

So wird Ihre Smart-Home-Strategie zum Erfolg

Ein Leitfaden für Internetanbieter



Die Smart Home Technologien von heute – eine Bestandsaufnahme

Viele Smart-Home-Technologien, die vor gar nicht allzu langer Zeit noch revolutionär waren, sind heute selbstverständlich geworden.

Zum Beispiel digitale Sprachassistenten: Juniper Research¹ prognostiziert, dass bis 2024 weltweit 8,4 Milliarden digitale Sprachassistenten im Einsatz sein werden: u. a. Smart-TVs, Wearables und Smart-Lautsprecher wie Amazon Alexa und Google Home. Dies entspricht einer Steigerung von 113 % gegenüber den 4,2 Milliarden Geräten, die Ende 2020 genutzt wurden.

Eine neue Studie des globalen Technologiemarkt-Beratungsunternehmens ABI Research² sagt für den globalen Smart Home Markt bis 2026 einen Umsatz von 317 Milliarden US-Dollar voraus. 2020 lag der Umsatz bei 85 Milliarden US-Dollar und damit bereits 5 % über den Prognosen vor der COVID-19 Pandemie

Wer solche Technik im Haus hat, will auch nicht nur ein oder zwei Geräte nutzen. Der Durchschnitt wird bei sage und schreibe 21 Geräten liegen! Bis 2024 wird diese Zahl laut Daten von Plume sogar auf 38 oder noch mehr Geräte steigen. Dazu zählen nicht nur intelligente Geräte und ferngesteuerte Unterhaltungssysteme, sondern auch Steuerungs- und Überwachungssysteme für die Sicherheit im Haus, intelligente Thermostate und Glühlampen, smarte Türklingeln und vieles mehr.

Jeden Tag kommen neue Smart-Home-Geräte auf den Markt, viele weitere sind in Planung. Zum Beispiel schnellere und intelligentere WLAN-Router, Geräte zur Überwachung von Schlaf- und Gesundheitsdaten, Energiemanagementsysteme, Apps zur Überwachung der emotionalen Gesundheit, Überwachungssysteme für ältere Menschen, sogar intelligente Toiletten und smarte Farben. Geräte wie diese werden die Hauptpfeiler des Smart-Home-Ökosystems der nächsten Generation sein – manche nennen es auch Smart Home 2.0.

Die Nachfrage nach vernetzten Home-Anwendungen und -Geräten wird den Markt für das Internet der Dinge in den nächsten Jahren dominieren, wie Cisco³ berichtet. Bis 2023 wird das Endverbrauchersegment fast dreimal so groß sein wie der Business-Bereich. Und weltweit wird es dreimal so viele vernetzte Geräte geben wie Menschen!



¹ COVID-19 Cuts Smart Home Growth by US\$14 Billion in 2020, But Drives Future Change, ABI Research, August 2020 <https://www.abiresearch.com/press/covid-19-cuts-smart-home-growth-us14-billion-2020-drives-future-change/>

² Number of voice assistant devices in use to overtake world population by 2024, reaching 8.4BN, led by smartphones, Juniper Research, April 2020 <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/number-of-voice-assistant-devices-in-use>

³ Cisco Annual Internet Report (2018–2023), Cisco, 18 February 2020 <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.pdf>

Welche Tragweite haben diese Erkenntnisse für Internetanbieter?

Was bedeutet das für Internetanbieter? Nun, die Schlussfolgerung liegt auf der Hand: Die Erwartungen ihrer Kunden ändern sich, und zwar schnell. Die pandemiebedingten Lockdowns seit 2020 haben dies nur noch beschleunigt. Kunden entdecken neue Wege, wie sie ihr Zuhause über vernetzte Geräte und mobile Dienste schützen können. Sie greifen mit neuartigen Geräten auf Sprach-, Video- und Datendienste zu. Und sie stehen neuen Technologien sehr aufgeschlossen gegenüber, die die traditionellen Geschäftsangebote von Internetanbietern herausfordern werden.

