



Case Study Telekommunikation

Multimilliarden-Dollar- Unternehmen lässt Monolithen hinter sich

| | |
|--------------|-------------------|
| Gründung: | 1960 |
| Industrie: | Telekommunikation |
| Mitarbeiter: | > 200.000 |

Das Unternehmen

Der amerikanische Anbieter von Mobil- und Festnetztelefondiensten ist eines der größten Telekommunikationsunternehmen weltweit und zählt zu den Top 100 auf der Fortune 500-Liste. 2018 wurde die Firma zudem zur Holdinggesellschaft eines Medienkonzerns. Gemessen an den Einnahmen zählt sie damit zu den wertvollsten Medien- und Unterhaltungsunternehmen der Welt.

Die Herausforderung

Vor über 15 Jahren startete das Unternehmen mit dem Online-Vertrieb von Telefonen inklusive Mobilfunktarifen basierend auf der ATG-Commerce-Plattform, die später von Oracle übernommen wurde. Da das Unternehmen konstant wuchs, etablierte es vier Hauptkanäle zur Interaktion mit Kunden: einen klassischen Point of Sale, eine E-Commerce-Plattform, den Online-Kundendienst sowie autorisierte Fachhändler (in-store). Dabei fungierte jeder Kanal separat.

„Content is king“ – wie viele andere Anbieter sah das Unternehmen 2015 in der Bereitstellung von Medieninhalten Wachstumschancen und erwarb vor diesem Hintergrund ein Medienunternehmen mit Millionen Nutzern. Die Idee war, Services der Unternehmen zu kombinieren und als Pakete an die Kunden beider Konzerne zu verkaufen. Allerdings waren die vier Systeme der Dachmarke mit denen der neuen Firma nicht kompatibel. Die bestehende