

DIGITALE TRANSFORMATION

WO HABEN SIE HANDLUNGSBEDARF IN
DER DIGITALEN TRANSFORMATION?

MACHEN SIE DEN **QUICK CHECK!**

DIGITALE TRANSFORMATION / ANLEITUNG

Wo sollten Sie anfangen und was ist dabei zu beachten?

Während das Thema der digitalen Transformation derzeit medial stark gehypt und die digitale Informationsflut immer erdrückender wird, scheinen reale Lösungsmöglichkeiten für B2B-Unternehmen weiterhin begrenzt.

Falls Sie sich ebenfalls Gedanken darüber machen, wie Digitalisierung innerhalb Ihres Unternehmens angegangen werden kann, Ihnen aber konkrete Maßnahmen fehlen, führen Sie diesen Quick Check durch, um besser zu verstehen, wo Ihr Ausgangspunkt in der digitalen Transformation liegt.

WIE FUNKTIONIERT DER QUICK CHECK?

Stellen Sie sich selbst die nachfolgenden Fragen und beantworten Sie sie offen und ehrlich. Sie können die Fragen auch als Diskussionsgrundlage für Ihre Vorgesetzten und Kollegen nutzen. Die 10 Minuten, die Sie für den Quick Check benötigen, sind gut investierte Zeit.

Sie können nicht nur Ihre digitalen Handlungsfelder identifizieren, sondern auch konkrete Handlungsempfehlungen erhalten. Während Sie sich mit den Themen beschäftigen, machen Sie bereits den ersten Schritt hin zur erfolgreichen digitalen Transformation innerhalb Ihres Unternehmens.

Für jede der fünf Fragen gibt es jeweils drei Antwortmöglichkeiten (A, B, C), zwischen denen Sie sich entscheiden können. Notieren Sie die jeweilige Anzahl Ihrer Buchstaben und nutzen Sie die Legende zur Identifizierung Ihres Handlungsfeldes der Digitalisierung. Unser Toolkit hilft Ihnen außerdem, erste transformatorische Maßnahmen für Ihr Unternehmen einzuleiten.

DIGITALE TRANSFORMATION / QUICK CHECK

Bitte das zutreffende Kästchen ankreuzen (A, B, oder C)

Frage 1: Hat Ihr Unternehmen eine festgeschriebene Digitalstrategie?

- A** Nein, nicht dass ich wüsste. Wir haben eine allgemeine Unternehmensstrategie, die bisher völlig ausgereicht hat. Ich wüsste nicht, was digitale Transformation für unsere Branche und unser Unternehmen konkret bedeutet.
- B** Ich war an einem Workshop beteiligt, bei dem wir gemeinsam eine Digitalstrategie mit klarem Kundenfokus anhand messbarer Ziele entwickelt haben. Bei der konkreten Umsetzung hakt es jedoch im Moment noch.
- C** Ja, unser Vorstand hat unsere digitale Strategie in den vergangenen Jahren festgeschrieben, konkrete Ziele für abteilungsübergreifende Arbeit festgelegt und eine Roadmap für die Umsetzung entwickelt, nach der wir in iterativen Schritten agieren.

Frage 2: Wurde das Produkt- und Dienstleistungsangebot in Ihrem Unternehmen digital weiterentwickelt?

- A** Das Unternehmen, in dem ich tätig bin, hat ein seit Jahrzehnten funktionierendes Angebotsmodell. Ich wüsste nicht, wieso man dieses digitalisieren sollte, solange wir damit so erfolgreich sind.
- B** Bei regelmäßigen Kundenbefragungen unserer Marketingabteilung stellte sich der Wunsch nach vernetzten Produkten heraus. Auch der Wettbewerb digitalisiert seine Dienstleistungen zunehmend. Die IT-Abteilung unterstützt uns bei der derzeitigen Weiterentwicklung unseres Leistungsportfolios.
- C** Ja, die Geschäftsleitung hat das Portfolio umfassend digitalisieren lassen. Dadurch wurde das Geschäftsmodell komplett transformiert. Allerdings sehe ich vermehrt junge Start-ups und neue Wettbewerber mit innovativen Geschäftsmodellen in unsere Branche drängen.

Frage 3: Nutzen Sie digitale Kanäle zum Erfassen der Bedürfnisse Ihrer Kunden und Geschäftspartner?

