

FOUNDRY

Digital Workflows ITSM/ESM

Studie 2022



Digital Workflows ITSM/ESM. // Round Table.

Die digitale Transformation nimmt Fahrt auf. Gerade in Krisenzeiten müssen Prozesse und Workflows reibungslos funktionieren. Am besten weitgehend automatisiert und flexibel. Schließlich können sich die Rahmenbedingungen von heute auf morgen komplett verändern und die Services innerhalb der gesamten Organisation müssen entsprechend angepasst werden.

Plattformen und Werkzeuge für das Servicemanagement sind in vielen Unternehmen bereits gelebte Praxis. Vor allem die IT-Abteilungen haben oft schon ein gut funktionierendes IT-Servicemanagement (ITSM) implementiert. Wie gut das funktioniert, hat die Corona-Pandemie gezeigt, als Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter plötzlich im Home Office arbeiteten und dort weiter mit IT-Services versorgt werden mussten.

Das macht Appetit auf mehr. Was im IT-Bereich für mehr Effizienz sorgt, kann doch auch andere Abteilungen beflügeln, so die Überlegung in vielen Betrieben. Doch um die Idee eines übergreifenden Enterprise Service Management (ESM) umzusetzen, braucht es mehr als nur ein Tool oder eine Plattform. Silo-Grenzen und -Denken gilt es zu überwinden sowie Workflow- und Prozess-Know-how aufzubauen. Vor allem die Fachabteilungen müssen dafür mitspielen. Die IT kann die Blaupause für ESM liefern und der Katalysator für effizientere und automatisierte Workflows im ganzen Unternehmen sein.

Der Round Table und die daran anschließende Studie sollen Anhaltspunkte dafür liefern, was Anwender von ITSM- und ESM-Plattformen erwarten und wie sich die entsprechenden Werkzeuge am wirkungsvollsten einsetzen lassen.

Digital Workflows ITSM/ESM. // 2022

Wie weit sind Unternehmen bei der Einführung und dem Betrieb von Plattformen für das IT Servicemanagement (ITSM) und das Enterprise Service Management (ESM)?

Inwieweit kann das ITSM eine Blaupause für den Aufbau eines größer dimensionierten ESM liefern?

Benötigt man für die Implementierung von ESM als Grundlage ein bereits funktionierendes ITSM?

Was sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren für die Einführung einer ESM-Plattform?

Welche Erwartungen haben Anwender an ein ITSM- / ESM-System?

Wie hängt ein unternehmensweites ESM mit der digitalen Transformation in den Betrieben zusammen?

Welche Rolle sollte die IT-Abteilung, und welche Rolle sollten die Fachabteilungen bei der Einführung und im Betrieb eines Servicemanagement spielen?

Wie gut wissen die Unternehmen über die Qualität ihrer Workflows und Prozesse Bescheid? Gibt es Kennzahlen oder KPIs als Anhaltspunkte?

Wie passen ITSM/ESM mit flankierenden Techniken wie Process Mining und Robotic Process Automation (RPA) zusammen?

Wie lässt sich der Erfolg von ITSM- und ESM-Initiativen sicherstellen und messen?

Studien Set-Up

Methode

Online Befragung (CAWI)

Grundgesamtheit

Oberste (IT-)Verantwortliche von Unternehmen in der DACH-Region: strategische (IT) Entscheider im C-Level-Bereich, IT-Entscheider & IT-Spezialisten aus dem IT-Bereich, Leiter anderer Fachbereiche
→ ca. 50% aus KMUs und 50% aus Großunternehmen

Teilnehmergenerierung

Persönliche E-Mail-Einladung über unsere exklusive Entscheiderdatenbank von CIO, CSO und Computerwoche sowie - zur Erfüllung von Quotenvorgaben - über externe Online-Access-Panels.

Stichprobengröße

mind. n=300 Completes

Market Insights// Methodik und Zielgruppen



Herausgeber

Die redaktionellen Technologiemedien CIO, CSO und COMPUTERWOCHE



Methode

Online-Befragung (CAWI =Computer Assisted Web Interview)



Fragebogen

Maximal 25 bis 30 Fragen in Abstimmung mit den Partner der Studie. Möglichkeit für Partner, bestehende Fragestellungen zu ergänzen oder gänzlich neue Fragestellungen einzubringen.



Grundgesamtheit

Oberste (IT-)Verantwortliche von mittelständischen und großen Unternehmen in der D-A-CH-Region: strategische Entscheider im C-Level-Bereich, IT-Entscheider & IT-Spezialisten aus dem IT-Bereich sowie Fachentscheider aus den Fachbereichen.



