



Voneinander lernen – Gemeinsam wachsen

Frankfurt am Main, 12. September 2023



08.30 – 09.00 Uhr	Gemeinsame Highlights 2023	
09.00 – 09.30 Uhr	BSI Academy – neues Ausbildungs- & Zertifizierungsprogramm	
09.30 – 10.00 Uhr	You Asked, We Listened – Workshop-Ergebnisse des letzten Partner Meetings	
10.00 – 10.30 Uhr	Stronger Together – Partner Marketing Toolkit	
10.30 – 10.45 Uhr	Kaffeepause	
10.45 – 12.00 Uhr	Best Practices «Von Partnern für Partner»	
12.00 – 12.15 Uhr	Ausblick	
ab 12.15 Uhr	Gemeinsames Mittagessen	

GEMEINSAME HIGHLIGHTS 2023



Danke!

Wir haben in diesem Jahr schon viel zusammen auf die Beine gestellt, viel bewegt.
Immer auf Augenhöhe, offen und vertrauensvoll.
Das schätzen wir sehr, danke!



Mai 2023: OMR Festival in Hamburg

Für uns das größte Event neben unserem BSI-eigenen Customer Summit

Wir waren mit 3 Partnern vor Ort: Consurance, crossnative und msg

Erstmals integrierte Marketingkampagne inkl. Social Outreach und vernetztem Kampagnenplan vor und während des Events

3 Masterclasses mit insgesamt über 1300 Bewerbungen

Konnten viele relevante Accounts aus unserer Target Liste gemeinsam mit unseren Partnern erreichen



Febr 2023: Health Partner Challenge

Ziel war es, einen Partner zu finden, mit dem wir gemeinsam den deutschen Krankenkassenmarkt angehen.

Challenge: Vermarktungskonzept für Deutschland + durchgängiger Churn Prevention Case, umgesetzt mit den Produkten unserer BSI Customer Suite

Sehr gute Pitches von den Top 3 Partnern Q_Perior, BearingPoint und adesso

Entscheidung ist uns nicht leicht gefallen

BSI Preferred Health Partner = adesso

Danke an alle teilnehmenden Partner für eure Kreativität und euer Engagement!

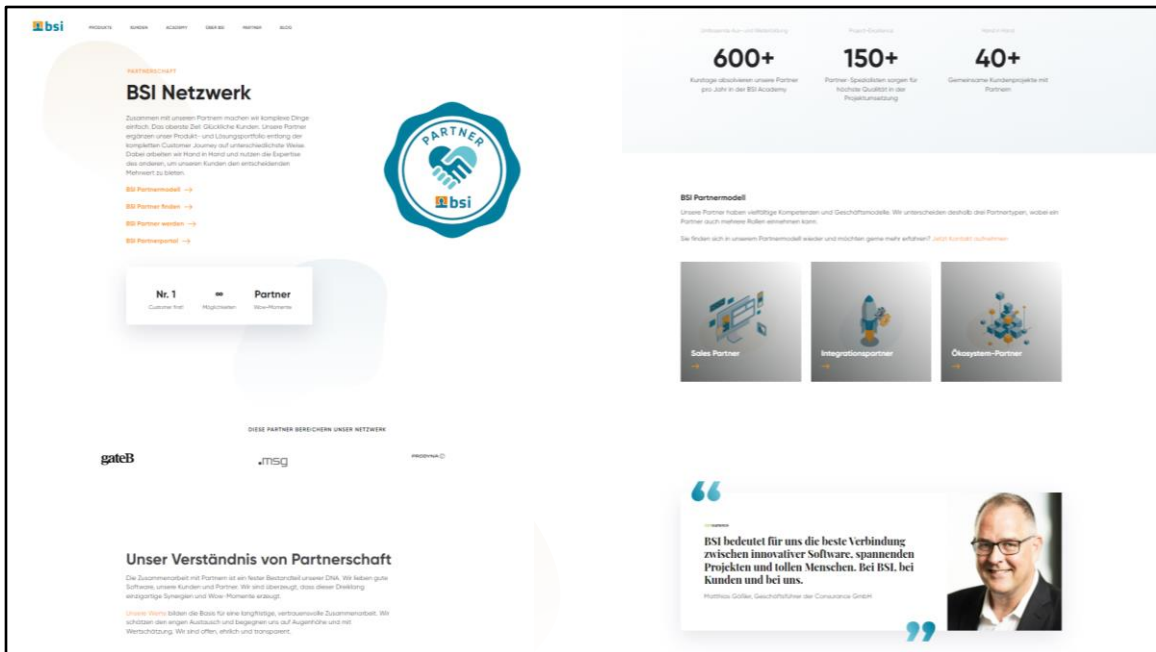


Weitere Highlights:

ajco: gemeinsames Kundenwebinar durchgeführt, Titelstory in der Zeitschrift Versicherungsbetriebe, 2 Gastbeiträge auf BSI Live, Hochschulmarketing

Admire: Schweizer Marketingtag (Glücksrad Story im BSI-Design)

BearingPoint + msg haben uns eingeladen: Danke, freuen uns sehr, wenn wir uns auf den Events unserer Partner präsentieren dürfen



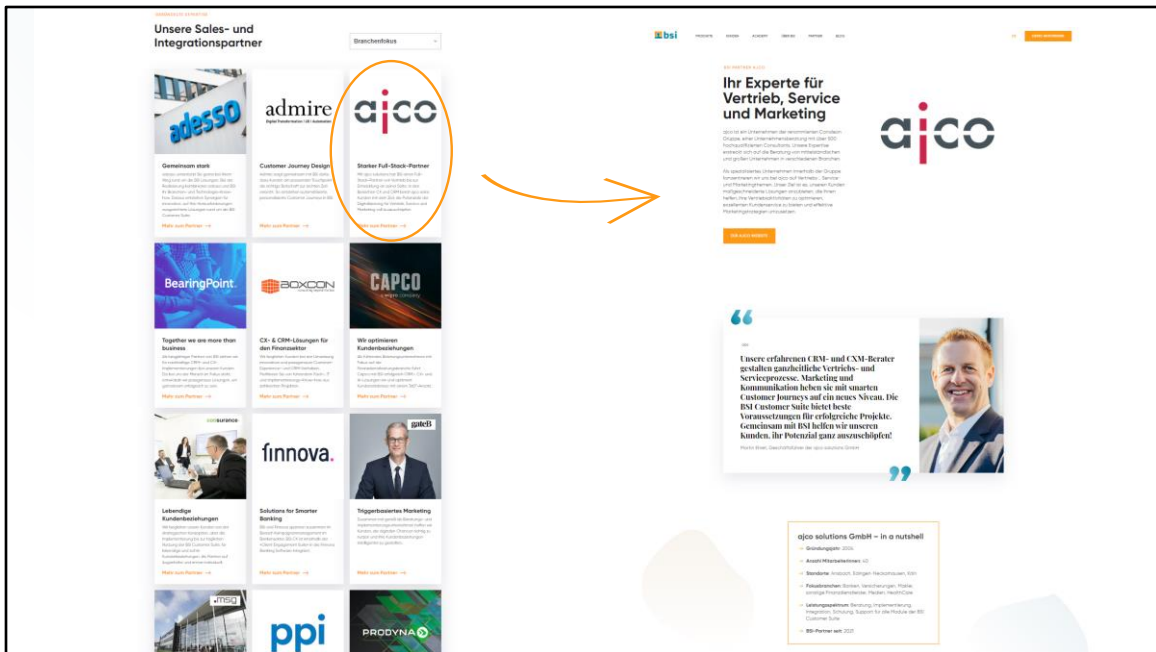
Neue Partner Website ist live [BSI | Partnerübersicht \(bsi-software.com\)](https://bsi-software.com)

Ziel: Unsere Partner stärker in den Fokus rücken

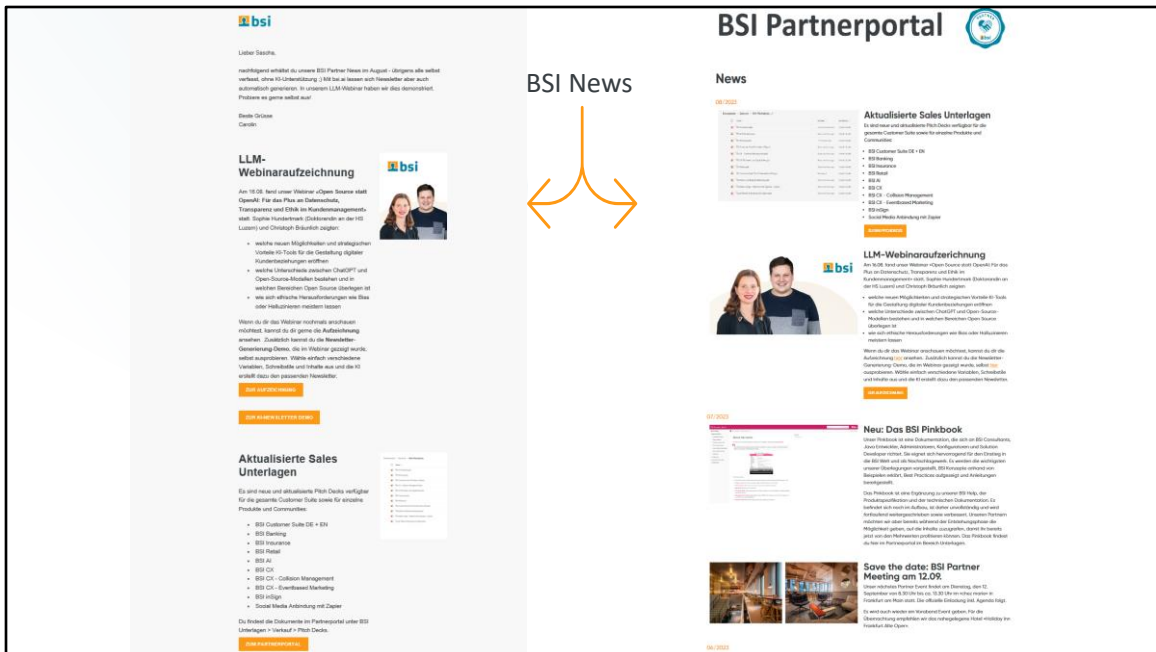
Ab sprung ins Partnerportal

Partnerübersicht neu getrennt nach Sales & Umsetzungspartnern und Ökosystempartnern (alphabetische Sortierung)

Zitate wechseln wir gerne regelmäßig aus, liefert uns euren Content



Optionales Angebot: Partner Einzelseite zur besseren Darstellung der Kompetenzen und Expertise
 Interesse? Liefert uns gerne Content



Seit Feb 2023: Unser monatlicher Partner Newsletter informiert euch regelmäßig und gebündelt über Neuerungen

Noch nicht im Verteiler? Meldet euch über das Partnerportal (Preference Center) an

Wichtigste News auch im Newsbereich des Partnerportals zum Nachlesen: [Startseite \(bsi-software.com\)](https://bsi-software.com)



