NEWS RELEASE

Die Zukunft des UC-Marktes – Die Vision von Mitel

12/13/2022

Mitel, ein weltweit führender Anbieter von Unternehmenskommunikation, gewährt nach zwei disruptiven Jahren für die ITK-Branche Einblicke in die Zukunft des UC-Marktes. In dieser turbulenten Zeit hat sich nicht nur die Technologie im Channel verändert, sondern vor allem auch die Anforderungen der Arbeitnehmer. Für einen Blick in die Zukunft der Branche, hilft eine Einordnung der Veränderungen der letzten Jahre. Der Fokus liegt dabei vor allem auf drei Faktoren: Flexibilität, Transformation des Arbeitsplatzes und personalisierte Kundenerfahrung.

Die Pandemie hat die Art und Weise, wie wir arbeiten, stark verändert - flexible Arbeitsmodelle sind gefragter denn je. Dies wirkt sich sowohl auf die Erwartungen und Anforderungen der bestehenden Arbeitskräfte aus, als auch auf die der kommenden Absolventen. Sie haben die letzten zwei Jahre ihres Studiums fast ausschließlich online oder zumindest hybrid verbracht und sind bereits an Remote-Arbeit gewöhnt.Umso wichtiger wird es für Unternehmen, in moderne UC-Tools zu investieren, um dieser digitalen Generation gerecht zu werden.

Die Schlüsselwörter für Unternehmen sind heutzutage Flexibilität und Auswahl, sowohl in Bezug auf die Lösungen, die sie erwerben müssen, als auch auf die Optionen für die Bereitstellung und den Kauf. Die Unternehmen werden daher weiterhin stark in Kommunikationstechnologie investieren - nicht nur in die Cloud, sondern auch vor Ort und in hybride Lösungen, da jedes Unternehmen spezifische Bedürfnisse hat und sich in unterschiedlichen Stadien der Modernisierung befindet.

„2023 wird Unternehmenskommunikation über ein zunehmend dynamisches und sich entwickelndes Spektrum von On-Prem-, Private Cloud-, Hybrid- und UCaaS-Kommunikationssystemen erfolgen“, erklärt Tarun Loomba, Präsident und CEO von Mitel. „Erfolgreich werden Kommunikationsanbieter sein, die sich einer Customer Lifecycle

Management (CLM)-Philosophie widmen, bei der Lösungen mit optimaler Auswahl und Flexibilität angeboten werden – zugeschnitten auf die Bedürfnisse jedes Unternehmens. Agile und anpassungsfähige Anbieter werden am besten positioniert sein, um durch das vor uns liegende Jahr zu navigieren."

Customer Lifecycle Management steht für viele Unternehmen – auch in der IT-Branche – im Mittelpunkt. Mit diesem Ansatz bieten Hersteller Vertriebspartnern und ihren Kunden einen "lebenslangen" Wert und begleiten sie durch jegliche Herausforderungen eines verändernden Marktes.

„Mittelständische Unternehmen und Konzerne suchen heute mehr denn je nach Unterstützung, um sicherzustellen, dass ihre Systeme hybrides Arbeiten ermöglichen und die notwendige Flexibilität und Zukunftssicherheit bieten, um sich in einer sich schnell verändernden Welt weiterzuentwickeln“, so Martin Meitza, Leiter Vertrieb Channel-Partner bei Mitel. „Um dies effektiv zu erreichen, müssen Unternehmen nicht nur mit den neuesten Kommunikationsgeräten ausgestattet werden. Es bedeutet, Daten, Erkenntnisse und proaktive Handlungsempfehlungen bereitzustellen, mit denen Partner und Anbieter ihren Kunden helfen können, ihre Organisation durch Kommunikation zu modernisieren.“

Obwohl viele Unternehmen hybride Arbeitsformen nutzen, hat die jüngste Studie von Mitel gezeigt, dass es Unterschiede zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern gibt, wenn es um hybride Arbeitsformen geht. So ist eine gute Work-Life-Balance für 23 Prozent der Unternehmen im Vergleich zu 50 Prozent der Beschäftigten ein wichtiges Anliegen. Ebenso ist die Verwaltung von Remote-Mitarbeitern für 47 Prozent der Unternehmen, aber nur für 36 Prozent der Mitarbeiter ein Thema, während die Aufrechterhaltung der Unternehmenskultur für 49 Prozent der Unternehmen und nur für 38 Prozent der Mitarbeiter wichtig ist.

„Im Jahr 2023 werden Collaboration-Technologien Mitarbeiter und eine erfolgreiche Unternehmenskultur noch mehr unterstützen", sagt Markus Henk, Managing Director Mitel Deutschland. "Auch Führungskräfte werden aufmerksamer zuhören und wichtige Kompromisse bei der Definition von Arbeit eingehen, um Fachkräfte mittelfristig an das Unternehmen zu binden.“

Auch der Einzelhandel hat sich auf Seiten der Customer Experience stark verändert. Seit dem Beginn der Pandemie haben viele Einzelhändler ihre E-Commerce-Kapazitäten stark ausgebaut, um die Kundenbindung zu erhöhen. Das Jahr 2022 hat die Einzelhändler jedoch vor neue Herausforderungen gestellt: Probleme in der Lieferkette und die Lebenserhaltungskostenkrise machen es den Einzelhändlern noch schwerer, Kunden zu akquirieren und zu binden.

„2023 werden wir einen verstärkten Fokus auf der Personalisierung sehen, gefolgt von einer beschleunigten Einführung von KI und prädiktiver Analytik. Im Einzelhandel könnten KI-gesteuerte Chatbots und Agent-Assist-Technologien mit Contact-Center-Plattformen gebündelt werden, um nahtlose und stärker personalisierte

Kundenerlebnisse zu schaffen“, empfiehlt Roland Retz, Pre-Sales Director Central Europe bei Mitel.

Über Mitel
Als ein globaler Marktführer für Unternehmens-Kommunikationslösungen ermöglicht Mitel mehr als 2 Milliarden Verbindungen täglich. Mitel unterstützt Unternehmen in der Kommunikation und Zusammenarbeit mit ihren Kunden und hilft ihnen dabei, innovative Dienstleistungen anzubieten. Unsere Innovations- und Kommunikationsexperten kümmern sich um Nutzer in über 100 Ländern.
Für weitere Informationen gehen Sie auf **www.mitel.de** oder folgen uns auf Twitter **@Mitel_DACH**.

Mitel ist eine eingetragene Marke von Mitel Networks Corporation.
Alle anderen Markenrechte liegen bei ihrem jeweiligen Inhaber.

Kontakt
Mitel
Sandrine Quinton
+33 (0)130-964-301
sandrine.quinton@mitel.com