und des Mitgliedern des Prüfungsausschlusses zugänglich zu machen.

Ort, Datum

Justin Becker

Von der betrieblichen Betreuung zur Kenntnis genommen:

Ort, Datum

Jenny Peter

Zusammenfassung

Täglich entstehen in jedem Unternehmen weltweit neue Daten. Die schnell wachsende Menge dieser Daten kann sie unüberschaubar machen. Sie enthalten jedoch wertvolle mittel- und unmittelbare Informationen für Unternehmen, die es herauszufiltern und nutzbar zu machen gilt. Um diese Werte zu heben, gibt es die Unternehmensanalytik, die sich unter anderem mit dem Sortieren, Filtern, Transformieren und Anzeigen von Daten beschäftigt, sodass sie letztlich für Menschen übersichtlich dargestellt werden können. Um diesen Prozess zu ermöglichen, gibt es Analytik-Softwareanwendungen, wie etwa von Microsoft, Google oder SAP. Da die Arbeit mit solcher Software jedoch bereits auf der technischen Ebene komplex ist, lagern Unternehmen diese Aufgabe aus und wenden sich an das Analytics Consulting, holen sich also Beratung für Analytics. Für eine gelungene Beratung ist dabei der Kommunikationsprozess zwischen Unternehmen und Consultingfirma entscheidend und die Vermeidung von Missverständnissen nicht selten eine Herausforderung.

Diese Arbeit wird untersuchen, wo diese Herausforderungen liegen. Dafür wird zuerst theoretisch erarbeitet, welche Probleme es in der externen Kommunikation, von der Beratung zum Kunden beziehungsweise von dem Kunden zur Beratung, und in der internen Kommunikation, innerhalb der Beratung und innerhalb des Kundenunternehmens, gibt.

Nach dieser Betrachtung wird eine Umfrage von Analytik-Beratern vorgestellt, die die Probleme gewichtet und für die Analytik einordnet.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	I
Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	III
1 Einleitung	1
2 Theoretische Betrachtung	2
2.1 Ebenen der Kundenkommunikation	2
2.2 Herausforderungen	2
2.2.1 Verständnis	2
2.2.2 Anforderungen	3
2.2.3 Umgebungsbedingungen	3
2.3 Besonderheiten im Analytics Consulting	3
3 Umfrage zu Herausforderungen	4
3.1 Aufbau	4
3.2 Auswertung	4
3.3 Bewertung	4
4 Fazit	5
Literatur	6
Ehrenwörtliche Erklärung	7

Abbildungsverzeichnis

Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Text verallgemeinernd die männliche Form verwendet. Diese Formulierungen umfassen gleichermaßen weibliche und männliche Personen.

1 Einleitung

Daten haben einen entscheidenden Wert für Unternehmen, da sie den Gewinn von Wissen ermöglichen. Wird dieses Wissen genutzt, kann es bei strategischen, taktischen oder organisatorischen Entscheidungen eingesetzt werden, um fundiertere Schlüsse zu fassen. Um diesen Wert zu realisieren, muss entsprechendes Wissen auch umgesetzt werden und dafür ist Analytics erforderlich. (Gupta, Leszkiewicz et al., 2020; Monino, 2021; Sarikaya et al., 2018)

Der Begriff Analytics beschreibt das Sammeln, Auswählen, Vorverarbeiten, Transformieren sowie Interpretieren von Daten (Tsai et al., 2015). Oft ist das Ergebnis dieser Analytics-Arbeit ein Dashboard, also eine Daten-visualisierende Ansicht, die Diagramme und Grafiken sowie funktionale Elemente (zur Konfiguration des Angezeigten) enthalten kann (Sarikaya et al., 2018). Auf Grundlage dieser Anzeige wird es den Nutzenden des Dashboards ermöglicht, schnell Wissen zu gewinnen, das für unternehmerische Entscheidungen von zentraler Bedeutung ist (Sarikaya et al., 2018).

Obwohl es heutzutage vielen Unternehmen rein technisch möglich wäre Analytics zu Nutzen, fehlt es an Kompetenz, um die eigenen Daten effektiv zu verwerten. Da die Unternehmen allerdings auch nicht auf den Wert ihrer Daten verzichten wollen, wird häufig externe Beratung im Bereich Analytics in Anspruch genommen. (Gupta, Drave et al., 2020)

Neben rein technischen Problemen in diesem Beratungsprozess resultiert die Interaktion und Kommunikation mit dem Kunden in Herausforderungen für beide Parteien. Dass diese Kommunikation allerdings optimal abläuft, ist ein kritischer Erfolgsfaktor in dem Beratungsprojekt und für die Kundenbeziehung. (Appelbaum & Steed, 2005)

Die kommunikativen Herausforderungen im Analytics Bereich wird dieser PTB nach einer theoretischen Erarbeitung von Herausforderungen durch eine Umfrage von **n** Analytics-Beratenden bewerten.

2 Theoretische Betrachtung

Das hier ist die theoretische Betrachtung des themas

2.1 Ebenen der Kundenkommunikation

Hier schauen wir uns mal die Ebenen der Kundenkommunikation an. Ich bin mir aber noch nicht sicher wie viel Relevanz das ganze im Gesamtkontext der Arbeit hat.