8 neue Kunden durften wir in diesem Jahr zusammen mit euch gewinnen

BSI ACADEMY

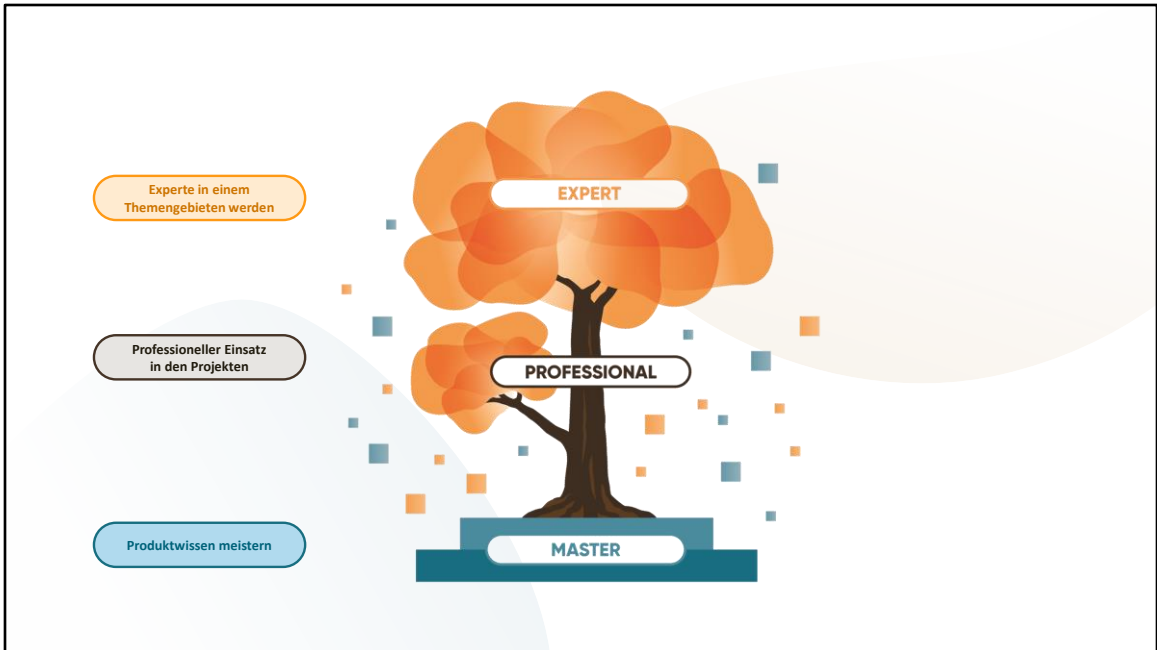
NEUES AUSBILDUNGS- & ZERTIFIZIERUNGSPROGRAMM



→ **«Von Mensch zu Mensch»** bedeutet, dass wir auf persönlichen Austausch und interaktive Kurse fokussieren; wir glauben an den dadurch erreichten nachhaltigen Erfolg der Ausbildung.

Dieser Austausch umfasst neben dem eigentlichen Training:

- individuelle Unterstützung
- wöchentliche Exchanges in der Klasse
- gemeinsame Coaching-Workshop vor Ort inkl. Abendaktivitäten
- Persönliche Assessments vor Ort



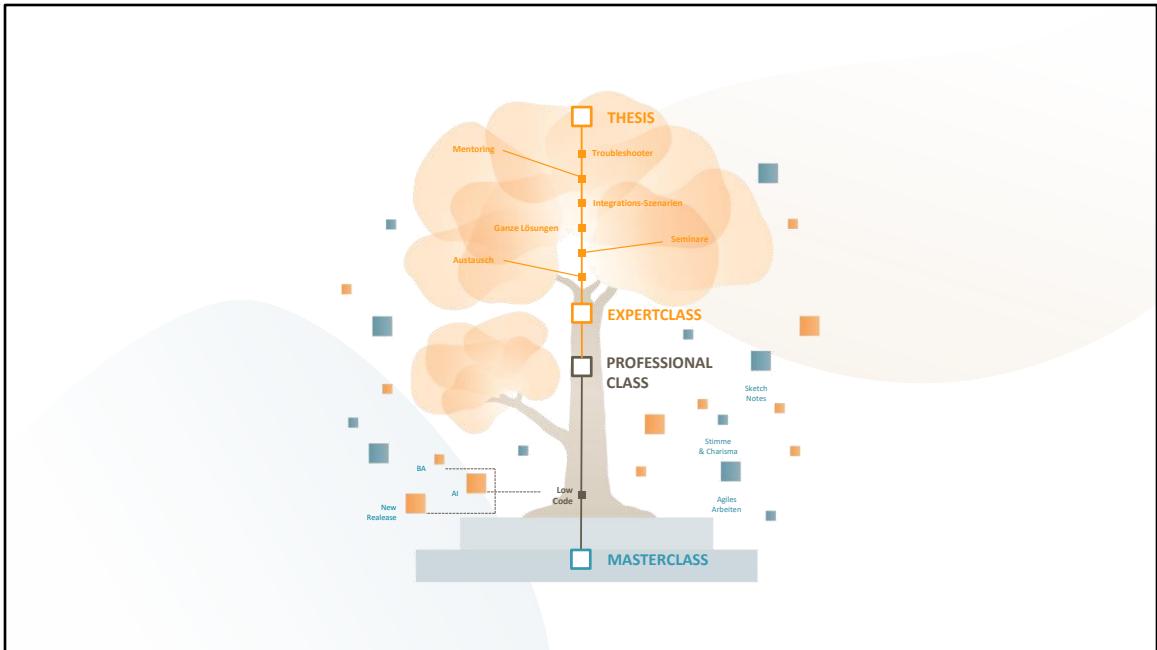
BSI-Zertifizierung

Für bestimmte Trainings können BSI-Zertifizierungen erworben werden. Das Zertifikat wird zu einer BSI Software Version ausgestellt. Die Zertifikate (Master, Professional, Expert) bauen aufeinander auf.

Bei der erstmaligen Anmeldung zu einem Training ist ein optionales Assessment zur Zertifizierung im Preis inkludiert. Bei Durchführung und erfolgreicher Zertifizierung qualifizieren sich die Teilnehmer direkt für das nächste Assessment der jeweils nächsten Stufe.

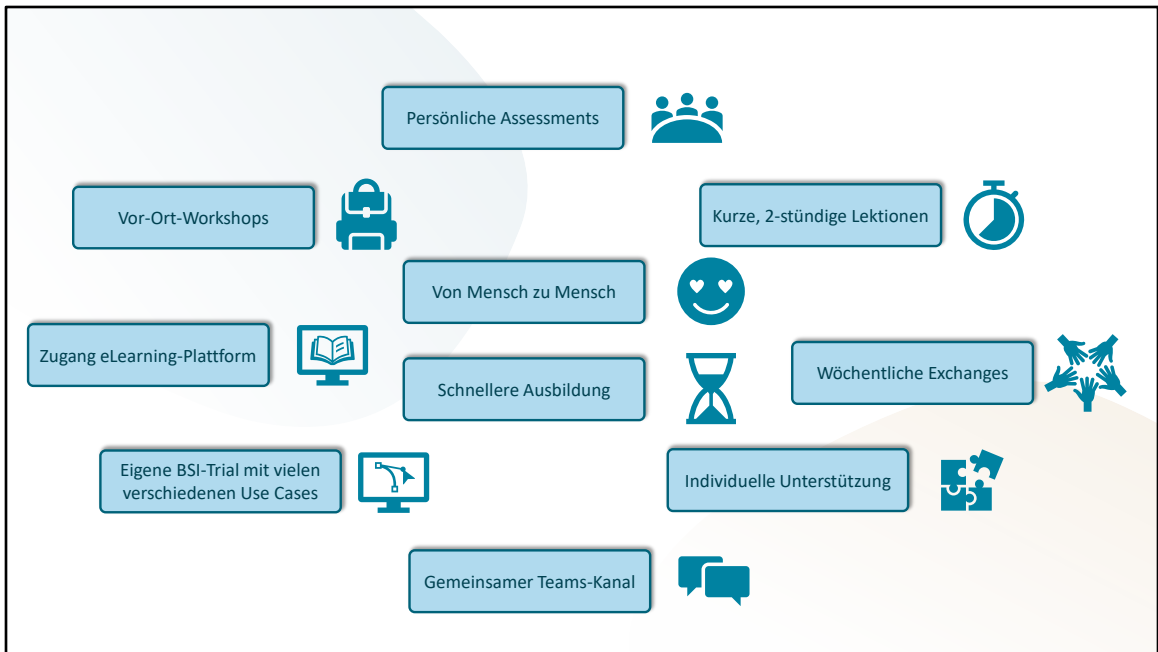
Für das Assessment werden zwei Termine zur Auswahl angeboten. Können beide Termine nicht wahrgenommen werden, erlischt die Inklusivleistung des Assessments und eine erneute Anmeldung wird kostenpflichtig.

Wird ein Assessment nicht bestanden, besteht die Möglichkeit sich zu einem kostenpflichtigen Reassessment anzumelden.



Verschiedene Ausbildungspfade stehen für verschiedene Rollen zur Verfügung. Hierbei gibt es obligatorische sowie fakultative Trainings. In diesem Beispiel sehen wir den Ausbildungspfad für die Rolle «Solution Developer». Pflicht dabei sind folgende Trainings:

- Masterclass mit erfolgreichem Assessment
- Low Code
- Professionalclass mit erfolgreichem Assessment
- Expertclass
- Diverse Trainings im Expertbereich (vor Ort und remote)
- Abgabe und erfolgreiche Abnahme einer Theses (inkl. Bestätigung und Abnahme des Kunden aus einem BSI-Projekt)



Hier sind die Mehrwerte der Trainings – in diesem Fall der Master-, Professional- und der Expertclass – zu sehen

bsi.academy Startseite Mein Dashboard Lernmaterialien Trainingskatalog Trainer Dashboard Admin Dashboard

Suche Terminierte Trainings E-Learning 14 Ergebnisse Sortieren nach: Startdatum

Filter

Trainingsnummer

Kategorien Stufe Master Wiederbildungen von externen Anbietern

Veranstaltungsorte

BSI CRM Essentials
 20.09.2023 | 13:00 – 17:00 | Blended-Learning | CHF 1.300,00
 Lerne das Konzept von BSI CRM kennen. In diesem Kurs entdeckst du unter Anleitung von unseren Spezialisten die vielseitigen Möglichkeiten und Ausprägungen von BSI CRM.
 verfügbar (15/15) [→ Zeige Interesse](#)

CAS Web Applikationen
 01.10.2023 – 31.03.2024 | Blended-Learning | CHF 8.200,00
 Das CAS Web Applikationen vermittelt, wie man mit Hilfe von angewandter Wissenschaft reichhaltige Benutzeroberflächen realisiert und dabei gestalterische Ideen mit Ingenieurvorgängen und nachhaltiger Architektur umsetzt.
 ICH (Extern_CH) verfügbar [→ Zeige Interesse](#)

BSI Eclipse Scout Advanced (EN)
 04.10.2023 – 05.10.2023 | Blended-Learning | CHF 1.980,00
 Aufbauend auf dem Tutorial «Eclipse Scout Beginners Guide» vermittelt Ihnen dieser Kurs die notwendigen Fähigkeiten, um auch komplexe Benutzeroberflächen mit Scout zu realisieren und bietet einen vertieften Einblick in die Entwicklung von Scout-Anwendungen.
 Unbegrenzt verfügbar [→ Zeige Interesse](#)

