



Prozessdokumentation vs. Customer Journey

Veröffentlicht am 9. Juli 2024

Ihre Ansprechpersonen: Alain Weilemann, Tobias Goldener

Tags: Fachbeiträge, Banken und Versicherungen, Energie und Infrastruktur, Gesundheitswesen, Handel, Transport und Logistik, Industrie, Technologie und Dienstleistung, Öffentliche Verwaltung, Digitalisierung in KMU, Innovation, Prozessoptimierung und -management, Business Analyse und Requirements Engineering

In einer zunehmend kundenorientierten Geschäftswelt sind Unternehmen bestrebt, ihre internen Abläufe zu optimieren und die Kundenerfahrung zu verbessern. Kundinnen und Kunden erwarten nahtlose, personalisierte Interaktionen, während Unternehmen ihre Prozesse effizient und compliant gestalten müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Zwei zentrale Werkzeuge, die Unternehmen dabei unterstützen können, diese Ziele zu erreichen, sind:

- **Prozessdokumentationen:** Sie schaffen Transparenz und Effizienz in den internen Abläufen und tragen zur Qualitätssicherung bei.
- **Customer Journeys:** Sie helfen, die Erfahrungen und Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zu verstehen und zu optimieren.

Diese beiden Ansätze ermöglichen es Unternehmen, sowohl intern als auch extern erfolgreich zu agieren und sind sehr verbreitet in der Praxis. In diesem Fachbeitrag werden diese Ansätze vertieft beleuchtet und gegenübergestellt. Zudem wird anhand eines Praxisbeispiels aus unserem Kundenalltag gezeigt, wie ein mögliches Vorgehen sein könnte.

Prozessdokumentation

Die Prozessdokumentation ist eine systematische Methode zur Erfassung und Analyse von Geschäftsprozessen. Sie sorgt für Transparenz, Effizienz und Qualitätssicherung innerhalb eines Unternehmens.