- A** Nein, wir haben keinen detaillierten Überblick über unsere Kunden in einer Datenbank. Bisher kommunizieren wir ausschließlich bei auftretenden Problemen oder Serviceanfragen mit unseren Kunden. Diese pflegen wir manuell in Excel.
- B** Dank Social Media und Analytic Tools weiß die Marketingabteilung sehr genau um die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden und bindet deren Feedback regelmäßig ein. Jedoch fehlen noch abteilungsübergreifende innovative Geschäftsentwicklungen.
- C** Ja, unsere Firma entwickelt neue Produkte aktiv mit den Kunden zusammen. Dabei nutzen wir die Schwarmintelligenz unserer Geschäftspartner. Unsere Dienstleistungen richten wir regelmäßig anhand des Kundenfeedbacks neu aus. Die Maßnahmen sind bisher jedoch noch zu reaktiv und ressourcenintensiv.

Frage 4: Sind Ihre IT-Systeme auf die zukünftige Auslastung Ihres Unternehmens vorbereitet?

- A** Wir haben unsere IT bisher nur als Kostenfaktor gesehen. Wir würden gerne unsere IT-Systeme austauschen. Uns fehlt jedoch die notwendige Transparenz in Prozessen und Systemen, um fundierte Entscheidungen für neue Technologien zu treffen.
- B** Wir arbeiten mit cloudbasierten Services, sodass wir unseren täglichen Bedarf sehr präzise und kosteneffizient an unseren täglichen Kundenstrom anpassen können. Allerdings sind noch nicht alle unsere Systeme daran angebunden.
- C** Ja, wir haben unsere gesamte IT-Infrastruktur im letzten Jahr auf Cloud-Technologie umgestellt und haben unsere Unternehmensarchitektur modular aufgebaut, sodass wir unsere IT problemlos erweitern können.

Frage 5: Steht die Geschäftsführung hinter der digitalen Transformation Ihres Unternehmens?

- A** Unsere Geschäftsführung betrachtet die digitale Transformation als medialen Hype, der unser Unternehmen minimal tangiert. Meine Kollegen arbeiten immer noch vorwiegend in funktionalen Silos und Prozesse sind untereinander kaum vernetzt.
- B** Wir leben Digitalisierung bereits intern. Unser Projektmanagement haben wir nach agilen Methoden umgestellt. Wir arbeiten häufig abteilungsübergreifend zusammen. Kundenseitig ist dieses digitale Know-how jedoch noch nicht bekannt. Hier sollte die Geschäftsführung dafür sorgen, dass unser Unternehmen digital stärker im Markt positioniert wird.
- C** Ja, der CEO hat die digitale Transformation zum Top-Thema 2020 gemacht. Es gibt viele interne Weiterbildungs- und Entwicklungsformate, durch die wir uns als die besten Digitalexperten der Branche qualifiziert haben und kontinuierlich neue Talente anwerben.

DIGITALE TRANSFORMATION / AUSWERTUNG

Anzahl Antwort A = Punkte Anzahl Antwort B = Punkte Anzahl Antwort C = Punkte

$\Sigma = 5$

Addieren Sie die Punkte aus dem Quick Check und tragen Sie sie hier ein.

Grad der Ausprägung

A			B			C		
5-4	3-2	1-0	0-1	2-3	4-5	0-1	2-3	4-5
⚠	✂	✓	⚠	✂	✓	⚠	✂	✓
Sie sind intern kaum transformiert.	Sie haben erste Maßnahmen initiiert.	Sie sind intern gut aufgestellt.	Bei Ihnen stehen Kunden kaum im Fokus.	Sie haben erste Maßnahmen initiiert.	Sie haben einen kundenzentrierten Ansatz.	Sie haben bislang kaum innoviert.	Sie haben erste Maßnahmen initiiert.	Ihre Innovationsprojekte laufen gut.

Leiten Sie aus Ihrer **Punktzahl pro Buchstabe** Ihr derzeit relevantestes Handlungsfeld in der digitalen Transformation ab:

Handlungsfelder der Digitalisierung

A PROZESSOPTIMIERUNG	B KUNDENORIENTIERUNG	C INNOVATIONSKURS
Sie sollten Ihre internen Prozesse mittels Automatisierung transformieren.	Sie sollten sich bei Ihren externen Maßnahmen verstärkt an den Kundenbedürfnissen orientieren.	Sie sollten Ihre derzeitigen Innovationsprojekte weiter ausbauen.