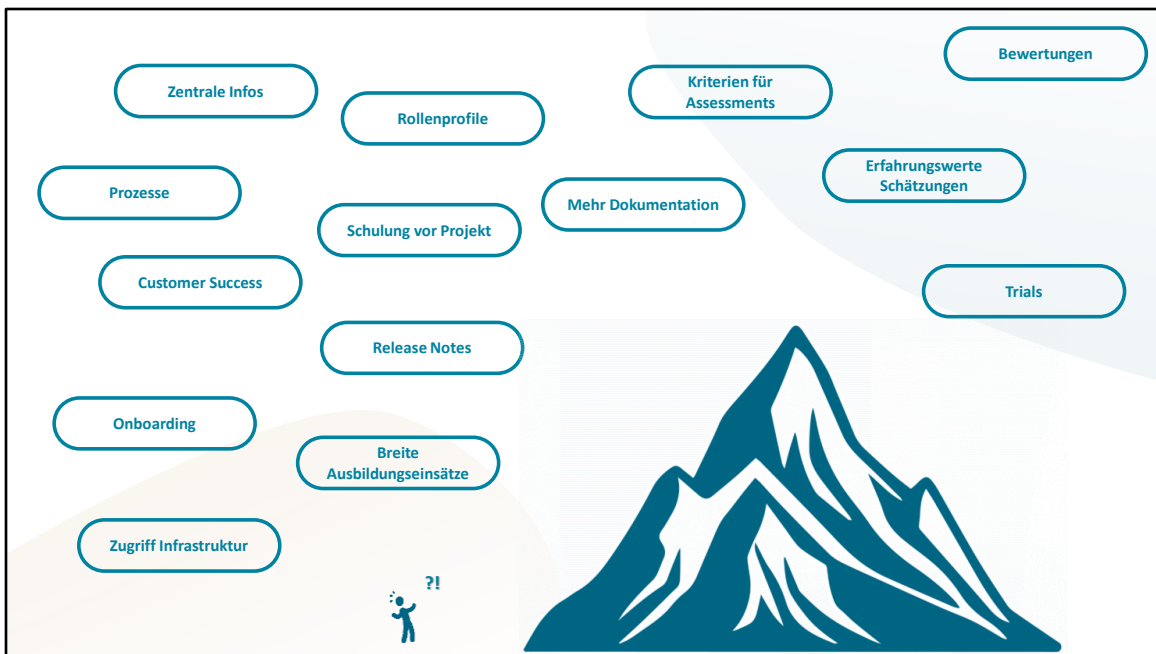
BSI CX Essentials
 19.10.2023 | 09:00 – 17:00 | Virtual Classroom-Sessions | CHF 1.100,00
 Lerne, wie du als Story Designer und UX-Manager Kunden begeisterst. Entdecke, wie leicht du unterschiedlichste Touchpoints in deiner Story nutzen kannst.
 verfügbar (13/13) [→ Zeige Interesse](#)

Unsere neue BSI Lernplattform ist live! Ihr könnt euch ab sofort unter <https://academy.bsi-software.com/de/de-DE/Trainings> registrieren.

Bitte gebt bei der Buchung eines Trainings immer euren individuellen Partnerrabattcode an. Fragt bei eurem BSI Partnerteam danach.

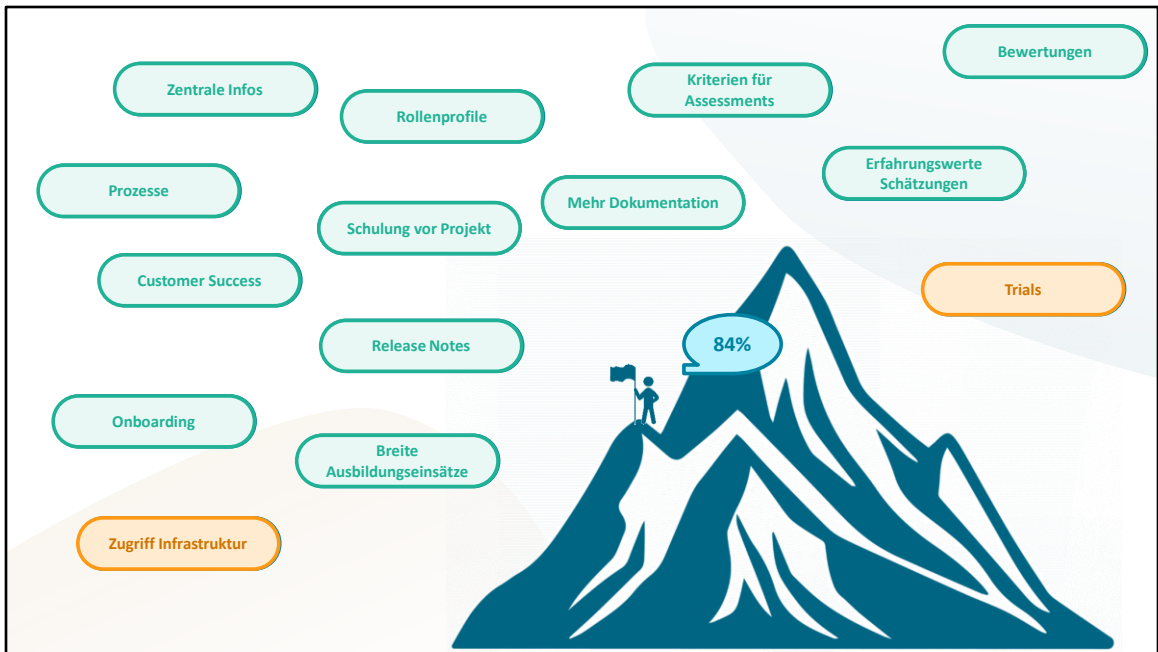
YOU ASKED, WE LISTENED

WORKSHOP-ERGEBNISSE DES LETZTEN PARTNER MEETINGS



Unsere Partner haben beim letzten Partnerevent die folgenden Verbesserungswünsche geäußert:

- Eine zentrale Plattform auf der BSI Informationen für Partner bereitstellt
- Genaue Beschreibung der Rollenprofile für BSI Projekteinsätze
- Prozesse um Bestellungen (Trials, Onboardings, Deboardings, MPIs) auszulösen
- Verbessertes Zusammenspiel und geregelte Reaktionszeiten durch die BSI Customer Success Teams
- Erklärung der Onboardingprozesse für Unternehmen und Mitarbeiter
- Die Möglichkeit BSI Schulungen vor dem Projekteinsatz zu besuchen
- Zugang zu den BSI Release Notes auf Ticketebene
- Breitere Einsatzmöglichkeiten für Partner in BSI Projekten
- Zugriff auf die BSI Infrastruktur
- Bereitstellung von umfangreicheren Dokumentationen
- Transparente Kriterien bei den BSI Assessments
- BSI soll ihre Erfahrungswerte beim schätzen von BSI Projekten an die Partner kommunizieren
- Transparente und beidseitige Bewertungen bei BSI Projekteinsätzen
- Trials mit mehr Ressourcen und Backups



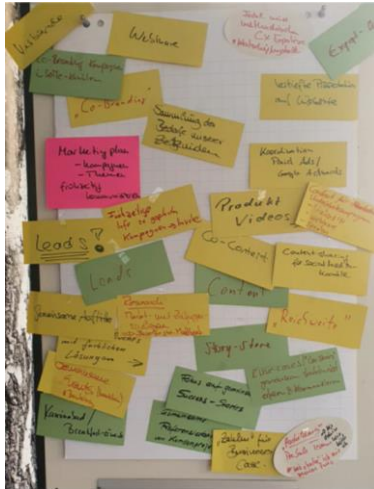
84% der Partneranforderungen konnten in den 6 Monaten seit dem letzten Partnerevent umgesetzt werden!
 Verbesserungen sind bei der Infrastruktur noch geplant, bisher konnten AWS-Umgebungen freigeschaltet werden. In Zukunft wird noch Azure folgen.
 Die Partneranforderungen zu den Trials wurden auf die Roadmap für 2024 genommen.

The image features a solid teal background with a thin black border. Two large, semi-transparent, light-blue circular shapes are positioned on the left and right sides. Centered on the left side, the text "STRONGER TOGETHER" is written in a bold, white, sans-serif font. Below it, "PARTNER MARKETING TOOLKIT" is written in a smaller, white, sans-serif font.

STRONGER TOGETHER
PARTNER MARKETING TOOLKIT

RÜCKBLICK

Wünsche an das Marketing aus dem letzten Partner Event



RÜCKBLICK

Take-aways

Mehr Infos



Mehr Content



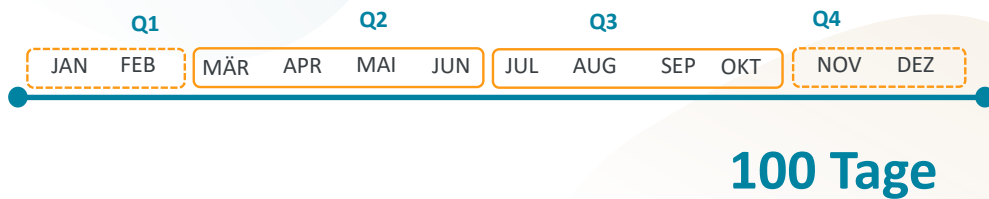
Mehr Sichtbarkeit



SO INFORMIEREN WIR EUCH ZUKÜNFTIG

Update zur BSI Marketing-Planung

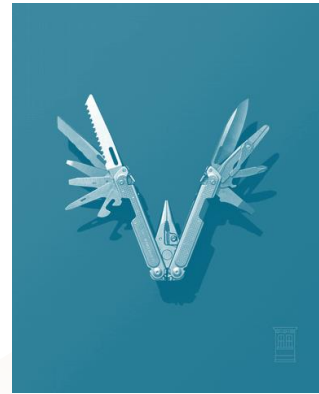
- Wir organisieren uns in Marketing & Verkauf in **100-Tagessprints**
- **Kurzes Marketing Update für die Partner** zu Beginn jedes Sprints; wird auch **aufgezeichnet** und über **PartnerPortal** zur Verfügung gestellt
- **Save the date:** Termin für erstes Marketing Update: **30.10.**



OVERVIEW

BSI Partner Marketing Toolkit

- **Basics:** Mit diesen Basisunterlagen könnt ihr rechnen
- **BestPractice:** Wir teilen Ideen, Best Practices und Wissen mit euch
- **BePart:** Wir treten gemeinsam an Events und Konferenzen auf, lancieren gemeinsame Kampagnen und produzieren zusammen relevante Inhalte
- **BePioneer:** Ausgewählte Initiativen von Partnern unterstützen wir mit Marketing-Know-how und/oder -Leistungen



BASICS

Das gehört zum Standard-Repertoire für unsere Partner

- **Get the basics: Basis-Vermarktungsunterlagen** werden über **PartnerPortal zur Verfügung gestellt**
 - Unterscheidung in editierbare (Logo und Kontakt anpassbar) und nicht editierbare Materialien
 - Release-Vermarktungsunterlagen inkl. Bildmaterial
 - Whitepaper
 - Use Cases inkl. Social Media Visuals
 - Kunden Success Stories
- **Spannende Gastbeiträge willkommen: BSI Blog «BSI LIVE»** steht euch nach wie vor grundsätzlich offen.
- **Social Buzz:** Über den **BSI LinkedIn-Kanal** pushen wir gerne Partner-Inhalte, sofern sie für unsere Zielgruppen relevant sind. Mit dem **#PartnerPlausch** bieten wir ein neues Format an.



BASICS

#PartnerPlausch

LinkedIn-Format «Auf einen Kaffee mit ...», um euch unserem Netzwerk vorzustellen

Starke Gründe dafür:

- Stärkung der Zusammenarbeit
- Gegenseitige Erhöhung der Sichtbarkeit
- Neue Netzwerkmöglichkeiten
- Vielfalt der Partnerschaften aufzeigen



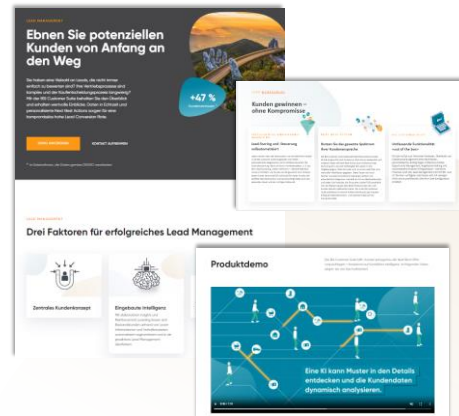
Ihr möchtet teilnehmen? Meldet euch bei uns!



