

# Routenplaner für Ihren Weg zum digitalisierten Unternehmen



## ETAPPE 1: AM KUNDEN AUSRICHTEN

Als erstes Pilotprojekt auf der Reise zum digitalisierten Unternehmen bietet sich die Optimierung der Customer Journey an. Hierhin wird der Weg des Kunden vom Erstkontakt bis zum Vertragsabschluss skizziert. Will man die Customer Journey verbessern, ist es ratsam vorhandene Arbeitsabläufe wie etwa den Bestellprozess einzeln zu betrachten. Sinnvoll ist es, klein zu beginnen, eine künftige Skalierung aber von Anfang an einzuplanen.

- ✓ Die Customer Journey muss für jedes Unternehmen und jedes Produkt individuell bestimmt werden.
- ✓ Dabei sind verschiedene Faktoren relevant zur Erstellung einer Customer Journey Map.
  - ✓ Zielgruppe: Die Customer Journey muss für jedes Unternehmen und jedes Produkt individuell bestimmt werden.
  - ✓ Touchpoints: Kontaktpunkte zwischen Unternehmen, Produkt oder Marke und dem potentiellen Kunden, die möglichst detailliert werden müssen.
  - ✓ Reihenfolge: Jeder einzelne Berührungspunkt beeinflusst das Produktinteresse.
  - ✓ Kundenzufriedenheit messen: Die Resonanz auf die Aktivitäten muss kontinuierlich überprüft werden, um ggf. nachjustieren zu können.
  - ✓ Customer Journey Map: In der Customer Journey Map wird visuell festgehalten, welche Reise der potentielle Kunde durchläuft, wenn er ein Produkt erwirbt.



## ETAPPE 2: GESCHÄFTSPROZESSE DATENBASIERT MONETARISIEREN

Nehmen Sie sich Ihre wichtigsten Datenbestände vor. Wie lassen sich diese für die Ausarbeitung und Entwicklung neuer Einnahmequellen nutzen?

- ✓ Schaffen Sie eine sinnvolle Daten-Infrastruktur, um Daten auf dieser Grundlage erfassen, speichern und verarbeiten zu können. Analyse-Tools dienen der Visualisierung und ermöglichen gewinnbringende Erkenntnisse.
- ✓ Versehen Sie Ihre Daten mit einem "Preisschild", indem Sie eine Datenbewertung vornehmen. Auf diese Weise stellen Sie sicher, dass kein Potenzial verschenkt wird.
- ✓ Monetarisieren Sie Ihre Daten, um Innovationen voranzutreiben. Das kann unter anderem durch die Entwicklung von neuen und besseren Services und Produkten passieren, durch die sich neue Einnahmequellen erschließen.



**74 %** der deutschen Unternehmen wandeln durch Data Management interne Daten in Insights um, indem Datensätze und Datenprozesse organisiert, verwaltet und verfeinert werden.



**40 %** der deutschen Unternehmen wandeln Daten bereits in Einnahmequellen um.



## ETAPPE 3: DIE GRUNDLAGE FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM SCHAFFEN

Recherchieren und setzen Sie auf Technologien, die Sie unterstützen, neue Anwendungen zu realisieren und zu erweitern. Dazu gehören vor allem Technologien der Dritten Plattform, wie Big Data, Cloud-Dienste, soziale Netzwerke und mobile Lösungen. Dabei ist es wichtig, Innovationsinseln und -silos zu umgehen, da diese erfolgreiches Wachstum hemmen und schlimmstenfalls sogar verhindern.

- ✓ Schaffen Sie die nötige Unternehmenskultur: Nur wenn über Teamgrenzen hinweg an einem (digitalen) Strang gezogen wird, lässt sich der Weg für die digitale Transformation ebnen.
- ✓ Errichten Sie ein Transformation Office, das den gesamten Change-Prozess möglichst transparent gestaltet. Auf diese Weise schaffen Sie Orientierung für alle Stakeholder und errichten eine Anlaufstelle für das Transformationsvorhaben
- ✓ Der richtige Führungsstil ist ebenfalls essentiell: Schaffen Sie Raum für Experimente und Kreativität. Testen Sie neue technische Lösungen beispielsweise in verschiedenen gut kontrollierbaren Geschäftsfeldern oder Prozessbereichen.



## ETAPPE 4: DIGITALISIERUNG AUF ALLEN EBENEN UMSETZEN

Bauen Sie eine digitale Organisationsstruktur auf und fördern Sie digitale Fähigkeiten. Die Umsetzung digitaler Projekte sollte dabei im gesamten Unternehmen erfolgen.

- ✓ Welchen Stellenwert und welche Aussicht auf Erfolg die digitale Transformation für ein Unternehmen hat, lässt sich fast unmittelbar aus deren Organigramm ablesen. Fakt ist: Digitalisierung muss immer von der Geschäftsführungsebene ausgehend gelebt werden.  
  
Die Ausprägungen einer gelungenen Implementierung lassen sich anschließend auch an typischen Funktionen wie beispielsweise einem Digitalisierungsbeauftragten, einem Referat oder einer Stabsstelle zur Digitalisierung erkennen.