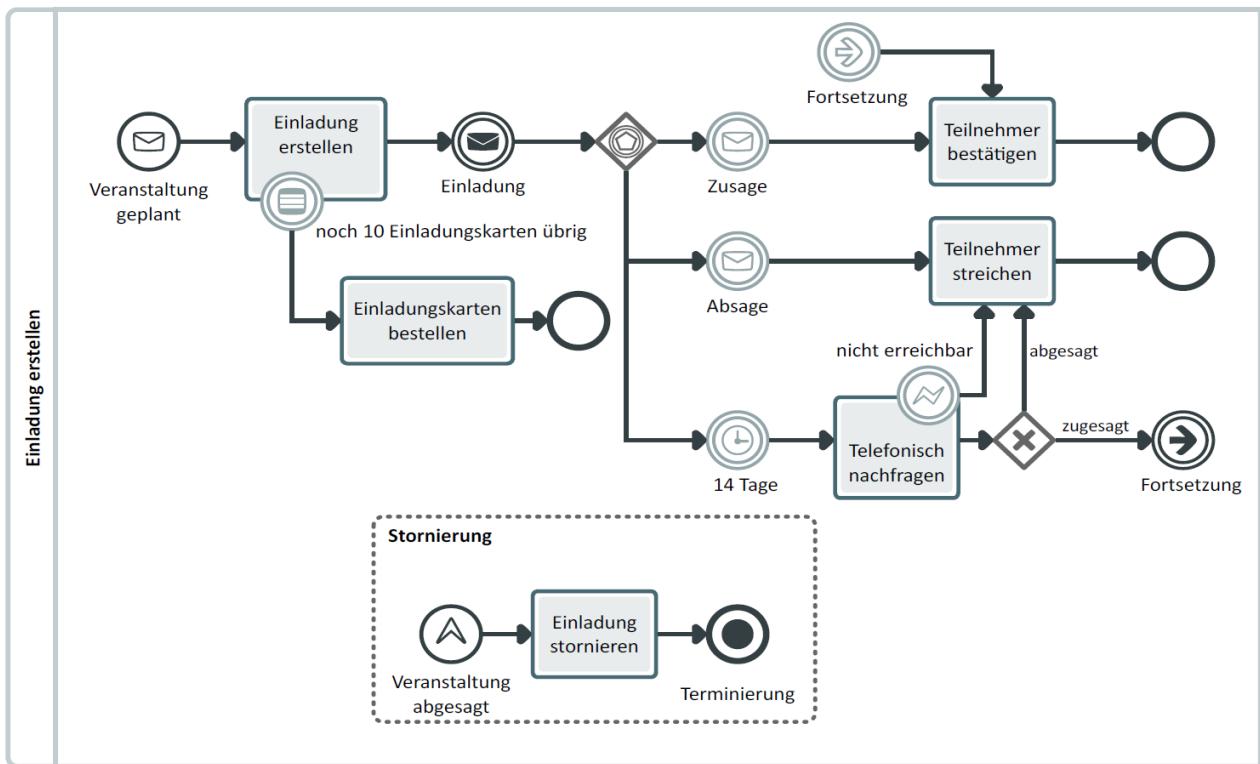


Abbildung 1: Beispiel eines visualisierten Prozesses mit der BPMN-Methodik (© 2022 MID GmbH)

Bestandteile der Prozessdokumentation

Die Prozessdokumentation ist ein systematischer Ansatz zur detaillierten Erfassung, Analyse und Darstellung von Geschäftsabläufen innerhalb eines Unternehmens. Sie umfasst die Beschreibung von Prozesszielen, die Visualisierung von Abläufen durch Flowcharts und BPMN-Diagramme (Business Process Model and Notation) sowie die Definition von Rollen und Verantwortlichkeiten. Ziel ist es, Transparenz zu schaffen, Effizienz zu steigern und Qualitätssicherung zu gewährleisten.

Prozessbeschreibungen

Eine Prozessbeschreibung ist eine detaillierte schriftliche Darstellung, welche die Ziele, den Ablauf und die Rollen eines Geschäftsprozesses erklärt.

- 1



Ziele und Zweck: Definieren, warum ein Prozess existiert und welche Ziele er verfolgt.

- **Ablaufbeschreibungen:** Detaillierte Darstellung der einzelnen Schritte eines Prozesses.
- **Rollen und Verantwortlichkeiten:** Identifizieren der beteiligten Personen oder Abteilungen und deren Verantwortungen.

Prozessmodelle

Prozessmodelle sind grafische Darstellungen wie Flowcharts und BPMN-Diagramme, die den Ablauf und die Interaktionen innerhalb eines Geschäftsprozesses visuell verdeutlichen.

- **Flowcharts:** Grafische Darstellungen, die den Ablauf eines Prozesses visualisieren.
- **Swimlane-Diagramme:** Zeigen, wie verschiedene Akteure innerhalb eines Prozesses interagieren.
- **BPMN (Business Process Model and Notation):** Standardisierte Methode und Diagrammformat, dass zur Modellierung von Geschäftsprozessen verwendet wird.

Prozesskennzahlen

Prozesskennzahlen sind messbare Indikatoren (oft auch KPIs genannt) zur Bewertung der Leistung, Effizienz und Effektivität eines Geschäftsprozesses. Prozesskennzahlen helfen Unternehmen, die Leistung und Qualität ihrer Prozesse kontinuierlich zu überwachen und zu verbessern. Folgende Metriken werden häufig in der Praxis angewendet:

- **Durchlaufzeiten:** Zeit, die benötigt wird, um einen Prozess oder einen Prozessschritt abzuschliessen. Beispiel: Bearbeitungszeit einer Kundenanfrage.
- **Fehlerraten:** Häufigkeit von Fehlern oder Abweichungen innerhalb eines Prozesses. Beispiel: Anzahl der fehlerhaften Produkte pro Produktionscharge.
- **Kosten:** Die finanziellen Aufwendungen, die zur Durchführung eines Prozesses notwendig sind. Beispiel: Kosten pro Transaktion oder Produktionseinheit.
-



Kapazitätsauslastung: Das Mass, wie effizient die verfügbaren Ressourcen genutzt werden. Beispiel: Prozentuale Auslastung einer Maschine oder eines Mitarbeiters.