BESTPRACTICE

Use Cases – ready to use

- Use Cases mit dem Ansatz, dass wir keine Features verkaufen, sondern die Probleme des Kunden verstehen und lösen – ganzheitlich mit der BSI Customer Suite.
- Aktuell gibt es bereits über **20 Use Cases**, die verfügbar sind
- **Welche Materialien gibt es?**
 - Webseite zum Use Case
 - Use Case als PPT und als PDF
 - Teilweise Social Media Visuals
 - Teilweise unterstützende Videos zum Use Case
- PDFs für euch im [Partnerportal](#)



(Produkt-)Factsheets

Verfügbar im Partnerportal



bsi.cx

Betreiben Sie Ihre Kunden voll automatisiert

Mit bsi.cx, unserem Produkt für Digital Customer Experience, völlig neu, begeisterte Kundenerlebnisse schaffen - automatisiert und personalisiert.

- End-to-End Customer Experience Marketing - sicher und analysiergsicher
- Hyperpersonalisierte Customer Journeys - Omnichannel und selbstlernend dank Künstlicher Intelligenz
- Laufende Optimierung durch Realtime-Analyse und Reporting
- Intuitiv und leichtig Dank Bedienung per Drag-and-drop visualen Content Editor und über 200 hochauflösenden Klippart sehr kurze Time-to-Market



Sind Sie bereit für begeisterte-Customer Journeys?

Doro Rogg, Kundenberater
 +49 36 85 93 93
 dororogg@bsi.com

BSI SOFTWARE CORP. FACTSHEET - 04



DER KUNDE IM MITTELPUNKT

Die BSI Customer Suite Release 23/1

Das Release 23/1 der BSI Customer Suite hilft Unternehmen, den Kunden an den Stellen zu begreifen, die für sie relevant sind. Die BSI ist die digitale Lösung, um Kundenerlebnisse sicher zu gestalten und diese mit Intelligenz und Daten - auch aus externen Systemen - zu unterstützen. Erweitern Sie unser CRM-System als lokale branchenspezifische Lösung - integriert, angepasst an die Unternehmens-DNA und dank Cloud-Architektur immer auf dem aktuellsten Stand.

Mit BSI werden Hyperpersonalisierung, Künstliche Intelligenz, Marketing Automation und Multiscreen zu Werkzeugen der täglichen Arbeit mit Ihren Kunden.

Erweitern Sie die Highlights

- Next-Gen Lead-Gen** und **Content-Gen** - Anzeigen werden mit kontextuellen Personalisierungen intelligenter
- Selbstoptimierende B2B-Response** und **B2B-Engage**
- Power Light** erweitert B2 in um die Aktivierung digitaler Kanäle
- Next-Gen Personalisierung** durch **Personalizer** in B2i CRM
- Erweiterte Digital Steps** in B2i CRM
- Verstärkte Anzeigentargeting** im **Business-Gen** in B2i CRM
- Neue, innovative Strategien** zur **Wiederholung** in B2i CRM

BSI SOFTWARE CORP. RELEASE 23/1 1



FACTSHEET

AI Ready

Das Release 23/1 bringt mit der Grundlage für jedes erfolgreiche AI-Projekt in Form eines **Vorgehens** werden. Hestausforderungen frühzeitig erkannt und Maßnahmen definiert, deren Umsetzung das Projektziele erreichen. Im Oktober 2023 wird die AI-Ready Vorgehensweise einige Monate vor dem Projektstart durchgeführt.

Leitungsrichtung und Ziele

Das Release 23/1 von BSI ist ein Schritt zum nächsten Schritt, um die **Besten von uns** in die **Anforderungen** zu integrieren. **Transparenz** und **Verantwortung**.

- Beste** ist ein wichtiger Schritt in Richtung der **AI-Ready** des Unternehmens. Die **AI-Ready** ist ein Prozess, der die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht.
- Personalizer** ist die **AI-Ready** des Unternehmens, die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht.
- Erweiterte** und **Next-Gen** ist die **AI-Ready** des Unternehmens, die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht.
- Business-Gen** ist die **AI-Ready** des Unternehmens, die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht.
- Power Light** ist die **AI-Ready** des Unternehmens, die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht.

Durchführung

Im 10ten Monat 2023 wird **AI-Ready** von BSI sein. **AI-Ready** ist ein Prozess, der die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht. **AI-Ready** ist ein Prozess, der die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht. **AI-Ready** ist ein Prozess, der die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht.

Ein Investment

Wir gehen von einem Aufwand von **8-10 Personen** für die **AI-Ready** des Unternehmens. **AI-Ready** ist ein Prozess, der die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht. **AI-Ready** ist ein Prozess, der die **AI-Ready** des Unternehmens zu einem **AI-Ready** macht.

BSI SOFTWARE CORP. FACTSHEET - 04/2023

BASICS

Personalisierbare Marketing Assets

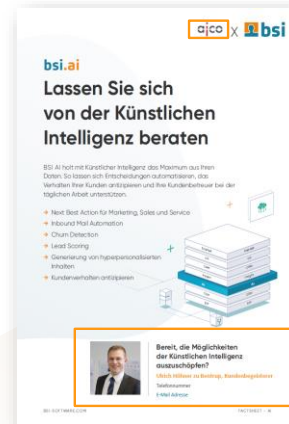
→ **Make it personal:** Ausgewählte **Marketingunterlagen** sind zukünftig **individualisierbar** (ab Release 23/2)

- Produkt-Factsheets
- Später auch: Use Cases

→ **Vorteile:** Materialien sind für die Kundenkommunikation nutzbar und Partner können dabei ihr Logo und ihre Kontaktpersonen ergänzen

→ **Was kann individualisiert werden?**

- In einem 1. Schritt werden die Produkt-Factsheets mit der Möglichkeit angeboten, Logos zu integrieren.
- Zusätzlich zum Logo können in einem Kontaktfeld das Bild der Kontaktperson sowie die dazugehörigen Kontaktdaten angepasst werden können.
- In einem 2. Schritt können auch die Use Cases personalisiert werden



Synergien nutzen: Gemeinsame Events, Messeauftritte & Studien

→ **Co-Creation:**

- bei Studien und Whitepapers bieten wir unseren Partnern eine Beteiligungsmöglichkeit an, wann immer sinnvoll
- Wir informieren im Rahmen der Marketing Updates über Optionen

→ **Co-Participation:**

- Bei unseren eigenen Events bieten wir, wenn sinnvoll, unseren Partnern eine Plattform – zu bestimmten Bedingungen
- Bei externen Events prüfen wir, wo ein gemeinsamer Auftritt für beide Seiten gewinnbringend ist



BE.PART

Webinar Package «Rundum-Sorglos»

- **Keine Ressourcen für Webinar-Organisation und -Bewerbung?**
Neu könnt ihr über uns ein Webinar-Paket beziehen.
- **Deliverables:**
 - Streaming via Airmeeet inkl. Set-up
 - Co-gebrandete Social Media Assets (Visuals und Texte)
 - Einladungsmanagement mit BSI CX
 - Postings von BSI zur Promotion des gemeinsamen Anlasses (+ BSI Expert:innen)
 - Teilnehmerliste und Videoaufzeichnung
- **Voraussetzungen:**
 - Aktuelles Thema mit Titel und Abstract
 - Nennung Themenexpertinnen/Referenten
 - Target-Liste für Webinar
- **Kosten:** 2500.- EUR

OPEN SOURCE STATT OPEN-AI

Für das Plus an Datenschutz und Transparenz im Kundenmanagement

Online am 16. August 2023, 8.30 Uhr bis 9.30 Uhr

JETZT ANMELDEN

bsi

Hyperpersonalisierung im Schweizer Retail Banking

Hyperpersonalisierung wird in den Banken eingeführt, ihre Marke zu differenzieren. Wie erfolgt die Nutzung der Kundendaten und die Kundenbindung zu verbessern und die maximale Integration zu leisten.

Wird alles sehr gut, was bedeutet jedoch Hyperpersonalisierung?

Diese Frage wird nicht mehr mehr spezialisiert unsere Associate Partnerin Julia Höggerer, Chief Data Officer von Swisscom und Redgate, zeigen vor BSI.

Wie können Sie sich das Webinar in voller Länge ansehen?

<https://t.me/synpulse02>

Wollen Sie mehr zu den Experten erfahren, dann lesen Sie unseren Artikel über <https://t.me/synpulse02>

#RetailBanking #Hyperpersonalisierung #Kundenjourney #Kundenloyalität

synpulse

Team: Hyperpersonalisierung im Schweizer Banking

Alternativ könnt ihr auch weiterhin kostenfrei ein gemeinsames Webinar mit uns durchführen, wenn ihr den Aufwand für Organisation, Set-up und Bewerbung selbst tragt.

BEST.PRACTICE

Upskilling to go: Marketing Education für unsere Partner

- Wir teilen Ideen, Best Practices und Wissen mit unseren Partnern.
- **Das Format: BestPractice Quartely.**
 - BSI organisiert einmal im Quartal einen Online-Upskilling-Anlass zu Marketingthemen mit externen Experts aus dem Netzwerk.
 - Ziel: Inspiration, Wissen aufbauen, Themen-Experts kennenlernen
- **Weitere Ideen:**
 - Social-Selling-Self-Learning-Kurs
 - Social-Selling-Einzelcoaching durch Agentur Front Row (3 Monate plus Vorbereitung)
 - Online-Webinare zu bestimmten Themen: Personas/Buying Center BSI, AI-Tools im Content Marketing, Lead Nurturing in BSI, ABM, E-Mail-Marketing mit BSI etc.



BEST.PRACTICE

Gemeinsame Success Stories

→ Wir sind auf der Suche nach starken Erfolgsgeschichten, die wir zusammen erzählen

→ Bedingungen für eine Success Story:

- Relevanter, in KPI begründbarer Erfolg beim Kundenprojekt
- Umfassender Use Case, der ein breites Spektrum der BSI Customer Suite abdeckt
- Kunden-Agreement für namentliche Nennung sowie Ansprechpartner für Zitate und Rückfragen
- Ausgefülltes Formular durch Partner

→ Das liefern wir:

- Set an Co-gebrandeten Success Story Materialien: PDF, PPT sowie Ads für Social Media
- Social Media Post mit Verlinkung auf Partnerseite
- Veröffentlichung auf BSI Webseite

→ Timeline (insgesamt ca. 2 Monate):

- Nach Einreichung Pitch-Formular Rückmeldung von BSI innerhalb von 2 Wochen
- Nach Briefingtermin: 4 Wochen bis zur Erstellung eines Drafts
- Feedback und Einarbeitung des Feedbacks: 3 Wochen insgesamt

→ Die Erstellungskosten trägt BSI

The image displays three success story cards from BSI. The top card, titled 'Herausforderung', lists 'Herausforderung' (3), 'Lösung' (4), 'Vorteile' (5), and 'Ausblick' (4). The middle card, titled 'Ein Viertel aller Anfragen werden per KI bearbeitet', features a quote from 'Herr Dr. Peter Müller' and a 'Herausforderung' section. The bottom card, titled 'Smarter Kundenservice', highlights '92% Zufriedenheit' and '100% ROI'.

BE.PIONEER

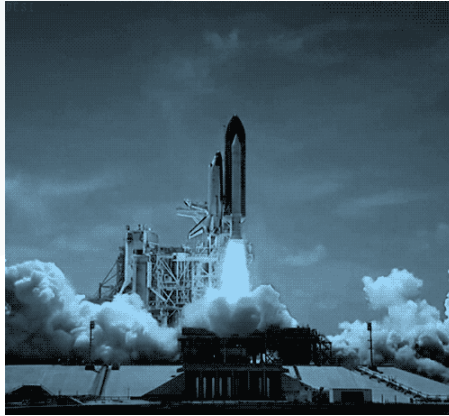
Ausgewählte Initiativen begleiten wir intensiver

→ Vielversprechende Initiativen von Partnern unterstützen wir mit Marketing-Know-how und/oder –Leistungen



#STRONGERTOGETHER

Lasst uns gemeinsam Gas geben.