Teilnehmergenerierung

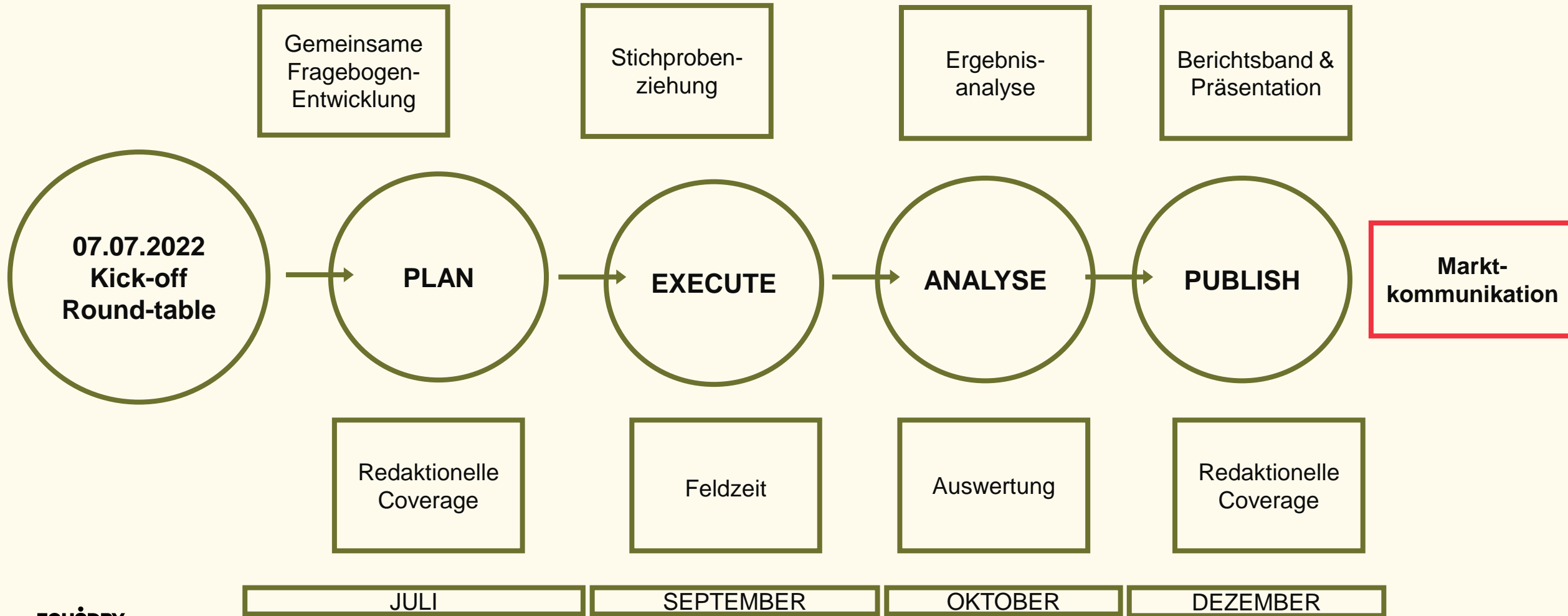
Persönliche E-Mail-Einladung über die IDG-Entscheiderdatenbank mit weit über 500.000 Ansprechpartnern aus allen Unternehmensbereichen.
Bei Bedarf zur Erfüllung von Quotenvorgaben: gezielte Einladung von Personen aus den o.g. Zielgruppen über Online-Access-Panels.



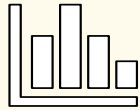
Stichprobengröße

mindestens n=300 Completed Interviews
(qualifiziert in puncto Funktion im Unternehmen, Branche, Beschäftigtenzahl, Umsatz und IT-Budget)

Digital Workflows ITSM/ESM // **Projektverlauf**



Market Insights // Ihre Vorteile als Studienpartner



RESEARCH CONTENT

Exklusiver Zugriff auf sämtliche Ergebnisse der Studie



CONTENT MARKETING

Erstellen Sie Whitepaper, Webcasts und Social Media-Kampagnen auf Basis der Studie



THOUGHT LEADERSHIP

Generieren Sie Sichtbarkeit und Kreditabilität im Markt und gegenüber bestehender und neuer Kunden.