- **Erfüllungsquote:** Der Anteil der Aufträge oder Anforderungen, die termingerecht oder wie spezifiziert erfüllt wurden. Beispiel: Liefertermintreue bei Kundenaufträgen.

Dokumentationstools

Dokumentationstools sind oft Softwarelösungen, die zur Erfassung, Visualisierung und Analyse von Geschäftsprozessen genutzt werden.

- **Software-Lösungen:** Tools wie Microsoft Visio, Lucidchart oder andere spezialisierte BPM-Software.
- **Dokumentation in Textform:** Detaillierte Textbeschreibungen und Protokolle.

Einsatzbereiche der Prozessdokumentation

- **Qualitätsmanagement:** Sicherstellung der Einhaltung von Standards und kontinuierliche Verbesserung der Qualität
- **Compliance:** Erfüllung gesetzlicher Anforderungen und interner Richtlinien durch klare Prozessvorgaben
- **Optimierung und Automatisierung:** Identifikation von Verbesserungspotenzialen und Möglichkeiten zur Automatisierung von Prozessen
- **Wissensmanagement:** Dokumentation als Wissensbasis für die Schulung neuer Mitarbeitenden und den internen Wissensaustausch.

Customer Journey

Im Gegensatz zur Prozessdokumentation beschreibt die Customer Journey den Weg, den eine Kundin oder ein Kunde strukturiert vom ersten Kontakt mit einem Unternehmen bis hin zur Kaufentscheidung und darüber



hinaus durchläuft. In der Theorie gibt es dazu verschiedene Modelle. Die Kundin/Der Kunde durchläuft dabei jeweils verschiedene Phasen. Die Customer Journey hilft, die Bedürfnisse, Erwartungen und Erlebnisse (Customer Experience, CX sowie User Experience, UX) der Kund:innen besser zu verstehen und zu erfüllen.