Fragen? Meldet euch bei charlotte.malz@bsi-software.com

BEST PRACTICES

«VON PARTNERN FÜR PARTNER»



Marketing für und mit BSI

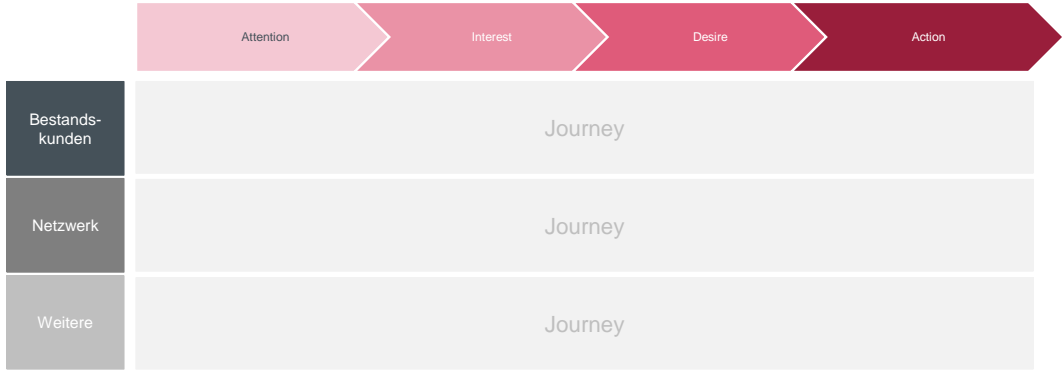


Frankfurt, 12. September 2023

aico

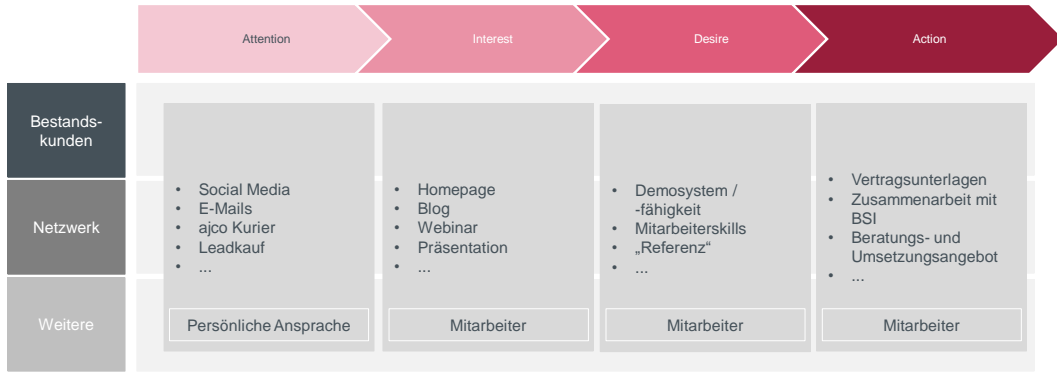
Marketingziel: Pipeline-Aufbau

Generierung und Konvertierung von Leads für BSI

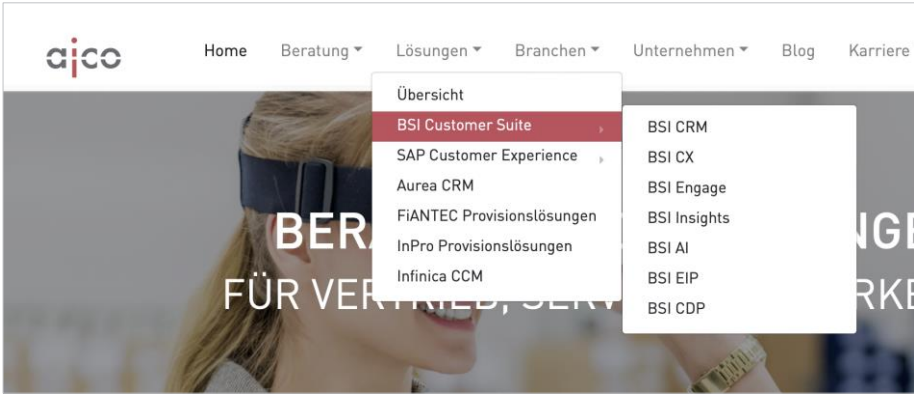


Maßnahmen

Generierung und Konvertierung von Leads für BSI



Homepage



Homepage

CRM- und CX-Lösungen von BSI



BSI CRM – Customer Relationship Management

BSI bietet Ihnen auf die jeweilige Branche angepasste Datenobjekte und Felderlisten und somit einen schnellen Projektstart. Neben der CRM-typischen 360°-Sicht erhalten Ihre Mitarbeiter im Vertrieb, Service und Marketing eine umfassende Unterstützung bei ihrer Arbeit, die genau auf die Anforderungen Ihres Geschäftsmodells angepasst werden kann.

Mehr über BSI CRM



BSI CX – Customer Experience

Mit BSI CX designen und steuern Sie hochpersonalisierte Customer Journeys. Alles abteilungsübergreifend, hochindividuell, in Echtzeit, über alle Touchpoints und voll automatisiert. Damit sorgen Sie für eine unvergessliche Experience und maximieren Ihren Geschäftserfolg.

Mehr über BSI CX



BSI Engage – digitale Beratung

Ob Vertrieb oder Service, digitale Beratung gewinnt weiter an Bedeutung. BSI Engage bietet dazu die passende Technologie für Videoberatung und rechtsichere elektronische Unterschriften. Diese Lösungen können unabhängig von der BSI Customer Suite genutzt werden, sind gleichzeitig aber auch perfekt in die BSI CRM und BSI CX Anwendungen integriert.

Mehr über BSI Engage

BSI Customer Suite - moderne Technologie für Ihre CRM und CX Anwendung



BSI Insights

Aus Daten Informationen gewinnen, lernen, steuern und besser werden.

BSI Insights



BSI AI

Künstliche Intelligenz für next best offer, Leadscoring, Handlungsempfehlungen, Marketing.

BSI AI



BSI Enterprise Integration

Schnittstellen, Datenströme und Integration einfach gestalten.

BSI EIP



BSI CDP

Alle Kundendaten an einem zentralen Ort für Ihre Anwendungen.

BSI CDP

Lässt sich BSI CX mit meinem CRM-System kombinieren?

BSI CX arbeitet nicht nur mit weiteren BSI Software-Modulen zusammen, sondern entwickelt auch für die Nutzung mit anderen CRM-Systemen Connectoren.

Aufzeichnung des Webinars "Eingliederung BSI CX für Aurea CRM"	Beispiel: Mikroconnector Connector Aurea CRM mit BSI CX
--	---



Customer Experience Management

Mit BSI integrieren Sie Kundenerlebnismessungen – zum Beispiel transaktionale NPS Befragungen – ganz einfach in die Customer Journey und haben immer einen aktuellen Überblick über die Zufriedenheit Ihrer Kunden.



Cloudbetrieb

BSI CX erhalten Sie als Software as a Service von der BSI Cloud mit Serverstandort in Deutschland. Auf Wunsch können Sie es auch der Cloud auch E-Mail und SMS versendet werden – oder Sie setzen Ihre eigenen Provider hierfür ein.



CRM und CX im Zusammenspiel

Sie können BSI CX stand alone nutzen. Oder im Zusammenspiel mit BSI CRM oder integriert mit einer anderen CRM Lösung oder anderen Plattformen. Lassen Sie uns über Ihre Pläne sprechen!

Blog

Letzte Blogbeiträge

Neue Tools, Features und Einsatz
in Erklärung bringen
Marketing Automation – mehr
als Spielzeug für Marketing
New Work – Flexible
Arbeitsumgebungen bei der agile
Marketingautomatisierung für
Messen und Events
SAP Emarsys – Marketing
Automation

Kategorien

Berufung (41)
Customer Experience (10)
Prozesse (12)
Wie wird es sein (2)

Schlagworte

Marketing Automation

Karriere Prozesse

New Work NPS CRM

CRM BSI SAP

Finanzdienstleistung

Letzte Kommentare

Archiv

2023 (1)

2022 (2)

2021 (9)

2020 (18)

2019 (2)

2018 (2)

RSS-Feeds

letzte Blogbeiträge

Tag: BSI

Erfahrungen und Berichte rund um die BSI Customer Suite, CRM und Customer Experience Management



Integration Website mit CRM

16.02.2023 10 0 Comments

Wir zeigen am Beispiel einer Integration zwischen BSI CRM und TYPO3, wie Kontakte gepopt, automatisch eingepflegt und im CRM bearbeitet werden können.

1 René Meier % BSI, CRM, CRM, Prozesse



Ihr Kunde als Segment of One

20.01.2023 10 0 Comments

Ein Gedankenexperiment zum Kundenbeziehungsmanagement, wertvolle Tipps, wie man Kundenbeziehungen verbessert - Umsetzungsempfehlung mit moderner Software.

1 Ulrich Höber zu Beitrag % CRM, BSI



Leadgenerierung mit Customer Journeys

14.01.2023 10 0 Comments

Wir zeigen in diesem Blogbeitrag anhand einer Jahresaufsatz-Journey wie man mit Customer Journeys qualifizierte Leads für unterschiedliche Themen gewinnt.

1 Ulrich Höber zu Beitrag % BSI, CRM, CRM, Prozesse, Marketing Automation

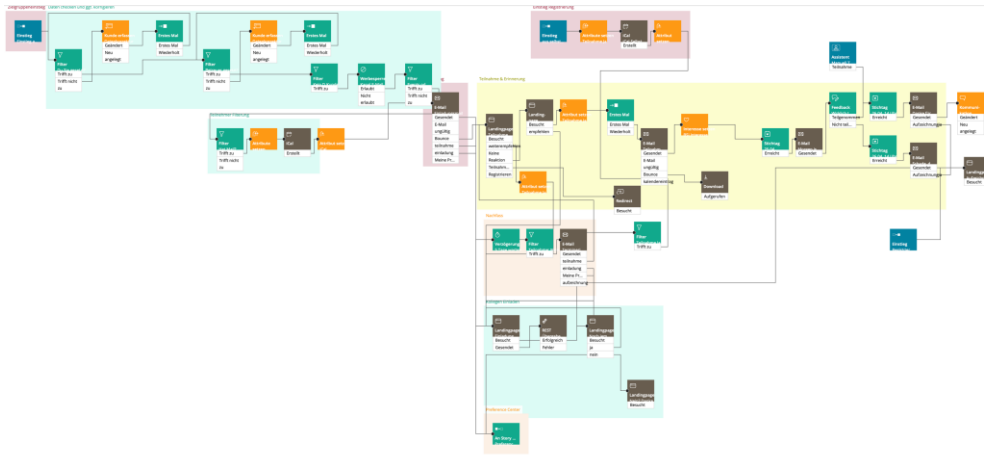
Erste „Referenz“

The screenshot displays a CRM interface with a dark red header and a sidebar. The main content area shows a customer profile for Carolin Gudat. The sidebar on the left lists various categories such as 'Bestellungen', 'Aufträge', 'Marketing', 'Stores', 'Leistungen', 'Freiendverträge', 'Zahlungen', 'Tickets', 'Dubletten', 'Geschäftsvorfälle', 'Kommunikationen', 'Aufgaben', and 'Dokumente'. The main profile area includes a 'Timeline' section with a '360° (Privatperson)' view. The profile card for Carolin Gudat shows her name, a profile picture, and contact information: 'Rheinstraße 97, 64295 Darmstadt', 'Telefon: +49 (0)151 493 54 18', and 'E-Mail: carolin.gudat@bsi-software.com'. Her role is 'Partner Account Manager' in the 'Key Account Management' department. The 'Organisation' section identifies her as a 'BSI Business Systems Integration Deutschland GmbH' 'Hauptansprechpartner'. A 'KBCD' badge indicates a 'Sehr wichtiger Ansprechpartner'. The 'Letzte Kommunikationen' section lists recent events: 'Webinar-Dossier' (04.08.2023, 13:25:00), 'Eure BSI Partner Page' (20.07.2023, 11:40:00), and 'BSI Partner' (09.07.2023). The 'Stories' section includes 'Versand Hinweis auf vB Teletextory' (17.05.23, 09:22) and 'Webinar-Nachbereitung' (01.05.23, 14:22). Action buttons for 'Neue Aufgabe' and 'Neue Kommunikation' are visible. Social media links for 'Xing' and 'LinkedIn' are at the bottom.