Das erhöht natürlich den Druck auf die Internetanbieter. Lange Zeit waren sie in einem Umfeld aktiv, in dem traditionelle Markteintrittsbarrieren und Marktgrenzen potenzielle Konkurrenten auf Abstand hielten. Dadurch konnten sie sich einen großen und relativ stabilen Kundenstamm aufbauen, der zuverlässige Umsatzströme lieferte.

In der aufstrebenden Smart-Home-Welt ist „das Innehaben einer Position jedoch nicht länger von Vorteil“, wie Accenture in einem Bericht aus dem Jahr 2019 feststellt⁴.

Die Infrastruktur, auf der die Serviceangebote der Internetanbieter aufbauen, kann nicht mit cloudbasierten Lösungen konkurrieren – und

cloudbasierte Services sind nun einmal das, was große Technologieunternehmen wie Amazon, Apple und Google am besten können. Und so werden diese Unternehmen bei der Eroberung des Smart-Home-Marktes von einem kräftigen Rückenwind angetrieben, während traditionelle Internetanbieter mit zunehmendem Gegenwind zu kämpfen haben.

Internetanbieter befinden sich also an einem kritischen Punkt. Es genügt nicht, einfach nur nach Möglichkeiten zu suchen, wie sie Kosten sparen und bestehende Dienste optimieren können, um ihre heutige Marktposition zu halten. Vielmehr müssen sie in Strategien investieren, die ihnen auch in Zukunft Wachstum und Stabilität sichern. Dazu müssen sie ihr aktuelles Geschäftsmodell umgestalten und neue digitale Produkte und Cloud-Dienste anbieten, die für die Smart-Home-Ära gerüstet sind.

Doch zum Glück können sie dabei auf ein starkes Fundament bauen: Auf Ihre Kunden, ihre Netzwerke und ihre lokalen Marken. Und auf ihr Know-how. All das hilft ihnen, geschäftlich neue Wege zu beschreiten.

Vor welchen Herausforderungen stehen Internetanbieter?

Der Aufbau einer Smart-Home-Strategie ist zwar unabdingbar, stellt Internetanbieter jedoch vor eine Reihe großer Herausforderungen. Dies gilt besonders für unabhängige Marktteilnehmer mit begrenzten Ressourcen.



ÄLTERE SYSTEME

Das traditionelle Geschäft der Internetanbieter gründet vor allem auf Hardware und Infrastruktur. Der Großteil der Belegschaft konzentriert sich auf die Installation, Wartung und Reparatur dieser physischen Systeme. Smart-Home-Technologien hingegen basieren auf Software und Technik. Die Systeme der Internetanbieter können nicht so skaliert werden wie softwaredefinierte Plattformen, und sie sind auch nicht so flexibel und agil. Außerdem mangelt es den traditionellen CSP-Mitarbeitern meist auch an den digitalen Skills, um mit Unternehmen wie Google oder Amazon zu konkurrieren.

⁴ Trash the Rulebook, Accenture <https://www.slideshare.net/accenture/trash-the-rulebook-132815757>

DIE STRATEGIE

- Denken Sie immer daran: Vertrauen ist das höchste Gut, mit dem Internetanbieter ihre Kunden binden. Das macht sie zur natürlichen Wahl, wenn die Frage aufkommt, wen die Kunden als Partner für die Einrichtung ihres Smart Homes wählen.
- Schauen Sie auch über die Grenzen des B2C-Geschäfts hinaus und suchen Sie im Business-Bereich nach Möglichkeiten. Amazon und Google wirbeln den digitalen B2B-Markt gerade durcheinander und steigern laut einer Accenture-Studie⁵ ihren B2B-Umsatz jährlich um 30 bis 50 %.
- Suchen Sie nicht nur nach neuen Wachstumspotenzialen, sondern auch nach Möglichkeiten, wie Sie aus bestehenden Angeboten mehr Geld herausholen können.
- Konzentrieren Sie sich auf kundenorientierte Digital-Erlebnisse, die auf Daten setzen und einen hohen Grad an Personalisierung ermöglichen.

