

10.09.2001 - 10:04 Uhr

M-Commerce: Alles wird anders

Basel (ots) -

Multikanal-Strategien möglich. Nur wer hier die richtige Wahl trifft, hält seine Kunden und gewinnt neue dazu. Am Internationalen E-Business Congress, der im Rahmen der IT-Fachmesse Orbit/Comdex Europe 2001 in Basel (25. bis 28. September) stattfindet, präsentiert die Beratungsfirma Andersen geballtes Know-how in Sachen M-Commerce.

Persönliche Digitale Assistenten (PDA) tragen inzwischen fast alle mit sich. Noch konzentriert sich deren Anwendung aber auf E-Mail- und Agenda-Funktionen. Eine Umfrage der Beratungsfirma Andersen bei rund 1000 Betrieben in ganz Europa zeigt, dass die meisten Manager, die PDAs in ihrer Firma gezielt einsetzen, damit vor allem die betriebsinternen Abläufe effizienter gestalten wollen. Nur eine Minderheit verfügt über eine Strategie, wie die Mobiltechnologie zu einem effizienten Werkzeug der Kundenbindung und -findung werden soll.

Einer der Gründe: Die «alte E-Economy» setzte stark auf den Desktop-PC. Im B2B-Bereich hat dies bereits nachhaltige Veränderungen zur Folge. Entlang der Versorgungskette (Supply Chain) führt die Digitalisierung der Kommunikation zu einer immer engeren Integration zwischen den beteiligten Partnern. «Dieser Prozess wird weitergehen und die Herstellung und Verteilung von Gütern und Dienstleistungen tiefgreifend verändern», ist Sven Mueller, Partner bei Andersens Financial Services Industry, überzeugt. Im Rahmen des Internationalen E-Business Congress an der Orbit/Comdex Europe 2001 demonstriert Mueller zusammen mit den Andersen-Partnern Conrad Nowikow und Gregor Frey, wie Firmen auch in der Welt der ortsunabhängigen Firmen-Kunden-Schnittstellen ihre Risiken managen können (28.9., 11.30 Uhr).

Die Wahl der richtigen Multikanal-Strategie wird dabei von entscheidender Bedeutung sein. Denn die grossen Umwälzungen in der digitalen Mobiltechnologie stehen erst noch bevor. Jean Luc Gustin und Maurizio Togni stellen am gleichen Morgen in einem Workshop die brandaktuelle Studie von Andersen vor, die sich vertieft mit dem Schweizer Telekommunikationsmarkt und seinen Chancen für den M-Commerce auseinandersetzt. Konkrete Fallstudien verschaffen den Teilnehmern ein klares Bild darüber, wie verkabelte und mobile Technologien sie darin unterstützen, ihre Geschäfte in der «schönen neuen E-Welt» zu führen und dabei erfolgreich zu sein.

Kundenmotivation und -loyalität sind neu zu definieren im Kontext des M-Commerce. Marken müssen neu entwickelt werden. Nur die besten Connectivity-Applikationen dürfen zum Einsatz gelangen. Die Verteilung von Content stellt hohe Anforderungen an die eingesetzten Hardware- und Software-Technologien. Die M-Commerce-Studie von Andersen diskutiert diese zentralen Punkte und zeigt erfolgreiche Strategien auf.

Das vollständige Programm des Internationalen E-Business Congress

kann auf der Website der Orbit/Comdex Europe 2001 abgerufen werden.
Die Adresse: www.orbitcomdex.com

Orbit/Comdex Europe 2001:
Information Technology - One Step Ahead!

Die Orbit/Comdex Europe 2001 findet vom 25. bis 28. September 2001 in den Hallen der Messe Basel statt. (Öffnungszeiten: täglich 9 bis 18 Uhr.) Mit 1300 Ausstellern und 80'000 erwarteten Besuchern ist die Orbit/Comdex Europe 2001 einer der wichtigsten paneuropäischen Treffpunkte der IT-Branche. Begleitet wird die Business-to-Business-Fachmesse vom Internationalen E-Business Congress 2001: Top-Referenten aus Europa und den USA sowie Case Studies aus der Praxis für die Praxis machen den Kongress zu einem Must für alle, die mit der rasanten Entwicklung der IT-Branche und des E-Business Schritt halten wollen. Nicht umsonst heisst das Motto der Orbit/Comdex Europe 2001: Information Technology - One Step Ahead!

Kontakt:

Messe Basel
Bernd Schuster
Postfach
CH-4021 Basel
Tel. +41 (0) 61 686 22 73

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002831/100010275> abgerufen werden.