Erste „Referenz“

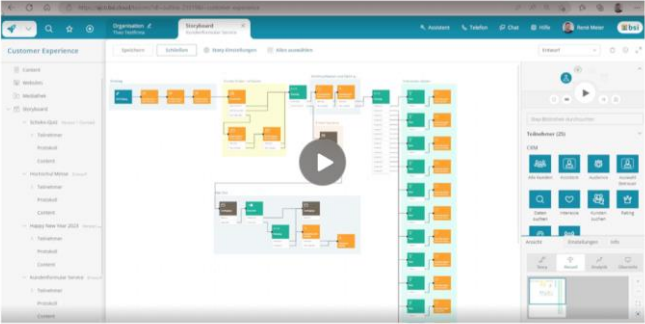
The screenshot shows a CRM interface with a sidebar on the left containing a navigation menu with items like 'Bestellungen', 'Aufträge', 'Marketing', 'Stores', 'Leistungen', 'Freiwillige', 'Zahlungen', 'Tickets', 'Dubletten', 'Geschäftsvorfälle', 'Kommunikationen', 'Aufgaben', and 'Dokumente'. The main content area displays a customer profile for Carolin Gudat, including contact information and a 'Timeline' section. A blog post is highlighted, dated 03.07.2023, with the title 'Ajco: Der Weg vom Partner zum Anwender' by Elmar Loof. The post text states: 'ajco ist nicht nur Partner von BSI, sondern seit Kurzem auch begeisterter Anwender der BSI Customer Suite: Ende 2022 migrierte ajco das intern genutzte ajco-CRM erfolgreich auf die BSI Customer Suite. Mit den neuen Möglichkeiten für Marketing- und Vertriebsaktivitäten erreicht nicht nur das Thema «Customer Experience» ein neues Level, auch die Anwender geben äusserst positives Feedback.'

Erste „Referenz“ + Marketingengine



Erste „Referenz“ + Marketingengine + Blogbeitrag

Unsere Umsetzung mit TYP03 und der BSI Customer Suite im Video



BSI CX bietet alternativ auch eigene Landingpages, die in Customer Journeys eingebettet werden - die Demo zeigt, dass darüber hinaus weitere Datenquellen sehr einfach integriert werden können.

Bestandskundenarbeit – selektierte Zielgruppe, relevantes Thema

Sehr geehrte Frau Gödel,

Ich möchte Sie zu unserem Webinar für Aurea Kunden einladen.

Datum: 26. April
Uhrzeit: 10 Uhr

Unser Webinar richtet sich an Aurea CRM Anwender, Administratoren und IT Verantwortliche der Aurea CRM mit modernen Marketing Funktionen, kanalübergreifenden Tätigkeiten oder IT-Experten mit Fragen oder einem Überblick über die Modernisierung von CRM und CSM Software gewinnen möchten.

Wie Sie sehen:



Ulrich Weber ist Berater für
Strategic Consulting der aico.

Seit über 10 Jahren Projektleiter für Aurea CRM Projekte. Bringt Ihnen bei die optimale Einbindung neuer Möglichkeiten über von der einzelnen Connection sowie kundenspezifische Anwendungsfälle.



Jens-Henrik
Kuntze, aico

Seit zahlreichen Missionen für CRM und Customer Experience Themen wird auch bei uns der BSI Customer Side als Ergänzung zum CRM begutachtet.

Wir zeigen Ihnen in 45 Minuten ein Demo, welche neuen Möglichkeiten eine Kombination aus Aurea und BSI bieten – für eine moderne Kundenkommunikation, effizienteren Vertrieb und zufriedeneren Kunden bereit. Gerne? Bitte 200 für Ihre Fragen.

Wir freuen uns auf unseren gemeinsamen Termin.

[Ich bin interessiert!](#)

[Ich möchte einen Kollegen einladen!](#)

Mit freundlichen Grüßen
Manja Löwe

Ziel: Verkauf CX als Ergänzung zu einem „Fremd“-CRM



Weiterempfehlen funktioniert!

Kunden bietet. Danach bleibt Zeit für Ihre Fragen.

Wir freuen uns auf unseren gemeinsamen Termin.

Ja ich nehme teil

Ich möchte einen Kollegen einladen

Mit freundlichen Grüßen
Martin Ehret



- Erweiterung der Teilnehmerzahl
- "Kennenlernen" der wirklich interessierten
- Erweiterung CRM-Infos

Gemeinsamer Artikel



Social Media

Ulrich Höner zu Bentrup · 1. Lassen Sie uns für Customer Relationship Management zu einem ...
2 Monate · 🌐

Gruschit folgt der Fahrt bester #CustomerExperience: Heute habe ich den ajco solutions GmbH Ambassador Gruschit begleitet bei seinem Besuch bei BSI in München, um gemeinsam ... mehr anzeigen



Martin Ehret · Sie Geschäftsführer der ajco - Themen: CRM, Customer Experien...
2 Monate · 🌐

„Marketing-Automation ist doch nur ein neues, teures Spielzeug für die Marketing-Abteilung!“ - diese Aussage hat mich heute Vormittag getroffen, stecken doch gleich drei Aussagen in dem k ... mehr anzeigen



Marketing Automation - mehr als Spielzeug für Marketing
ajco.de · Lesedauer: 1 Min.

🌐 16 1 Kommentar · 1 direkt geteilter Beitrag

👍 Gefällt mir 💬 Kommentar 📄 Teilen 📧 Senden

📊 709 Impressions [Analysen anzeigen](#)

Martin Ehret · Sie Geschäftsführer der ajco - Themen: CRM, Customer Experien...
3 Monate · Bearbeitet · 🌐

Danke **Marie-Luise Sessler** und **Hochschule Worms**, dass wir heute zu Gast in Ihrer Vorlesung sein durften.

Ulrich Höner zu Bentrup und mir haben insbesondere die intensive Interaktion mit den Studierenden rund um die heutigen Themen #CRM und #marketingautomation viel Spaß bereitet. Eine tolle Runde mit vielen Fragen, Ideen und Antworten.

Danke auch an die Kollegen der BSI - insbesondere **Carolin Gudat** und **Zeno Hug** für die Bereitstellung der Demoumgebung. So hatten wir das Erfolgserlebnis für die Studierenden, selbst eine erste #customerjourney live im System zusammengebaut und getestet zu haben.

Hochschule Worms
hs-worms.de · Lesedauer: 1 Min.

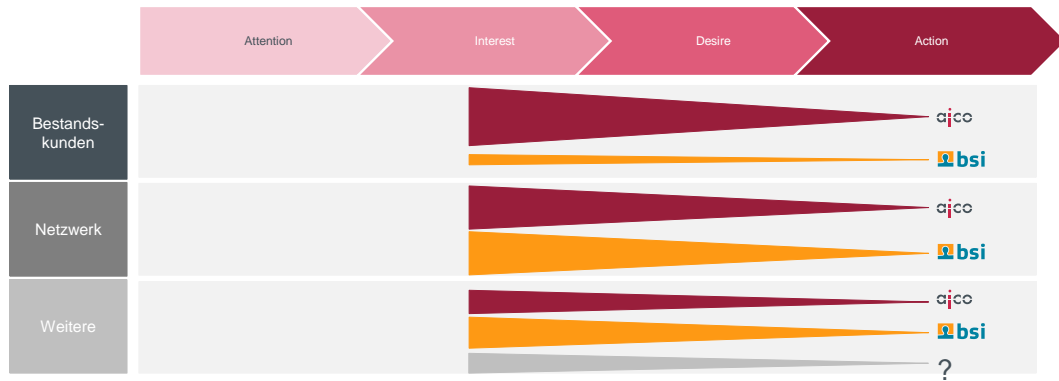
🌐 19 2 Kommentare · 2 direkt geteilte Beiträge

👍 Gefällt mir 💬 Kommentar 📄 Teilen 📧 Senden

📊 1.131 Impressions [Analysen anzeigen](#)

Wir stärken gemeinsam die Positionierung der Marke BSI

Customer Journey führt nicht immer zur ajco – oder wird nicht immer von ajco initiiert



Learnings

1. Pipeline Aufbau funktioniert
2. Interesse insbesondere auch an CX-Themen ist vorhanden (aber kein einfaches Einstiegsthema)
3. Persönliche Ansprache und Netzwerk sind entscheidend
4. Definierte Zielgruppen und relevante Themen generieren Interesse
5. Marketing-Automation unterstützt Vertrieb
6. Social Media wirkt nach wie vor in erster Linie flankierend
7. „Herstellerleads“ haben höchste Qualität
8. Gemeinsame Aktionen sind wertvoll
9. Bekannt lange Sales Cycles

10. Herausforderung Preismodell
 - „Mercedes“
 - Bestandskundenpreis heute 30-50 Euro pro Anwender
 - im (K)MU-Segment schwierig / teuer
 - kein wirklicher Testansatz für CX möglich

Partner Meeting BSI
Best Practices in der Vermarktung
der
Customer Suite

Sascha Däsler



Woher wir kommen

Die PPI AG und was sie ausmacht.

Wertschöpfung ohne Brüche

- » Unsere Wertschöpfung erfolgt ohne Brüche – von der Idee bis zur konkreten Problemlösung.

Kunden stehen im Mittelpunkt

- » Als langfristig orientiertes Familienunternehmen sind wir zuallererst unseren Kunden verpflichtet.

Verbindung von IT & Fachlichkeit

- » Wir verbinden, statt zu trennen. Als Fachexpert:innen transformieren wir Fachlichkeit in IT.

39 Jahre

Erfahrung in den Bereichen
Consulting & Softwareentwicklung.

ppi

90%

aller Transaktions-
geschäfte deutscher
Banken laufen dank PPI.



Rund
800 Mitarbeitende
konzentrieren sich auf den Erfolg unserer
Kunden.



Glückliche Mitarbeitende,
glücklichen Kunden.

Seit drei Jahren in Folge wird PPI als einer der
besten Arbeitgeber Deutschlands ausgezeichnet.