Moderne Verbraucher sind immer weniger an traditionellen Angeboten wie Festnetzanschlüssen interessiert. Die National Health Interview Survey⁶ fand 2018 heraus, dass fast 55 % der Haushalte in den USA kein Festnetztelefon mehr haben. Bei Mietern und 25- bis 34-Jährigen waren diese Zahlen mit 74,4 % bzw. 77,3 % sogar noch höher. Die klare Botschaft lautet: Internetanbieter müssen nach neuen Services Ausschau halten, die ihren Kunden einen echten Mehrwert bieten

GESCHÄFTSMODELLE

Und noch ein weiteres zentrales Serviceangebot von Internetanbietern geht gerade den Bach hinunter: Videoangebote und Kabelfernsehen. Immer mehr Verbraucher nabeln sich zugunsten digitaler Streaming-Dienste ab. Solche Trends führen zu sinkenden Renditen für traditionelle Anbieter, die meist versuchen, ihre schwindenden Einnahmen durch Kostensenkungsmaßnahmen auszugleichen.

Gleichzeitig führen regulatorische Änderungen dazu, dass viele Internetanbieter nicht mehr den Schutz genießen, der ihre Servicebereiche einst frei von Wettbewerbern hielt. So wird es für sie schwieriger, die Präsenz vor Ort aufrechtzuerhalten, die früher ihre Stärke war. Heute sind die Unternehmen im Vorteil, die ihre digitale Stärke ausspielen.

NEUE HERAUSFORDERER AM MARKT

Das Rennen um die digitale Macht wird von großen Technologieunternehmen angeführt, die sich voll und ganz auf Software konzentrieren. Dadurch können die Giganten schnell skalieren, um die Anforderungen von Tausenden oder gar Millionen neuer Kunden zu erfüllen. Ihr digitales Bereitstellungsmodell macht es zudem einfacher, neben bestehenden auch neue Dienste schnell am Markt zu etablieren. So haben sie immer neue und relevante Angebote für moderne Verbraucher im Gepäck.

Noch ein weiteres Ass haben die Tech-Giganten im Ärmel: Sie bedienen nicht nur Privatkunden, sondern auch Unternehmen. Mit dieser Kombination aus B2B-

und B2C-Kunden können sie ihre Marktposition im Vergleich zu traditionellen Internetanbietern noch weiter stärken.

Das hat ihnen noch mehr neue Möglichkeiten eröffnet, die sie auch eifrig nutzen: Streaming- Videodienste, Voice-over-IP-Telefonie und viele andere neue Services, mit denen sie im direkten Wettbewerb zu traditionellen Internetanbietern stehen.

WELCHE FOLGEN HAT DAS FÜR INTERNETANBIETER?

All diese Herausforderungen haben bei Internetanbietern zu schrumpfenden Kundenzahlen, sinkenden Erträgen, geringeren Investitionsrenditen und einem ständigen Kampf um die Kostenkontrolle und Optimierung bestehender Geschäftssysteme geführt. Hätten sie sich doch stattdessen lieber für das digitale Geschäftszeitalter aufgerüstet! Nun befinden sie sich, wie Accenture treffend feststellt, in einem „Wettkampf nach unten“⁷.



⁵ Trash the Rulebook, Accenture <https://www.slideshare.net/accenture/trash-the-rulebook-132815757>

⁶ National Health Interview Survey Early Release Program, 27 December 2018, National Center for Health Statistics <https://www.cdc.gov/nchs/data/nhis/earlyrelease/wireless201812.pdf>

⁷ Trash the Rulebook, 22 February 2019, Accenture <https://www.slideshare.net/accenture/trash-the-rulebook-132815757>