Höchste Punktzahl: In diesem Handlungsfeld liegt Ihr momentan größter Bedarf an digitaler Transformation.

Beispiele:

- Sie stehen noch ganz am Anfang der digitalen Transformation und Ihr derzeitiger Handlungsbedarf besteht in der Prozessoptimierung.
- Sie sind bereits in der digitalen Transformation angekommen und Ihr derzeitiger Handlungsbedarf besteht in der Kundenorientierung.
- Sie sind weit fortgeschritten in der digitalen Transformation und Ihr derzeitiger Handlungsbedarf besteht beim Innovationskurs.

Gleiche Punktzahl: Sie haben in verschiedenen Handlungsfeldern gleichermaßen Bedarf an digitaler Transformation.

Beispiel:

- Sie haben bereits erste Maßnahmen ergriffen, jedoch weiterhin erheblichen Handlungsbedarf in allen drei Bereichen.

Entdecken Sie auf der folgenden Seite, mit welchen **Digitalisierungsmaßnahmen** Sie Ihr aktuell wichtigstes Handlungsfeld angehen können!

DIGITALE TRANSFORMATION / TOOLKIT

PROZESSOPTIMIERUNG

 5-4 Punkte

Holen Sie die Geschäftsführung frühzeitig mit ins digitale Boot.

Ohne die Unterstützung der Geschäftsführung ist ein solches Projekt nicht umzusetzen. Binden Sie daher die Vorstandsebene frühzeitig in den Digitalisierungsprozess mit ein. Erstellen Sie einen spezifischen Zeit- und Budgetplan für den Projektverlauf anhand der zuvor entwickelten digitalen Roadmap. Halten Sie den Vorstand durch regelmäßiges Kennzahlen-Monitoring mithilfe eines C-Level Dashboards über den Fortschritt der Digitalisierung auf dem Laufenden.

 3-2 Punkte

Strukturieren Sie den Entwicklungsprozess für eine Digitalstrategie in Ihrem Unternehmen.

Helfen Sie Ihren Kollegen und Vorgesetzten, in kreativen Workshops ein klares Verständnis für die Notwendigkeit einer konkreten Strategie zu entwickeln. Gestalten Sie durch strukturiertes Vorgehen Ihre digitale Vision und schreiben Sie eine Digitalstrategie für Ihr Unternehmen fest. Mithilfe einer Roadmap zeichnen Sie den Weg zur digitalen Transformation vor und profitieren von unternehmensweiten Synergieeffekten.

 1-0 Punkte

Strukturieren Sie Ihre IT-Systeme neu, hin zu agileren Arbeitsprozessen.


Schrecken Sie nicht davor zurück, Ihre bestehende IT-Struktur komplett umzustellen und Ihre Daten in die Cloud zu migrieren, um in Ihrem Unternehmen zeit- und kosteneffizienter zu arbeiten. Unterstützen Sie Ihre Kollegen bei der Prozessoptimierung durch die Einführung von agilen und schlanken Projektmanagement-Methoden. Präzise Voraussagen über die zukünftige Auslastung sowie Produktionsverläufe mittels Predictive Analytics können die Planung erleichtern.

KUNDENORIENTIERUNG

 0-1 Punkte


Bauen Sie ein multifunktionales Team als Koordinationsstelle des digitalen Wandels auf.

Die Veränderungsprozesse der digitalen Transformation können nicht von einer Einzelperson oder einer einzigen Abteilung durchgeführt werden. Es braucht ein abteilungsübergreifendes Team, das nach einem geregelten Zeit- und Projektplan agiert und alle internen sowie externen Stakeholder ständig auf dem Laufenden hält. Hierbei hat die IT-Abteilung eine Schlüsselfunktion inne und muss mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern gleichermaßen nicht-technisch bzw. allgemein verständlich kommunizieren können.

 2-3 Punkte

Lernen Sie Ihre Kunden und Geschäftspartner digital besser kennen.