100 MIO
Umsatz pro Jahr



Wir sind crossnative

Aus PPI.X wurde die crossnative GmbH

Gestartet sind wir als PPI.X – dem **crossfunktionalen Methoden-** und **Technologiebereich** der PPI AG. Hier haben wir über viele Jahre fachliches Know-how, Consulting und zukunftsweisende Software-Entwicklung gebündelt. Und da unsere Leistungen bei unseren Kund:innen aus der Finanz- und Versicherungswelt auf eine solche Begeisterung gestoßen sind, wussten wir schnell:

Auch andere Branchen können von unseren Kompetenzen profitieren!



crossnative
powered by ppi



Hamburg



80+



50+



500+







10 MIO



Herausforderungen und Chancen durch die Customer Suite

Konservative bestehende und unbekannte neue Branchen

Wir haben in den für uns relevanten Branchen unterschiedliche Ausgangssituationen und natürlich die Branchen als solches unterschiedliche Anforderungen – daher unterschiedliche Vorgehensweisen

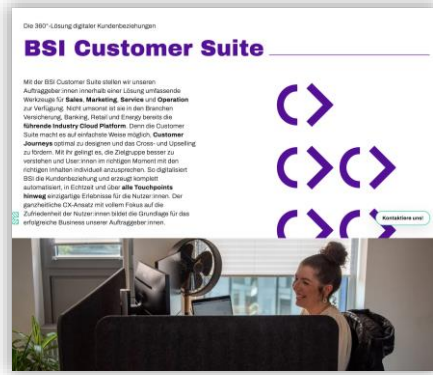
 INSURANCE	 BANKING	 TRAVEL	 RETAIL
<p>Historische Kernbranchen PPI/crossnative - Hohe Durchdringung bei Kunden und Ansprechpartnern</p> <p>Marktführer Deutschland</p> <ul style="list-style-type: none">• Markt aktuell sehr dynamisch auf der CRM-Seite aber auch Highlander Prinzip• Weitere Ansätze sehen wir hier in dedizierten UseCases und Derivaten (z.B. BRM)	<p>In D noch wenige Installationen</p> <ul style="list-style-type: none">• CRM-Markt durch starke Konsolidierungen herausfordernd• Unser Ansatz sind sehr konkrete Positionierung von Einzel-Modulen und UseCases	<p>Neue Branchen crossnative – Aufbau neuer Netzwerke und Schaffung eines Marktes</p> <p>Herausforderung „Markt schaffen“</p> <ul style="list-style-type: none">• Viele Player mit Kundenschnittstelle – BSI weitestgehend unbekannt• Schaffung von Oberfläche und Netzwerk	<p>Neue Branchen crossnative – Aufbau neuer Netzwerke und Schaffung eines Marktes</p> <p>Success-Stories ausbauen</p> <ul style="list-style-type: none">• Ausgesprochen breiter Markt insbesondere auch CRM• Breitere Kommunikation möglich• Aufbau Netzwerk steht im Fokus



Vermarktung Übergreifend

Basis für die eigene Vermarktung

Landingpage für die Produktpartnerschaft BSI



Ergänzung durch fachliche Expertise

Vermarktung Finanzdienstleistung

Konkrete Herangehensweise in den Kernbranchen

Wie sind nicht nur Partner sondern auch Kunde von BSI.

Erschließung des bestehenden Netzwerks mit Hilfe von BSI.CX



BANKING

Enablement Accounts

- Nach einigen Herausforderungen, konnten wir insbesondere mit konkreten UseCases unsere Accountmanager überzeugen
- Flächige Kommunikation dieser UseCases mit Hilfe von CX



**INSU-
RANCE**

Diversifizierung mit Modulen und Derivaten

- Grundsätzlich gute Platzierung des Themas CRM möglich – im Wesentlichen über die Accountmanager
- Durch tiefe Durchdringung gelingt es gut einzelne Module (z.B. CX) bzw. Derivate (z.B. BRM) zu platzieren

Insgesamt relativ lange Vertriebszyklen und oft muss strategische Relevanz erarbeitet werden



Vermarktung neue Branchen

Konkrete Herangehensweise in den neuen Branchen



TRAVEL

Bedarfe und Netzwerke

- Analyse der Bedarfe in der Branche auf die Fähigkeiten der Suite – Festlegung dedizierter Targets
- Mitglied bei relevanten Verbänden um Multiplikatoreffekte zu erzeugen
- Aufbau dedizierter Demo-Cases für diese Zielgruppe



RETAIL

Messen und Netzwerke

- Nutzung der bestehenden Success-Stories und Erweiterung um innovative Ansätze/UseCases
- Besuch von Messen um das Thema breiter zu spielen und bekannter zu werden (z.B. OMR)
- Konsequente Bespielung der Leads im Nachgang

Auch hier relativ lange Vertriebszyklen und Schaffung eines Marktes abseits der etablierten Wettbewerber

Gemeinsam mit BSI über dedizierte Messen Erschließung neuer Kundengruppen.

Enge Verzahnung mit Partnermanagement und den Communities.

Ein kleiner Auszug - OMR

Großer Auftritt in der weiten Marketing-Welt





Alles Customer Suite – oder was?

Manuela Müller-Mosimann
Robert Schumacher

BSI Partner Event
Frankfurt, 12. September 2023



Agenda

- 01 | An wen verkaufen wir?
- 02 | Was verkaufen wir?
- 03 | Mit wem verkaufen wir?
- 04 | Wann verkaufen wir?
- 05 | Wie verkaufen wir?

Best Practices

- Bei den eigenen Kundenkontakten beginnen
- Wo habe ich den besten Kontakt? 'Sich durcharbeiten' Richtung Fach
- Austausch suchen, Interviews führen: FRAGEN, FRAGEN, FRAGEN
- Oft beginnt es mit einem anderen Thema (z.B. Architektur Workshop bei einem unserer Kunden)

Wer ist unsere Zielgruppe?
Kennen wir ihre Bedürfnisse?
Könnte BSI die richtige Lösung sein?

An **wen** verkaufen wir?



Best Practices

- Tool ist nur Mittel zum Zweck
- Use Cases für verschiedene Kundenbedürfnisse generieren (unabhängig von BSI)
- BSI ist noch kein Thema am Anfang – sondern die Lösung für das Business Problem
- «Was wäre wenn» (Solution Selling)

Was ist die Value Proposition von uns als Partner?
Welchen Nutzen bringt BSI?

Was verkaufen wir?

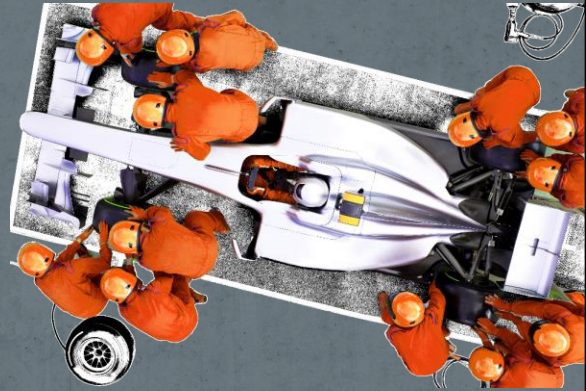


Best Practices

- Holt euch Unterstützung, intern und extern, damit Kompetenz gezeigt werden kann
- BSI muss präsent sein, Zeitpunkt muss aber stimmen
- In Ausbildung investieren, Kompetenz aufbauen: BSI-Produkte, Marketing, Sales Konzepte ...
- Auf Kundenseite einen «Ambassador» finden

Wer ist dabei und wen sollten wir noch an Bord nehmen?
Können wir adhoc Ideen und Lösungen mit dem Kunden diskutieren?

Mit **wem** verkaufen wir?



IMMER DRAN BLEIBEN!

Best Practices

- Beziehungen aufzubauen, braucht Zeit und Investment
- Am Puls sein, damit man zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist
- 'Triggerbasiertes Selling'
- Eine Demo kommt immer gut an – zugeschnitten auf die Bedürfnisse des Kunden

Gibt es einen falschen Zeitpunkt?
Absolvieren wir einen Sprint oder Marathon?

Wann verkaufen wir?



Best Practices

- Ganz zu Beginn den USP platzieren («Schublade anschreiben»)
- Den Kunden auf seiner Reise begleiten mit einem klaren Ziel
- Customer Suite ist so flexibel wie die Kunden es brauchen, als Partner sollten wir das auch sein
- Was ist DAS Verkaufsargument, das für BSI spricht?

Versprechen wir das Blaue vom Himmel oder denken wir im Sinne des Kunden?
Macht der Preis den Unterschied oder unsere Kompetenz?
Wo beginnen wir?

Wie verkaufen wir?



gateB & **synpulse**
solve · evolve

Thank You.

Robert Schumacher
Director gateB
robert.schumacher@gateb.com

Manuela Müller
Associate Partner Synpulse
manuela.mueller@synpulse.com

BearingPoint®

**BestPractice
bei Einführung der
BSI Customer Suite**

adesso |

BearingPoint.

Fachlich

Technisch

adesso |

Fachlich Projektscope



adesso

Fachlich

1. Vorgespräche

Konsolidierung weiterer Informationen zu Zielen und Herausforderungen

2. Vorbereitung

Zuschnitt der entsprechenden Methodenbausteine und Prozess-Landkarten entsprechend der Informationen aus den Vorgesprächen

3. Auswahl geeigneter Stakeholder

Das passende Team für die erfolgreiche Umsetzung



4. Workshop Durchführung

Mehrere Themen-Workshops als Kick-Off zur Zusammenarbeit. Das spätere Projektteam ist bereits integriert – Fachbereiche eng einbinden

5. Ergebnis Protokoll

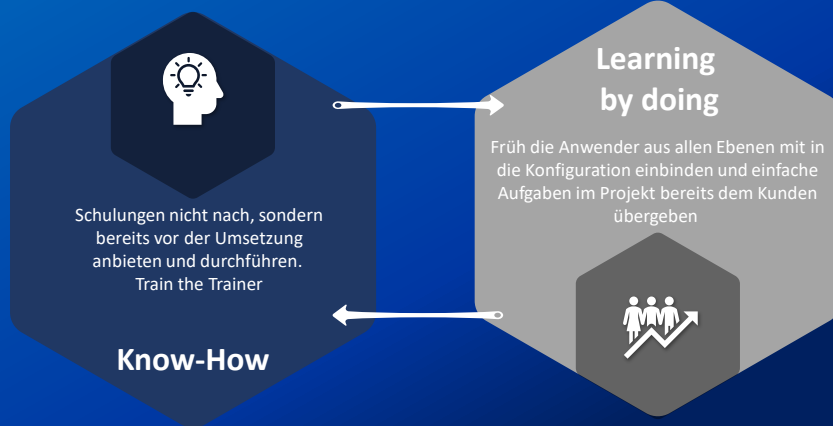
Protokoll und Ergebnisse des Workshops definierten den Projektplan für die Zusammenarbeit

6. Projektplan

Der Projektplan wird auf Basis der Umsetzungsmaßnahmen erstellt, die dann auf Story/Epic-Ebene heruntergebrochen werden

adesso

Fachlich



adesso

Fachlich

Geschäftsprozesse
und Ressourcen:



Jedes Unternehmen hat Individuelle
Geschäftsprozesse und Anforderungen



Standardlösung bietet viele Low-Code/ No-
Code Lösungen



Abteilungen sollten Prozesse definieren



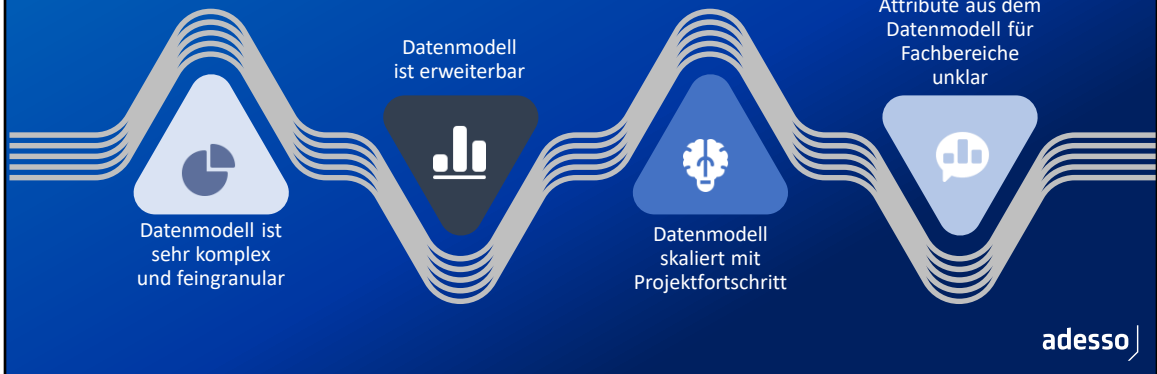
Standardfunktionalität nicht beeinflussen



Customer Suite an die individuellen
Bedürfnisse des Kunden anpassen

Fachlich

Datenmodell:



Zusammenfassung

Konzeptionierung und
Planung des Projekts



Passendes Team zusammenstellen
und Verantwortlichkeiten
definieren



Know-How aufbauen
Durch gezielte Workshops und
Schulungen Fachbereiche
befähigen zu administrieren



Anforderungen und individuelle
Geschäftsprozesse herausarbeiten und
abgleichen, welche Möglichkeiten mit
Standardlösung abgebildet werden
können



Ziele herausarbeiten
und Methodenbausteine
zuschneiden



adesso

BearingPoint.