2.2 Herausforderungen

Herausforderungen in der Kommunikation gibt es auf allen Ebenen und in unterschiedlichen Ausprägungen, die durchaus sehr komplex sein können. Diese Arbeit wird deshalb zum Überblick Herausforderungen in drei Kategorien unterteilen: Anforderungsherausforderungen, Verständnisherausforderungen und Herausforderungen der Umgebungsbedingungen. Dabei sind die Herausforderungen selten alleinstehend zu betrachten, da Sie sich gegenseitig bedingen.

Die konkreten Problemen, die aus diesen Herausforderungen entstehen, sind einerseits zwischenmenschliche Komplikationen, wie z.B. Frustration oder Streit, und andererseits Fehler im Projekt, wie z.B. ein Kunde, der eine Frage falsch beantwortet, oder ein Consultant, der ein technisches Projektmerkmal falsch umsetzt (Suleiman, 2022).

2.2.1 Verständnis

Herausforderungen des Verständnisses beziehungsweise des Wissens sind diejenigen, bei dem der Kunde oder der Consultant etwas nicht weiß oder nicht kann, das relevant für das Projekt ist. Dies beinhaltet das Kenntniss des Consultant von der Branche des Kunden und denjenigen Aspekten, die für den Kunden selbstverständlich erscheinen, aber unklar für den Consultant sind (Appelbaum & Steed, 2005; Davis et al., 2006; Gamil & Rahman, 2017; Sutter & Kieser, 2019). Dafür muss allerdings auch der

Kunde eine Vorstellung von seinen eigenen Bedürfnissen haben, was oft nicht gegeben ist (Davis et al., 2006).

Dieses gegenseitige (Miss-) Verständnis behindert allerdings nicht nur die Kommunikation sondern auch den Projekterfolg an sich und ist deshalb mehrfach relevant (Appelbaum & Steed, 2005).

2.2.2 Anforderungen

Anforderungen werden immer wieder zu einem Problem.

2.2.3 Umgebungsbedingungen

Die Kommunikationsumgebung also z.B. zwischenmenschliche Dinge können auch immer wieder problematische in der Kundenkommunikation sein.

2.3 Besonderheiten im Analytics Consulting

Verständnis Probleme gibt es bei der Kundenkommunikation auch immer!

3 Umfrage zu Herausforderungen

Hier kommt jetzt meine Umfrage zur Kundenkommunikation

3.1 Aufbau

Hier kommt der Aufbau der Umfrage und eine Vorstellung der Fragen. Ergibt wahrscheinlich in einer Tabellenform Sinn, da ich dort die Wörter nicht mitzählen muss.

3.2 Auswertung

Hier kommt jetzt die Auswertung der Umfrage Ergebnisse. Da kann ich vielleicht ein paar schöne Grafiken erstellen-

3.3 Bewertung

Jetzt kommt die Bewertung und Einschränkung der Ergebnisse.

4 Fazit

Literatur

- Appelbaum, S. H., & Steed, A. J. (2005). The critical success factors in the client-consulting relationship. *Journal of management development*, 24(1), 68–93.
- Davis, C. J., Fuller, R. M., Tremblay, M. C., & Berndt, D. J. (2006). Communication challenges in requirements elicitation and the use of the repertory grid technique. *Journal of Computer Information Systems*, 46(5), 78–86.
- Gamil, Y., & Rahman, I. A. (2017). Identification of causes and effects of poor communication in construction industry: A theoretical review. *Emerging Science Journal*, 1(4), 239–247.
- Gupta, S., Leszkiewicz, A., Kumar, V., Bijmolt, T., & Potapov, D. (2020). Digital analytics: Modeling for insights and new methods. *Journal of Interactive Marketing*, 51(1), 26–43.
- Gupta, S., Drave, V. A., Dwivedi, Y. K., Baabdullah, A. M., & Ismagilova, E. (2020). Achieving superior organizational performance via big data predictive analytics: A dynamic capability view. *Industrial Marketing Management*, 90, 581–592.
- Monino, J.-L. (2021). Data value, big data analytics, and decision-making. *Journal of the Knowledge Economy*, 12, 256–267.
- Sarikaya, A., Correll, M., Bartram, L., Tory, M., & Fisher, D. (2018). What do we talk about when we talk about dashboards? *IEEE transactions on visualization and computer graphics*, 25(1), 682–692.
- Suleiman, A. (2022). Causes and effects of poor communication in the construction industry in the MENA region. *Journal of Civil Engineering and Management*, 28(5), 365–376.
- Sutter, M., & Kieser, A. (2019). How consultants and their clients collaborate in spite of massive communication barriers. *International Journal of Business Communication*, 56(2), 249–277.
- Tsai, C.-W., Lai, C.-F., Chao, H.-C., & Vasilakos, A. V. (2015). Big data analytics: a survey. *Journal of Big data*, 2, 1–32.

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre ehrenwörtlich:

1. dass ich meinen Praxistransferbericht selbstständig verfasst habe,
2. dass ich die Übernahme wörtlicher Zitate aus der Literatur sowie die Verwendung der Gedanken anderer Autoren an den entsprechenden Stellen innerhalb der Arbeit gekennzeichnet habe,
3. dass ich meinen Praxistransferbericht bei keiner anderen Prüfung vorgelegt habe.

Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Folgen haben wird.

Ort, Datum

Justin Becker