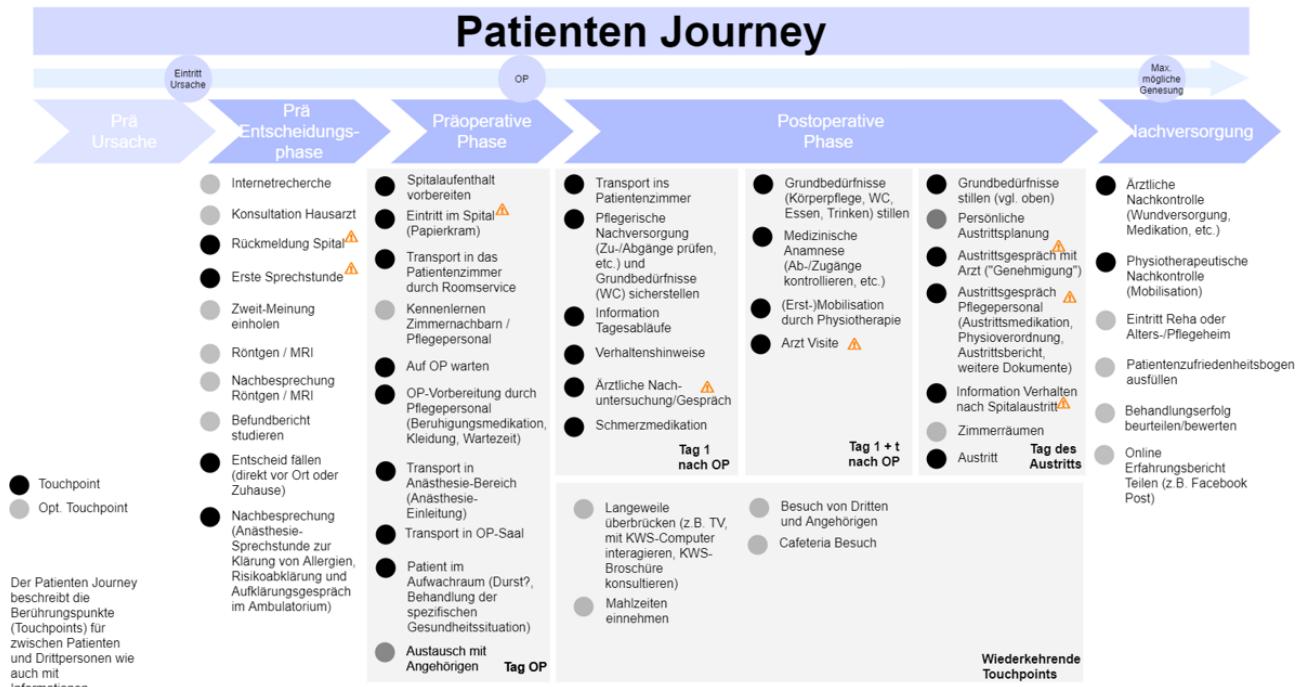


Abbildung 2: Beispiel einer Customer Journey aus der Sicht einer Patientin/eines Patienten.

Bestandteile der Customer Journey

Die Phasen der Customer Journey umfassen die verschiedenen Stadien, die eine Kundin/ein Kunde durchläuft, von der ersten Wahrnehmung eines Produkts oder Dienstleistung bis hin zur langfristigen Kundenbindung und -empfehlung.

- **Awareness:** Die Kundin/Der Kunde wird erstmals auf das Unternehmen aufmerksam.
- **Consideration:** Die Kundin/Der Kunde wählt verschiedene Optionen ab.
- **Conversion / Decision:** Die Kundin/Der Kunde trifft eine Kaufentscheidung.
-



Retention: Die Kundin/Der Kunde interagiert erneut mit dem Unternehmen oder kauft wieder.

- **Advocacy:** Die Kundin/Der Kunde empfiehlt das Unternehmen weiter.

Touchpoints

Touchpoints sind alle direkten und indirekten Kontaktpunkte, an denen Kaufinteressierte bzw. Kund:innen mit einem Unternehmen in Berührung kommen. Diese Kontaktpunkte spielen eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung der gesamten Customer Experience.

- **Kontaktpunkte:** Alle Interaktionen einer Kundin/eines Kunden mit dem Unternehmen, z. B. Website, Kundendienst, Social Media.
- **Kanalübergreifende Interaktionen:** Verfolgung der Kundeninteraktionen über verschiedene Kanäle hinweg.

Emotionen und Bedürfnisse

Emotionen und Bedürfnisse der Kundschaft sind die treibenden Kräfte hinter ihren Entscheidungen und Interaktionen. Diese zu verstehen, ist der Schlüssel zur Schaffung positiver und zufriedenstellender Kundenerlebnisse und UX.

- **Erwartungen der Kundschaft:** Verständnis der Erwartungen, welche die Kundschaft an das Unternehmen hat.
- **Emotionale Reaktionen:** Analyse der Emotionen, welche die Kundschaft in den verschiedenen Phasen erlebt

Journey Mapping Tools

Journey Mapping Tools sind Werkzeuge, die dazu dienen, die Reise einer Kundin/eines Kunden visuell darzustellen, um Einblicke in ihre/seine Erlebnisse und Interaktionen mit dem Unternehmen zu gewinnen und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

-



Kundenreise-Diagramme: Visualisierungen der verschiedenen Phasen und Touchpoints der Customer Journey.

- **Persona-Erstellung:** Entwicklung fiktiver Profile von Kund:innen zur besseren Veranschaulichung typischer Verhaltensweisen.
- **Feedback- und Analyse-Tools:** Erfassung und Analyse von Kundendaten und Feedback.