Stellen Sie Kunden und Geschäftspartner in den Fokus Ihrer transformatorischen Maßnahmen. Lernen Sie anhand von Umfragen und Fokusgruppen so viel wie möglich über die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden. Wichtig ist auch, die für Ihre Stakeholder relevanten Touchpoints während der digitalen Reise zu analysieren, und die ideale Customer Journey aktiv mitzugestalten. Nutzen Sie digitale Kollaborationsplattformen, um Ihre Kunden und Geschäftspartner aktiv in den Prozess Ihrer Produktneuentwicklungen miteinzubinden.

 4-5 Punkte

Regen Sie das Training und Einstellen von Digitaltalenten bei Ihrer HR-Abteilung an.


Auch in den Köpfen Ihrer Mitarbeiter und Kollegen muss ein digitaler Wandel mit Kundenfokus stattfinden. Durch kontinuierliche Trainings können digitale Fähigkeiten und Kenntnisse stetig ausgebaut und gezielt weiterentwickelt werden. Darüber hinaus sollten Sie anregen, vermehrt Digital Natives einzustellen, die in ihrer täglichen Arbeit ganz selbstverständlich auf Crowdsourcing-Methoden zurückgreifen und Ihre Kunden einbinden. Internes Change Management kann mithilfe von Social Collaboration Tools gefördert werden.

INNOVATIONSKURS

 0-1 Punkte


Investieren Sie in eine offene Ideen- und Innovationskultur.

Seien Sie Fürsprecher für Innovationsprozesse in Ihrem Unternehmen. Laden Sie Kollegen, Kunden und andere Stakeholder regelmäßig zu Brainstormings, Meetings und Workshops ein. Gestalten Sie gemeinsam kreative Ideen und Vorschläge für die Disruption Ihres eigenen Geschäftsmodells. Durch den Aufbau eines unternehmensinternen Digital Labs oder durch Kooperationen mit Start-ups, bei denen Sie als Sparringspartner auftreten, können Sie helfen, die Innovationskraft Ihres Unternehmens und damit auch dessen Marktposition langfristig zu stärken.

 2-3 Punkte

Vergleichen Sie Ihren digitalen Status Quo durch eine Benchmark-Analyse.

Nutzen Sie die strategische Methode des Benchmarkings, um den Grad der Digitalisierung Ihres Unternehmens gegenüber brancheninternen und -externen Wettbewerbern zu ermitteln. Hierbei stoßen Sie ggf. auf Wettbewerbsvorsprünge anderer Marktteilnehmer, die es bei der weiteren Umsetzung Ihrer Digitalstrategie zu berücksichtigen gilt. Ignorieren Sie dabei keineswegs kleinere Player oder Start-ups, sogar wenn diese einen anderen technologischen oder strategischen Fokus haben. Disruptoren kommen oftmals aus unerwarteten Bereichen.

 4-5 Punkte

Messen Sie den Fortschritt Ihrer digitalen Transformation regelmäßig.

Um den Erfolg der von Ihnen gelenkten digitalen Transformation quantifizieren zu können, sollten Sie alle Ihre Maßnahmen in regelmäßigen Abständen messen. Definieren Sie in einem KPI-Workshop zunächst Ihre Kennzahlen sowie Ziel- und Vergleichswerte. Mithilfe von Digital Performance Management und automatisierten Reportings können Sie den Transformationserfolg fortlaufend validieren, sodass Sie immer genau wissen, wo Ihr Unternehmen derzeit steht und wo noch Handlungsbedarf besteht.

DIGITALE TRANSFORMATION / CONSULTING

Mithilfe dieses Quick Checks haben Sie Ihren größten Handlungsbedarf in der digitalen Transformation ermittelt. Sie haben außerdem erste Empfehlungen für konkret umsetzbare Maßnahmen in Ihrem Handlungsfeld von uns erhalten.

Gerne beraten unsere Experten für digitale Transformation Sie in einem persönlichen Termin zur erfolgreichen Umsetzung dieser Handlungsempfehlungen.



IHR ANSPRECHPARTNER:

Rocco-Mario Radke

Leiter Digital Business Consulting
Riesaer Strasse 7, 01129 Dresden

Tel.: +49 351 - 2820 - 5504

Mobil: +49 151 - 467 31 231

E-Mail: Rocco-Mario.Radke.Anfrage@t-systems-mms.com

Internet: www.b2b-digitalisierung.de