Fachlich



Technisch

adesso |

Technisch



Wenig Projektstruktur vorhanden

Herausforderungen:

- › Kein zuverlässiges Tracking von Aufgaben
- › Kein Scope von Aufgaben
- › Kein klarer Rahmen für das Projekt

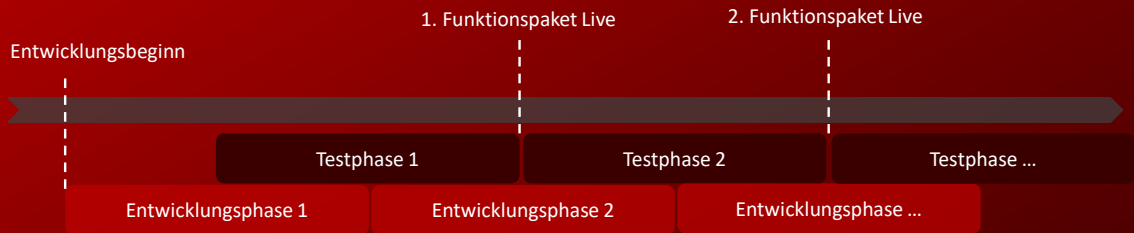
Projektlaufzeit



Projektlaufzeit



Projektlaufzeit



Technisch



Wenig Projektstruktur vorhanden

Lösungsansätze:

- › Aufteilen der Arbeiten in kleine Pakete / Epics
- › Einführen von Entwicklungsphasen (In Arbeit, Geliefert, In Test, Live)
- › Abnahme der einzelnen Pakete reduziert Risiko für den Kunden

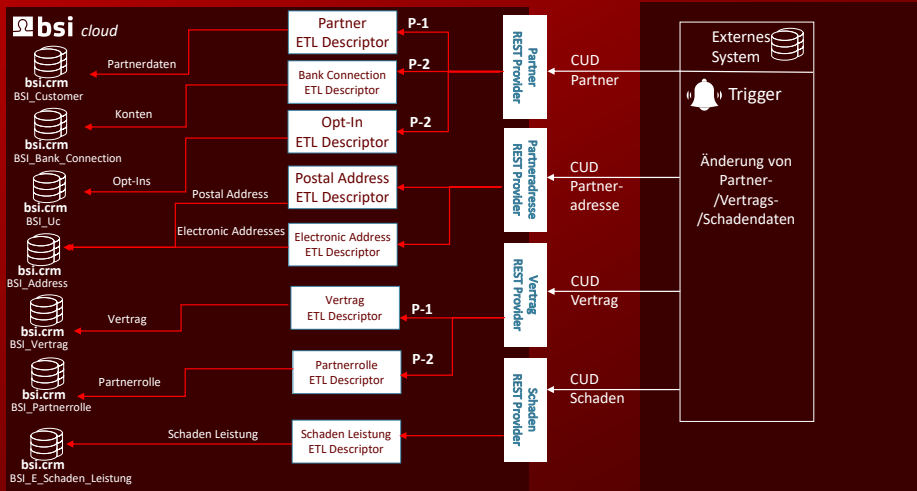
Technisch

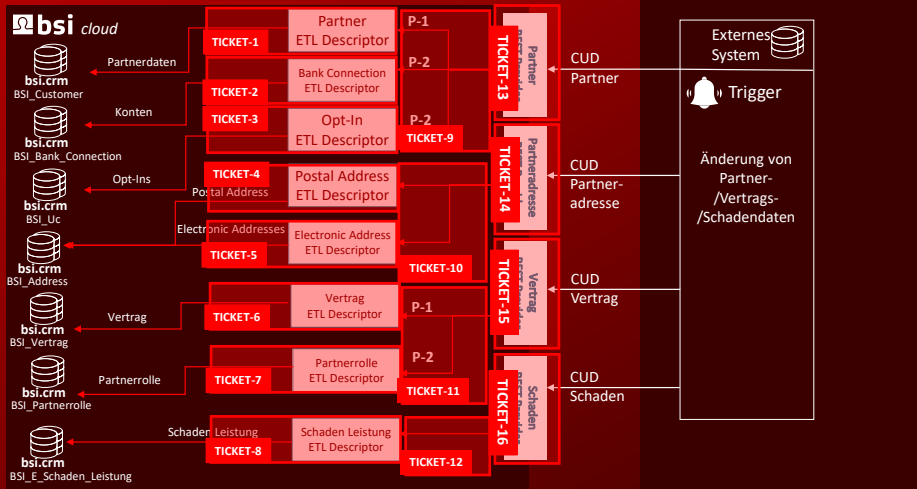


Wenig KnowHow für Softwareentwicklung

Herausforderungen:

- › Wenig technisches Verständnis auf Kundenseite
- › Wenig Vertrauen in Schätzungen und Scope
- › Wenig Übersicht über Beistelleistungen





Technisch



Wenig KnowHow für Softwareentwicklung

Lösungsansätze:

- › Schaffen von Transparenz durch Architekturskizzen
- › Überführen von technischen Anforderungen in kleine Teile
- › Macht nötige Beistelleistungen transparent

Technisch



Verhalten von BSI Core und Customisation verschwimmt

Herausforderung:

- › Projekte mit hohem Grad an Customizations
- › Unklarheit, ob Fehlverhalten im Core oder in der Customization


```

[...]
        COLLECTION_WRAPPER (
            THEN
                (1)
            ELSE
                (0)
            END)
        ELSE
            (0)
        END
LEFT OUTER JOIN DEV.BSI_E_VERTRAG table_3_
ON 175498 = table_1_.ITEM_TYPE_ID
AND table_3_.VERTRAG_NR = table_1_.ITEM_KEY0_NR
AND table_3_.PRIVACY_STATUS_UID = 0
AND EXISTS
    (SELECT 1 AS rxc0l_1_
    FROM DEV.BSI_MATRIX_PARTITION rxtable_1_
    WHERE rxtable_1_.ITEM_TYPE_ID = 175498
    AND rxtable_1_.ITEM_KEY0_NR =
        table_3_.VERTRAG_NR
    AND rxtable_1_.PARTITION_UID IN
        (SELECT COLUMN_VALUE
        FROM TABLE (
            COLLECTION_WRAPPER (
                :5))))
WHERE table_0_.CUSTOMER_NR = :6
AND table_0_.PRIVACY_STATUS_UID = 0
AND 1 =
CASE (table_0_.TYPE_UID)
WHEN (193905)
THEN
[...]
```

Technisch



Verhalten von BSI Core und Customisation verschimmt


Lösungsansätze:

- › Enge Zusammenarbeit mit Core-Entwicklern der BSI Customer Suite
- › Ggf. Anlegen eines Tickets mit Verbesserungsvorschlägen

BearingPoint.

**Welche Tipps/BestPractice
habt ihr für
Implementierungsprojekte?**

adesso |

The MSG logo is located in the top right corner of the image. It consists of the letters 'MSG' in a white, sans-serif font, preceded by a small white dot.The background of the slide is a photograph of an airplane cockpit. The view is from the passenger side looking towards the pilot's seat. The pilot is wearing a headset and glasses. The cockpit is filled with various instruments, dials, and screens. The view through the windshield shows a landscape with green fields and a blue sky. A large, semi-transparent blue graphic element is overlaid on the left side of the image, containing the text.

bsi
Partner Instanzen für
Eigenentwicklungen

bsi Partnerevent, Frankfurt, 12.09.2023

Warum machen wir das?



- Wir wollen eigene bsi Produkte entwickeln
- Wir benötigen eigene Instanzen für Mitarbeiter und Presales

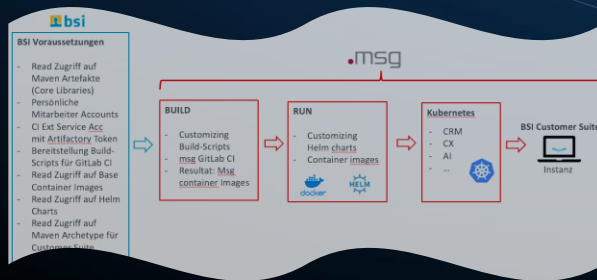


Los geht's

•msg



It's (not) rocket science – Input von bsi zum Aufsetzen



Eigene bsi Instanzen



Installation aus msg Cloudservices
Kubernetes, PostgreSQL & bsi Container



Es läuft

- o Instanz läuft
- o Prozesse müssen noch automatisiert werden



Optimierungen

- o Knopfdruck Deployment



Danke

- o An Kevin & das bsi Cloud Team rund um Bruno Köferli



Hindernisse

- o Freischaltung von Libraries z.B. Zugriffe waren nicht zu 100% offen (Firewall freischalten)
- o Man benötigt Cloud Experten (Dev-ops, Operations, die sich mit Kubernetes auskennen)
- o Viele Informationen liegen in Loop (Verweis), wo uns der Zugriff fehlt

Inhalt:

- Wir haben es auf msg Cloudservice installiert (Kubernetes, PostgreSQL und die BSI Container)
- ArgoCD
- (Wie Jenkins),„Gitlab CICD Pipeline“
- Als Repository ein Gitlab
- Wir paketieren das als Helmcharts und packen es auf Kubernetes
- Testdatensatz (Abzug der PostgreSQL Datenbank)

Know-How Aufbau & Learnings



1. Lokal BSI Anwendungen zu entwickeln
2. Know-How Aufbau bei neuen Entwicklern
3. CI/CD Pipeline Betreuung (Grundstock mit Infrastruktur) wie macht man sowas
4. Arbeitsebene auf der Pipeline und dann in Projekte schauen (Wo steht das Deployment, etc.)
5. Vernünftiges Anlernen und eigene Produkte bauen mit zusätzlichem Layer

100



Danke.

Rückfragen gerne an mich
dominik.helten@msg.group

A teal-colored rectangular area with a thin black border. It contains two faint, semi-transparent, light-blue abstract shapes: a large, rounded, teardrop-like shape on the left and a smaller, circular shape on the right. The word "AUSBLICK" is written in white, bold, uppercase letters on the left side, centered vertically within the teal area.

AUSBLICK



Lasst uns gemeinsam wachsen!



BSI Customer Summit am 7.+8.11.2023

Sehr begrenzte Vor-Ort-Plätze in diesem Jahr.

Online keine Teilnahme-Begrenzung. Ladet gerne KollegInnen, Leads und Kunden zur Online-Teilnahme ein: [BSI Customer Summit 2023 \(bsi-software.com\)](https://bsi-software.com)

Relevante Partner-Bestandskunden, die grosses Interesse an BSI haben, können – nach vorheriger Abstimmung mit uns – eine Vor-Ort-Einladung erhalten.

12. März 2024



Unser nächstes Event findet am 12. März 2024 in Köln statt. Die genaue Location wird noch bekannt gegeben