Auf der Suche nach Lösungen

Eine echte Lösung für diese geschäftlichen Herausforderungen braucht neue Modelle und Strategien, die sich um digitale Smart-Home-Technologien ranken. Der Schwerpunkt muss auf Technologien liegen, die folgendes versprechen:

- Höhere Effizienz und Innovation im Geschäft.
- Wandel hin zu softwaredefinierten Diensten.
- Flexible, netzwerkunabhängige Technologien für intelligentere und zuverlässigere Verbindungen.
- Datengestützte Einblicke in Netzwerke, Geräte und Kundennutzung.
- Personalisierung von Produkten, Services und Kundenerlebnissen.
- Open-Source-Software, die sowohl über neue als auch bereits im Einsatz befindliche Hardware skaliert werden kann.

Gelingt es den Internetanbietern, diese Ziele zu erreichen, ergeben sich für sie daraus weitreichende Vorteile, die auf der Hand liegen:

- Eine höhere Effizienz setzt mehr Ressourcen für den Ausbau des Geschäfts frei, statt nur die bestehende Marktposition zu behaupten.
- Digitale Geschäfte bringen Flexibilität, Agilität und Skalierbarkeit.
- Intelligentere Verbindungen erleichtern die Bereitstellung und Nutzung von Diensten für und durch Kunden.
- Dank datengestützter Erkenntnisse können Mitarbeiter des Internetanbieters technische Probleme schneller erkennen und beheben.
- Mehr Daten über Verbraucherverhalten und Nutzungsmuster geben Unternehmen die Möglichkeit, ihre Kunden mit maßgeschneiderten, personalisierten Angeboten zu begeistern.

All dies ermöglicht es Internetanbietern, mit weniger Einsatz mehr zu erreichen und dabei auch den Kundenservice zu entlasten. Die Kunden sind zufriedener und wandern weniger ab. Gleichzeitig wächst der Umsatz durch neue Produkte, neue Dienstleistungen und neue Kunden.

Unternehmen, die keinen Zugang zu den neuesten digitalen Technologien und den dafür nötigen Skills im eigenen Hause hatten, hatten es bisher sehr schwer, diese Ziele zu erreichen.

Doch dank der Cloud und der vielen damit verbundenen „As-a-Service“-Angebote haben Internetanbieter heute die Chance, ihr Unternehmen für die Smart-Home-Ära fit zu machen. So können sie es auch mit neuen Modellen und Herausforderern aufnehmen.



Das hat Plume alles zu bieten

Plume gibt Internetanbietern die nötigen Mittel an die Hand, um im Rennen um das Smart-Home-Ökosystem erfolgreich mitzumischen und auch in der neuen Ära auf der Gewinnerseite zu stehen. Mit einer ganzen Palette an herausragenden Smart-Home-Services können sie ihre Kunden ganz nach Bedarf und Größenordnung glücklich machen. Und das Beste ist: All diese Dienste lassen sich sozusagen im Handumdrehen ins Portfolio integrieren! Unsere Consumer Experience Management (CEM)-Plattform bietet SaaS-basierten Zugriff auf Back-End-Analysen, maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz. Und sollte doch einmal ein Fehler auftreten, helfen benutzerfreundliche Dashboards und praktische Support-Tools.

HomePass™ ist eine preisgekrönte Suite für Smart Home Services, die von der Plume Cloud gemanagt wird. Der daten- und KI-gesteuerte Cloud-Controller betreibt das derzeit größte softwaredefinierte Netzwerk der Welt.

Mit dem HomePass können Internetanbieter ihren Kunden eine breite Palette von Smart Home-Diensten schnell und einfach zugänglich machen:

- Adapt™. Selbstoptimierendes und unfehlbares WLAN-System, das sich selbstständig an die Nutzungsmuster der Kunden anpasst.
- Control™. Nahtloser Gastzugang mit benutzerdefinierten Passwörtern, Kindersicherung und der Möglichkeit, den Internetzugang bei Bedarf zu sperren.
- Guard™. KI-gestützter Cyber-Schutz, der Online-Aktivitäten in Echtzeit überwacht, vor Hacks schützt, verdächtige Daten filtert und verdächtige Inhalte automatisch blockiert und in Quarantäne verschiebt.
- Sense™. Verwandelt übers Netzwerk verbundene IoT-Geräte in Bewegungssensoren, die das ganze Haus im Blick behalten.

