

## Vorwort

*»Wenn Siemens wüsste, was Siemens weiß, dann wären unsere Zahlen noch besser.«*

Dr. Heinrich von Pierer, ehemaliger Vorsitzender des Vorstands der Siemens AG bei der Bilanzpressekonferenz 1995

*»If knowledge is power, customer knowledge is high octane power.«*

Thomas Davenport, Professor of Information Technology and Management, Babson College in einem Beitrag in der Zeitschrift CIO vom 09.05.2007

Der Kunde als Ausgangspunkt und im Zentrum aller Unternehmensaktivitäten und Wissen als vierter Produktionsfaktor – so kann eine zukunftsrobuste Positionierung moderner Unternehmen gelingen. Für Firmen wird es immer wichtiger, eine lernende Beziehung zum Kunden aufzubauen und Wissen vom, über und gemeinsam mit dem Kunden zu entwickeln. Um dieses Ziel zu erreichen ist eine integrative Betrachtung des Kundenbeziehungsmanagement und des Wissensmanagement bis hin zu einer Konkretisierung in Methoden und Verfahren zur Erzeugung, zur Verwaltung und zum Einsatz von Wissen unter Nutzung von Künstlicher Intelligenz essentiell.

Dieses Buch stellt die Systematik KnowBlueC (Knowledge Blueprint for CRM) als integrierendes Rahmenwerk für ein wissenszentriertes Kundenbeziehungsmanagement vor. Workshop-Kapitel sollen zur Umsetzung der vorgestellten Konzepte und Methoden in Ihrem Unternehmen motivieren und so zu einem funktionsübergreifenden Mehrwert und Erfolg in Ihrem Unternehmen führen – daher auch das klangähnliche Wortspiel zum englischen »no blues«. Es wird die organisatorische Perspektive des Wissensmanagement mit dem mathematisch-technologischen Aspekt der Künstlichen Intelligenz und der Business Analytics »unter einem Dach« zusammengeführt. Dem funktional-fachlich orientierten Leser aus der Unternehmensführung, dem Marketing, dem Vertrieb und dem Service ermöglicht der »Blick unter die Motorhaube« eine bessere Einschätzung und Qualifizierung moderner KI-Verfahren und aktueller Technologie-Hypes. Dem mathematisch-technisch orientierten Leser aus der Data-Science- und IT-Abteilung soll die Sicht auf die fachlichen Anwendungsbereiche ein besseres Verständnis funktionaler Anforderungen und unternehmerischer Herausforderungen bieten. Durch eine angepasste nicht zu tiefe Detaillierung der mathematisch-statistischen Verfahren soll der Blick auf das Wesentliche erhalten bleiben, so dass der »Wald vor lauter Bäumen« weiterhin erkennbar bleibt.

Aktuell sind die Fachgebiete der Künstlichen Intelligenz und der Business Analytics von einer sehr hohen Dynamik geprägt. Viele alte und gut bewährte Methoden und

Algorithmen werden stark erweitert und angepasst, viele neue Konzepte entstehen. Gleichmaßen stehen immer mehr qualitativ hochwertige Daten zur Analyse zur Verfügung – denn nur Daten und Algorithmen zusammen liefern erstklassige Lösungen. Die Rechenleistung im Cloud Computing lässt bereits heute die Realisierung von Implementierungen zu, die vor einigen Jahren noch undenkbar gewesen wären. Durch zukünftige Rechnergenerationen wie Quantencomputer werden sich diese Potenziale noch vervielfachen.

Bestehende Unternehmen auf diesen Gebieten erfinden sich neu und neue Unternehmen werden gegründet. Diese Dynamik bewirkt gleichfalls einige Herausforderungen bei der Erstellung eines Buches. Obgleich zum Zeitpunkt des Schreibens alle Quellen aktuell und gründlich recherchiert wurden, möge mir der geneigte Leser verzeihen, wenn er zum Zeitpunkt der Lektüre das eine oder andere Unternehmen oder Produkt vielleicht in der dargestellten Form nicht mehr finden wird. Aber getreu dem Motto, dass allem Neuen der Zauber der Vergangenheit innewohnt, werden Sie, liebe Leser, auch hier die Ursprünge sicherlich leicht nachvollziehen können.

Danken möchte ich Herrn Dr. oec. Uwe Fliegau vom Kohlhammer Verlag für die hilfreiche Unterstützung und die wertvollen Gedanken im Laufe der Erstellung dieses Werkes sowie das detaillierte Lektorat. Mein tiefer und herzlicher Dank gilt meiner Frau Kirsten. Sie musste auf viele gemeinsame Stunden und Tage verzichten und hat mich dennoch immer weiter bestärkt und ermuntert. Ohne ihre liebevolle Unterstützung wäre solch ein Werk unmöglich gewesen.

*»Es ist nicht genug, zu wissen, man muss auch anwenden.  
Es ist nicht genug, zu wollen, man muss auch tun.«*

Mit diesen Worten von Johann Wolfgang von Goethe in seinem Werk Wilhelm Meisters Wanderjahre möchte ich Sie nun jedoch herzlich zum Lesen, Nachdenken und Handeln einladen. Viel Spaß.

Paderborn, im August 2020

Andreas Schmidt