

Fachartikel

CRM Booklet 2019
www.crm-booklet.com

SIS Consulting GmbH
Kaiserjägerstraße 1
6020 Innsbruck, Österreich
Tel.: +43 (0) 512 890080
www.sis-consulting.com
marketing@sis-consulting.com

Ohne Strategie keine Digitalisierung

AutorInnen:

Dipl.-Inform. (FH) Thomas Kalker

Digitalisierung ist kein Zustand, der - einmal erreicht - nur noch gepflegt und aufrechterhalten werden muss. Digitalisierung bedeutet vielmehr einen kontinuierlichen Wandel, und dies gilt nicht nur für Technologieunternehmen. Im Grunde ist dies nichts Neues, denn schon immer mussten die Unternehmen darauf achten, dass sie mit ihren Produkten und Services „State of the Art“ waren, um im Wettbewerb zu bestehen. Was hat sich also in unserer digitalen Welt verändert?

Geschwindigkeit und Informationen

Die Geschwindigkeit, mit der der technologische Fortschritt uns immer neue Möglichkeiten eröffnet, hat rasend zugenommen. Durch künstliche Intelligenz und Machine Learning, die sich anschicken, immer mehr Entscheidungen und Tätigkeiten zu automatisieren, die heute noch Menschen vorbehalten sind, wird sich der Fortschritt noch weiter beschleunigen. Frei zugängliche Informationen ermöglichen es dem Kunden, sich vorab umfassend zu informieren, wenn er z.B. ein neues ERP- oder CRM-System auswählen möchte. Mehr als die Hälfte des Weges in einer Customer Journey hat ein Entscheider bereits zurückgelegt, bis er einen Anbieter kontaktiert.

Standort und Ziel bestimmen

Wenn Sie der Meinung sind, Sie müssten nur Ihre analogen Prozesse in digitale umwandeln und schon verkaufen sich Ihre Produkte wie von selbst, dann werden Sie bald an Grenzen des Marktes stoßen, denn Ihr eigentliches Produkt haben Sie hierbei unberücksichtigt gelassen. Bevor Sie also eine Digitalisierungsstrategie formulieren und umsetzen, sollten Sie sich ein paar grundlegende Fragen zu Ihrem Unternehmen beantworten: Wo steht Ihr Unternehmen heute? Machen Sie hierfür z.B. eine SWOT-Analyse, um herauszufinden, was die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken Ihres Unternehmens sind. Wenn Sie wissen, wo Sie heute stehen, dann machen Sie sich Gedanken über die Zukunft Ihres Unternehmens. Definieren Sie eine Vision, die Sie und Ihre MitarbeiterInnen mittragen. Wie sieht Ihr Unternehmen in fünf Jahren aus, was wollen Sie bis dahin erreicht haben? Wollen Sie z.B. Branchenführer in einem bestimmten Segment werden?

Methoden und Strategie

Auf Basis Ihrer neuen Zielformulierung können Sie jetzt eine Strategie entwickeln, wie Sie Ihre Ziele erreichen wollen. Überlegen Sie sich welche Produkte Sie benötigen, um diese zu erreichen, wie Sie zukünftig Ihre neuen Kunden gewinnen wollen und welche Unternehmenskommunikationsmittel Sie einsetzen werden. Um all diese Fragen zu beantworten, gibt es zahlreiche, zum Teil neue, Methoden, die Sie nutzen können. Damit alle Aspekte Ihrer neuen oder überarbeiteten Geschäftsidee berücksichtigt und visualisiert werden, können Sie z.B. „Business Model Canvas“ nutzen. Solche Canvas eignen sich hervorragend, um im Team das Vorhaben zu diskutieren und methodisch vorzugehen. Eine weitere Detaillierungsmöglichkeit bietet Ihnen das „Value Proposition Canvas“. Hier nehmen Sie Ihren potentiellen Kunden in den Fokus und gehen genauer auf seine Aktivitäten, Bedürfnisse und



Herausforderungen ein, denn gerade hierfür sollen und müssen Sie mit Ihren neuen Produkten Lösungen bieten. Für Ihre neuen Produkte und Services können Sie dann eine Brand-Strategie entwerfen und diese über die für Ihre zukünftigen Kunden geeigneten Kommunikationskanäle publizieren.

Probieren geht über Studieren

Die oben kurz vorgestellten Methoden eignen sich nicht nur, um neue Produkte oder Services zu definieren. Diese Vorgehensweise lässt sich auch auf Projekte transferieren und gibt Ihnen die Möglichkeit, eine ganz andere Sicht auf Ihr Vorhaben zu bekommen. Seien Sie mal selber Kunde und definieren Sie Ihre Bedürfnisse und Erwartungen. Wählen Sie die für Sie geeignete und zu Ihrem Vorhaben passende Methode aus, um damit Ihre Digitalisierung anzugehen. Holen Sie sich externe Unterstützung für die Durchführung und die Moderation Ihrer Analysen und neuen Strategien. Nutzen Sie das Potential, die Erfahrungen und die Kreativität Ihrer MitarbeiterInnen und beziehen Sie diese in den Prozess mit ein. Und vor allem sprechen Sie mit Ihren Kunden, stellen Sie ihnen Ihre Ideen frühzeitig vor und holen Sie sich deren Feedback ein, denn Ihr neues Produkt und Ihr neuer Service muss Ihren Kunden gefallen und ihnen einen Mehrwert bieten. Dann werden Sie eine erfolgreiche Digitalisierungsstrategie umsetzen.

Dieser Fachartikel wurde im CRM Booklet 2019 veröffentlicht.

Titel: CRM Booklet 2019

Herausgeber: SIS Consulting GmbH, Innsbruck

Verlag: ADV Handelsgesellschaft m.b.H., Wien

Taschenbuch, Softcover, 148 x 210 mm

56 Seiten, Farbe

ISBN: 978-3-901198-28-1

www.crm-booklet.com

Über SIS Consulting GmbH:

Die SIS Consulting GmbH begleitet als unabhängige und neutrale Unternehmensberatung Organisationen und Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Das Dienstleistungsangebot umfasst die Bereiche Prozessmanagement, Business Software und Franchising.

Das Leistungsspektrum Business Software reicht von der Auswahl und Einführung von ERP-Systemen über technisch orientierter bis hin zu betriebswirtschaftlich orientierter IT-Beratung. Der Bereich Prozessmanagement beinhaltet die Analyse der Geschäftsprozesse und die Entwicklung sowie Umsetzung eines individuellen Geschäftsprozessmanagement-Konzepts. Der Bereich Franchising umfasst den Aufbau, den Ausbau, die Weiterentwicklung sowie das Re-Design von hybriden Organisationsstrukturen, insbesondere von Franchisesystemen.

www.sis-consulting.com