Adapt ist die Grundlage für unsere Smart Home Service Suite.

Im Gegensatz zu herkömmlichen Mesh-WLAN-Systemen ist Adapt überall im ganzen Haus verteilt. Der Cloud-Service passt sich ständig an die Bedürfnisse des Hauses und seiner Bewohner an. Der selbstoptimierende, leistungsstarke Service wird kontinuierlich kontrolliert, um Interferenzen mit anderen Netzwerken in der Nähe zu vermeiden. Durch die Nutzung mehrerer Kanäle wird die Netzwerkkapazität erhöht. Routing-Algorithmen helfen, die Netzwerklasten auszugleichen und die Leistung von Anwendungen auf jedem Gerät in jedem Raum zu optimieren.

DAS OPERATIVE GESCHÄFT

- Sie wollen Kosten sparen? Dann re-investieren Sie Ihre Einsparungen auf jeden Fall in wachstumsfördernde Strategien!
- Überlegen Sie, wie Sie wettbewerbsfähigere Kostenstrukturen einführen können, die sowohl die Flexibilität als auch Ihre Gewinne erhöhen.
- Senken Sie Ihre Supportkosten durch Investitionen in proaktive Technologien, die Serviceprobleme schon lösen, bevor Ihre Kunden anrufen.
- Denken Sie bei Ihren Investitions- und Finanzierungsentscheidungen an die Wirtschaftlichkeit und Flexibilität der Plattform.

Da HomePass ein cloudbasierter Service ist, können Abonnenten neue Funktionen und Upgrades sofort nutzen, sobald diese verfügbar sind. Dank unserer APIs fügt sich Plume nahtlos in vorhandene Systeme für Betrieb, Bestandsverwaltung, Abrechnung, Reporting und andere Aufgaben ein.

Die mobile HomePass-App erleichtert Kunden die Einrichtung und ermöglicht ihnen die Fernüberwachung und -steuerung ihres Heimnetzwerks und ihrer Geräte. So können Internetanbieter Plume-Pods als erweiterte WLAN-Zugangspunkte verteilen oder über die OpenSync™ Open-Source-Integration von ihrer vorhandenen Hardware aus bereitstellen.

Internetanbieter bekommen zudem umfassende Unterstützung beim Management von HomePass-Diensten. Haystack™ ist eine weitreichende Back-End-Monitoringlösung für Support-, Technik- und operative Teams. Die Frontline-Anwendung bietet Einblicke für Support- und Engineering-Personal aus Tier-1, 2 und 3, gekoppelt mit Panorama-Dashboards zur Überwachung des operativen Gesamtzustands des Netzwerks. Das vorausschauende Analysesystem Signal identifiziert unzufriedene Kunden und generiert proaktive Kontakte zur Kundenbetreuung. Das Ergebnis: weniger Anrufe und eine höhere Kundenzufriedenheit – ein absolutes Novum in der Branche.

Harvest™ schließlich erfasst Trends in Bezug auf Kundengeräte, Nutzerverhalten und Anwendungsmuster und bietet dadurch die Möglichkeit, den Kundenstamm zu kategorisieren und zu filtern. Netzwerkanalysen unterstützen Entscheidungen in Marketing, Werbung und Produktentwicklung. So können Sie Netzwerktrends und die Kaufentscheidungen der Kunden noch besser für sich nutzen.

All diese Maßnahmen unterstützen Internetanbieter dabei, die zahlreichen Herausforderungen zu meistern, und begleiten sie auf ihrem Weg zu kompetenten Service Providern für das Smart-Home-Zeitalter.