Einsatzbereiche der Customer Journey

- **Marketing:** Entwicklung gezielter Marketingstrategien, abgestimmt auf die Phasen der Kundenreise.
- **Kundenerlebnismanagement:** Identifikation und Beseitigung von Pain Points, um die Kundenzufriedenheit zu steigern.
- **Produktentwicklung:** Anpassung und Verbesserung von Produkten basierend auf Feedback und Verhaltensweisen der Kund:innen.
- **Vertrieb / Sales:** Verbesserung des Vertriebsprozesses durch ein besseres Verständnis der Kundenbedürfnisse und -interaktionen.

Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Um die Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Prozessdokumentationen und Customer Journeys zu verdeutlichen, werden die wesentlichen Bestandteile der beiden Ansätze gegenübergestellt:

Ziel und Zweck

- Prozessdokumentation: Optimierung der Effizienz und Qualität.
- Customer Journey: Verständnis und Verbesserung der Kundenerfahrung.

Beschreibung

- Prozessdokumentation: Systematische Darstellung von Abläufen.
-



Customer Journey: Darstellung der Kundenreise von Erstkontakt bis nach dem Kauf.

Ablauf

- Prozessdokumentation: Prozessbeschreibungen und Ablaufbeschreibungen.
 - Customer Journey: Phasen der Kundenreise: Awareness, Consideration, Decision, Retention, Advocacy.
-

Visualisierung

- Prozessdokumentation: Flowcharts, Swimlane-Diagramme, BPMN.
 - Customer Journey: Kundenreise-Diagramme, Persona-Profile.
-

Metriken

- Prozessdokumentation: KPIs, Durchlaufzeiten, Fehlerraten.
 - Customer Journey: Kundenerwartungen, emotionale Reaktionen, Zufriedenheit.
-

Tools

- Prozessdokumentation: Microsoft Visio, Lucidchart, BPM-Software.
 - Customer Journey: Journey Mapping Tools, Feedback- und Analyse-Tools.
-

Fokus

- Prozessdokumentation: Interne Abläufe und Effizienz.
 - Customer Journey: Kundeninteraktionen und -erfahrungen.
-

Zielgruppe

- Prozessdokumentation: Mitarbeitende, Management.
-



- Customer Journey: Kunden, Kundendienstteams.
-

Methodik

-
- Prozessdokumentation: Technische Darstellungen der Prozesse.
 - Customer Journey: Narrative und visuelle Darstellungen der Interaktionen.
-

Praxis

Beispielvorgehen bei einem Projekt für das Staatssekretariat für Migration (SEM):

Anhand dieses Praxisbeispiels zeigen wir ein mögliches Vorgehen für den Einsatz der beiden Ansätze auf:

-
- Einführen von kundenzentrierten Methoden und Instrumenten wie «Personas» und «Customer Journeys» im Rahmen des Vorhabens.
 - Identifikation und Definition von typischen Personas für den relevanten Themenbereich.
 - Analysieren der bestehenden Prozesse inkl. Erarbeitung einer Prozessdokumentation und Ableiten der typischen Customer Journey zur Gewinnung eines vertieften Verständnisses für das Kundenerlebnis sowie dessen Pain Points.
 - Organisieren, Durchführen und Leiten von Workshops mit internen und externen Stakeholdern zur Erarbeitung und Validierung von Ist- und Soll-Customer Journeys.
-

Fazit

Prozessdokumentation und Customer Journeys sind wertvolle Werkzeuge für Unternehmen, die

-
- ihre internen Abläufe optimieren,
 -
-



die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden steigern sowie

-
- ihren Absatz erhöhen wollen.
-

Während die Prozessdokumentation darauf abzielt, Effizienz und Qualität interner Prozesse zu verbessern, bietet die Customer Journey Einblicke in die Bedürfnisse und Erwartungen der Kundinnen und Kunden. Beide Ansätze ergänzen sich und tragen gemeinsam dazu bei, dass Unternehmen erfolgreich und wettbewerbsfähig bleiben.

Möchten auch Sie die Vorteile von Prozessdokumentation und Customer Journey nutzen? Kommen Ihnen diese Herausforderungen bei der Etablierung von kundenzentrierten Prozessen bekannt vor?

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.