

# **“Automated Communication Factory” erneuert die Unternehmenskommunikation**

Von Dr. Richard C. Schlupp, Chairman ACF Expert Team,  
und Andreas Weber, Sprecher DigitaldruckForum

**“Automated Communication Factory” (ACF) beschreibt ein neues, interaktives Modell, mit dem Unternehmen aller Branchen ihre täglichen Kommunikationsaufgaben besser und souverän bewältigen. Damit passen sich Unternehmen den neuen wirtschaftlichen Anforderung der “Digital Economy” perfekt an. Das Ziel lautet: Konsumentenbedürfnisse sofort erfassen, bewerten, kanalisieren und dialogorientiert Nachfrage und Angebot zusammenführen. Maßgeblich ist, Unternehmenskommunikation als interaktiven Prozess zu begreifen, der durch modernes, digitales Workflow-/Document-Management und Digitaldruck perfektioniert wird.**

## **ACF: Eine progressive Kommunikationsarchitektur**

ACF beschreibt eine offene Architektur, die Schnittstellen zu unterschiedlichen Digitaltechnologien bietet und sie als Module integrierbar macht. Die ACF-Architektur ist skalierbar, kann permanent aktualisiert und erweitert werden. ACF erfordert keinen radikalen Umbruch in der Unternehmensstruktur, sondern synchronisiert Funktionen und Aufgaben und automatisiert komplexe Prozesse. Durch die Schaffung einer zentralen Schaltstelle, die des “Interactive Corporate Communications Manager”, gelingt es, strategische, technische, administrative und operative Zielsetzungen zusammenzuführen und abzugleichen. Gleichzeitig werden Marketing, IT, Medienkreation und Medienproduktion harmonisiert.

## **ACF beseitigt Reibungsverluste im Unternehmen**

Der Nutzen von ACF liegt darin, dass alle Kommunikationsaufgaben (intern und extern) erfasst und optimiert werden. Durchgehend digitale Prozesse stellen zu jeder Zeit sicher, dass Transparenz und Zielorientierung in der Kommunikation nicht verloren gehen. Ein Informationsverlust kann ausgeschlossen werden und gleichzeitig wird die Reaktionsgeschwindigkeit beim interaktiven Dialog mit dem Kunden beschleunigt. Somit steht durch ACF erstmals der Unternehmenskommunikation ein “Business-Ecosystem zur Verfügung.

## New solution: the ACF Business Ecosystem



© Copyright: DigitaldruckForum 2004

Die einzelnen Elemente des ACF Business Ecosystems sind im Whitepaper von Dr. Richard Schlupp erläutert, das per email an [acf@digitaldruck-forum.org](mailto:acf@digitaldruck-forum.org) angefordert werden kann.

## Die ACF Implementierung

Die Implementierung der Automated Communication Factory Architektur stellt einen evolutionären Prozess dar, der drei grundsätzliche Aspekte umfasst:

1. den gegebenen Geschäftsprozess,
2. die Anforderungen an Informationen und das Informationsmanagement.
3. den Nutzen und Einsatz von Information.

Der **erste Schritt** bei der Implementierung besteht in der Etablierung eines zentral verantwortlichen, mit digitalen Werkzeugen ausgestatteten **”Interactive Corporate Communications Manager”**. Dessen Verantwortlichkeit liegt in der Koordination und Integration aller Unternehmens-relevanter Kommunikationsaufgaben. Das schließt die interne (Mitarbeiter) und die externe Kommunikation (Kunden, Marktpartner) ein, um die Unternehmensstrategie effizient und effektiv umzusetzen.

Der **zweite Schritt** besteht in der Rekrutierung eines interdisziplinären **ACF-Teams**, das über alle Unternehmensbereiche hinweg den ACF-Ansatz integriert. Eingeschlossen sind IT, Business Development, Produktmarketing, Vertrieb und Service. Die notwendigen Geschäftsprozesse müssen je nach Unternehmen und Geschäftsfelder exakt definiert werden. Zu berücksichtigen sind im Kern:

1. Input Management System (Customer Self Service als Basis für den Dialog zwischen Unternehmen und Kunden)
2. Customer Relationship Management
3. Business Analytics (OLAP, Data Mining)
4. Content Management – Central Repository
5. Business Process Management
6. Personalization Customization Tool
7. Kampagnenmanagement
8. Multi-Channel Multi-Delivery Output Management

Die Aufgabe des ACF-Teams liegt in der Evaluation von tauglichen, markterprobten Lösungsangeboten, die am besten zu den Unternehmensanforderungen passen. Erfolgsentscheidend ist, die Ressourcen von Mitarbeitern und deren Möglichkeiten richtig einzuschätzen.

Der **dritte Schritt** besteht in der mehrstufigen Implementierung der neuen Kommunikationsprozesse. Dies muss schrittweise und mit Bedacht erfolgen. Es empfiehlt sich, Zielsetzungen durch valide Bewertungskriterien zu definieren.