Market Insights // Ihre Vorteile als Studienpartner

BASIS

- Offizieller Studienpartner der Studie
- Zugriff auf alle Studienergebnisse
- Komplette Nutzungs- und Vermarktungsrechte
- Studien-Report (PDF)
- Nennung als Studienpartner im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung

EUR 9.900,-

RESEARCH

- Platzierung eigener Fragen
- Branchen-Reports
- Spotlight-Reports
- Zusätzliche Ländermärkte
- Infographik
- Studien-Whitepaper

PREIS JE OPTION

AWARENESS

- Social Media
- Spotlight Mailing
- Insight Mailing
- Lead Generierung
- Video Interview
- Webcasts

• PREIS JE OPTION

Market Insights //

Unsere für Sie vorkonfigurierten Partnerpakete

BASIS-MODUL

- Offizieller Studienpartner der Studie
- Zugriff auf alle Studienergebnisse
- Komplette Nutzungs- und Vermarktungsrechte
- Studien-Report (PDF)
- Nennung als Studienpartner in der redaktionellen Coverage

EUR 9.900,-

SILBER-PAKET

EUR 13.900,-

- Social-Media-Paket
(inkl. 500 Engagements)

GOLD-PAKET

EUR 19.900,-

- Social-Media-Paket
(inkl. 1.000 Engagements)
- Lead-Paket
(inkl. 30 MQL Marketing-Qualified-Basis-Leads)
- Research Whitepaper
- Stand-Alone Mailing

BRAND & QUESTIONS

- Ihr Unternehmensprofil im Studienband
- Platzierung einer individuellen Frage innerhalb des Fragebogens der Studie

PLATIN-PAKET

EUR 24.900,-

- Social-Media-Paket
(inkl. 1.500 Engagements)
- Lead-Paket
(inkl. 50 Marketing-Qualified-Basis-Leads)
- Research Whitepaper
- Stand-Alone Mailing
- Video-Interview auf CIO, CSO, COMPUTERWOCHE

Individuelle Research Module

BASIS-MODUL

EUR 9.900,-

CORPORATE PROFILE

EUR 2.000,-

- Doppelseitiges Unternehmensprofil im Studienband

PLATZIERUNG EIGENE FRAGEN

EUR 1.500,-

- im Studienfragebogen, inkl. kundenexklusive Auswertung der Ergebnisse

SPOTLIGHT REPORT

EUR 2.500,-

- mit einem Key-Finding inkl. Auswertung, Interpretation und grafischer Darstellung

WHITEPAPER

ab EUR 4.900,-

- mit drei (oder mehr) kommentierten Key-Findings im Stil des Studienreports

BRANCHEN REPORT

Ab EUR 2.500,-

- im Studienfragebogen, inkl. kundenexklusive Auswertung der Ergebnisse

INFOGRAPHIK

Ab EUR 2.500,-

- zu einem oder mehreren Studienergebnissen in moderner, Social-Media-tauglicher Anmutung

LÄNDERSTICHPROBEN

Auf Anfrage

- Erhebung in weiteren Ländermärkten außerhalb der D-A-CH-Region.

Individuelle Awareness Module auf Grundlage des Basis-Pakets

SOCIAL MEDIA	<ul style="list-style-type: none">• Inklusive garantierter Engagements (Clicks, Views, Likes)	auf Anfrage <i>mit Paketrabatt</i>
SPOTLIGHT MAILING	<ul style="list-style-type: none">• mit Spotlight Report oder Infographik an 5.000 Empfänger	auf Anfrage <i>mit Paketrabatt</i>
INSIGHTS MAILINGS	<ul style="list-style-type: none">• mit Whitepaper an 5.000 Empfänger	auf Anfrage <i>mit Paketrabatt</i>
SPONSORING REDAKTIONELLER NEWSLETTER	<ul style="list-style-type: none">• Exklusive Sponsorships thematisch relevanter Newsletter von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE	auf Anfrage <i>mit Paketrabatt</i>
LEADGENERIERUNG	<ul style="list-style-type: none">• innerhalb Ihrer individuell abgestimmten Zielgruppe	auf Anfrage <i>mit Paketrabatt</i>
VIDEO INTERVIEW	<ul style="list-style-type: none">• inkl. Veröffentlichung auf CIO, CSO oder COMPUTERWOCHE	auf Anfrage <i>mit Paketrabatt</i>

Ihr Kontakt



Regina Hermann

Senior Sales Manager, Research
rhermann@idg.de
+49 89 36086 161



Manuela Rädler

Sales Manager, Research
mraedler@idg.de
+49 89 36086 271