Plume bietet seinen Partnern die Möglichkeit, ihren Abonnenten eine breite Palette neuer Dienste anzubieten und Service-Probleme mit Echtzeit-Überwachung und Datenanalysen zu verfolgen. Somit profitieren Plume-Partner von bemerkenswerten Vorteilen wie zum Beispiel:

- Bis zu 30 % weniger Kundenabwanderung
- Durchschnittliche Umsatzsteigerung von bis zu 12,75 Euro pro Kunde
- 50 % weniger Support-Anrufe
- 67 % weniger Kundendienstesätze
- 67 % schnellere Kundendienstesätze
- Verbesserter NPS-Score um bis zu 60+

Die komplette Plume-Palette an Smart Home Services ist blitzschnell einsatzbereit: Schon 8 Wochen nach Vertragsabschluss können Plume-Partner ihre Services live schalten.

Mit unserer umfassenden Lösung haben Internetanbieter Zugang zu allen Tools und Services, die sie für die digitale Transformation und den Aufbau einer erfolgreichen Geschäftsstrategie im Smart-Home-Zeitalter brauchen:

- Cloubasierte Software für Agilität und Skalierbarkeit.
- Netzwerkunabhängige Technologien für zuverlässigere Verbindungen beim Kunden.
- Dashboards für Echtzeit-Einblicke in Performance und Service des Netzwerks.
- Integrierter Support und Zugang zu ständigen Upgrades und neuen Services für Kunden.

Und vor allem: ein zuverlässiger und sachkundiger Partner, der Sie dabei unterstützt, im digitalen Geschäftszeitalter ganz vorn dabei zu sein.

DIE TECHNIK

- Machen Sie Netzwerkqualität, Zuverlässigkeit und Geschwindigkeit zur Priorität, denn das sind die Grundlagen für die Smart Home Services der Zukunft.
- Konzentrieren Sie sich auf softwaregesteuerte Produkte, die schnell eingeführt werden können. So können Sie die Erwartungen und Anforderungen der Kunden am besten erfüllen.
- Verbessern Sie Ihren Kundenservice und Ihre Agilität durch den Einsatz von Robotern zur Prozessautomation, künstlicher Intelligenz, Chatbots und anderer Technologien.
- Schaffen Sie neue Kostenstrukturen und Kundenerlebnisse durch daten-gesteuerte Insights, Orchestrierung und softwaredefinierte Lösungen.
- Halten Sie die Verwaltung der vorhandenen Infrastruktur schlank und effizient und verfolgen Sie gleichzeitig neue digitale Angebote.



Churn reduziert um bis zu:

30 % ↓



ARPU erhöht um bis zu:

13 € ↑



Support-Anrufe reduziert um bis zu:

50 % ↓



Technikereinsätze reduziert um:

67 % ↓



Feature-Entwicklung beschleunigt um:

67 % ↓



Verbesserter NPS-Score um bis zu:

60 pts ↑

Fazit

Jetzt ist genau die richtige Zeit für Internetanbieter, dem digitalen Wandel ins Auge zu blicken und Smart Home Services in ihr Portfolio aufzunehmen.

Die Verbraucher stehen den verschiedensten intelligenten Technologien sehr aufgeschlossen gegenüber. Die einst marktbeherrschenden Sprach-, Video- und Datenangebote treten immer mehr in den Hintergrund. Zudem sind die Kunden eher bereit, sich neue Partner zu suchen, wenn ihre derzeitigen Anbieter ihnen nicht mehr die Services bereitstellen können, die sie wollen.

Die Lösung für Internetanbieter: die Zusammenarbeit mit einem Unternehmen, das ihren Wandel schnell, nahtlos und kosteneffizient unterstützt. Die cloudbasierte CEM-Plattform von Plume, unsere HomePass Smart Home Services Suite und die App, unsere flexiblen Hardware-Optionen, unser starker Support und viele andere Tools machen genau das möglich.

Weitere Informationen erhalten Sie per E-Mail über partner@plume.com oder im Internet auf plume.com.



