



Digitale Transformation

**Die Erfolgsfaktoren für
Marketing Automatisierung**



Robert Nabenhauer
Consulting

Erkennen | Handeln | Profitieren

Inhalt

Was ist die Digitale Transformation?	5
Herausforderungen, Chancen und Risiken	10
Risiken	10
Herausforderungen	11
Chancen	12
Vorteile der Digitalen Transformation	15
Bessere Kundenbindung	15
Erweiterung der Zielgruppen	16
Besseres Kundenerlebnis	16
Automatisierung von Vertriebsprozessen	18
1. Schnelle Reaktionsmöglichkeiten	19
2. Automatisches Angebotsnachfassen	20
3. Bessere Kundengewinnung	21
4. Automatische Kundenberatung	21
5. Automatische Interessenten Weiterqualifizierung	23
Was gilt es zu beachten?.....	24
Welche Branchen sind betroffen?	25
Logistik	26
Informations- und Telekommunikationsindustrie	27
Medien- und Unterhaltungsindustrie	28
Elektronikindustrie	29
Automobilindustrie	30
Energie und Versorgung	31
Handelsbranche	31
Chemie- und Pharmaindustrie	32
Maschinen- und Anlagenbau	33
Banken und Versicherungen	33
Die Akteure der Digitalen Transformation.....	34
Individuen und Gemeinschaften	34
Unternehmen	35
Staat	35
Wissenschaft (Forschung und Lehre)	36
Welche Bereiche im Unternehmen sind betroffen?.....	36
IT	36
Geschäftsführung	37
Personal	37
Interne Kommunikation	38
Was muss bei der Umstellung beachtet werden?.....	39
Strategische Handlungsempfehlungen	39
Ganzheitliches Verständnis	41
Umstellung von verschiedenen Bereichen	42
Arbeitsinhalte	42
Arbeitsprozess	43

Arbeitsorganisation	43
Welches interne Knowhow ist notwendig?	43
1. Einsatz von Digitalisierung in Schnittstellen	44
2. Etablierung digitaler Produkte	44
3. Schulungen der Mitarbeiter und Führungskräfte	44
Finden Sie den richtigen Dienstleister!	45

Digitale Transformation

Unsere Gesellschaft ist moderner als je zuvor. Das gilt auch im Hinblick auf die Digitalisierung verschiedener Prozesse im privaten und beruflichen Leben. Die Digitalisierung hat sich in weniger als zehn Jahren durch unsere Gesellschaft gezogen. Angefangen bei der Nutzung vom Computer bis hin zu den großen Datenmengen (Big Data), die heute auf mobilen Endgeräten abgerufen werden können. Nutzer haben die Möglichkeit, rund um die Uhr auf Informationen und Daten zuzugreifen.

Doch nicht nur in der Gesellschaft ist der digitale Trend zu spüren. Auch in Unternehmen werden immer mehr Prozesse digitalisiert. Kunden haben die Möglichkeit, Informationen über Produkte und Dienstleistungen online abzurufen und Mitarbeiter erkundigen sich über neue Arbeitstechniken im Intranet und Online Programmen, die vom Unternehmen eingeführt wurden. Auch die Behörden sind im Netz zu finden und sogar die Steuererklärung kann im Internet ausgefüllt werden. Das digitale Zeitalter betrifft jeden und der Trend wird auch in Zukunft nicht abnehmen.

Es ist daher nur allzu verständlich, dass auch traditionelle Branchen sich der Digitalisierung anschließen. Die Rede ist von der Digitalen Transformation. Unternehmen sehen Chancen und Möglichkeiten darin, im Internet von ihren Kunden gefunden zu werden. Sie können mit bestehenden und zukünftigen Kunden und Geschäftspartnern in Kontakt treten. Kunden hinterlassen Daten, welche Unternehmen für sich zunutze machen können. Es findet eine Digitalisierung von Unternehmen statt.

Aus diesem Grund werden auch intern Prozesse auf die Digitalisierung angepasst. Arbeitsinhalte, Arbeitsprozesse und Arbeitsorganisationen werden neu definiert und Mitarbeiter entsprechend angeleitet. Dies ist keine leichte Aufgabe und stellt eine Herausforderung für jede Branche dar! Kunden suchen und zahlen ihre Produkte kaum noch an der Ladentheke, sondern per Knopfdruck auf dem Smartphone und Tablet. Unternehmen und Organisationen müssen sich umstellen und sich an den digitalen Trend anpassen.

Die Digitalisierung ist im eigentlichen Sinne jedoch nichts Neues mehr, wenn wir einen Blick zurück in die vergangenen Jahre werfen. Und doch fühlen sich immer noch viele Unternehmen vom digitalen Wandel überrumpelt. Die Aufgabe ist es spätestens jetzt, sich an das Kaufverhalten des Kunden anzupassen. Tatsächlich ist es auch bereits der Fall, dass die Mehrheit der Unternehmen ihre Kundenkontakte in Online Netzwerke generiert und auch Geschäftsbeziehungen zu neuen Partnern hier entstehen. Die Digitale Transformation nimmt ihren Gang.

Der Begriff der Digitalen Transformation ist damit in aller Munde und überall zu sehen. Es wird viel darüber gesprochen und doch ist die Definition nur schwer zu finden. 3.140.000 Treffer gibt es derzeit in Google, wenn man nach dem Begriff der Digitalen Transformation sucht. Doch geben wirklich alle Suchergebnisse tatsächlich eine Antwort auf die Frage des Suchenden? Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, Ihnen ein besseres Verständnis zu geben, was es mit der Digitalen Transformation auf sich hat.

Was ist die Digitale Transformation und wo ist sie zu spüren? Wie wird die Digitale Transformation in den verschiedenen Branchen wahrgenommen und wie gehen Unternehmen mit ihr um? All dies erfahren Sie in unserem E-Book. Möchten auch Sie mit Ihrem Unternehmen Teil der Digitalen Transformation werden, sollten Sie sich mit den einzelnen Schritten befassen. Was ist zu tun und wie sieht die Umsetzung aus?

Wir möchten Ihnen mit diesem E-Book aufzeigen, welche Schritte Sie in Ihrem Unternehmen umzusetzen haben und wie Sie schon heute damit anfangen können, Ihre Prozesse zu digitalisieren. Entscheidend ist hierbei vor allem eines: Mitarbeiter und Führungskräfte müssen an einem Strang ziehen!

Was ist die Digitale Transformation?



Die Digitale Transformation umfasst die digitale Vernetzung aller Bereiche von Gesellschaft und Wirtschaft. Es beschreibt ferner die Einführung und Weiterentwicklung von unternehmerischen Prozessen, Strategien und Strukturen sowie die Digitalisierung von Geschäftsmodellen in Unternehmen.

Mithilfe der Digitalen Transformation werden wichtige Informationen gesammelt, analysiert und für zukünftige Prozesse verwendet. Für Unternehmen und Mitarbeiter stehen hier die Vorteile wie Flexibilität, Geschwindigkeit, Qualität, Kostenersparnisse sowie Sicherheit im Mittelpunkt. Durch die Veränderungen entstehen für Gesellschaft und Wirtschaft somit neue Chancen zum Handeln – aber auch Herausforderungen.

Noch immer sind sich viele Unternehmen zwar den großen Vorteilen der Digitalen Transformation bewusst, scheuen sich jedoch vor den Herausforderungen, die diese mit sich bringt. Dennoch stehen die Vorteile im Fokus des Geschehens und immer mehr Unternehmen werden sich darüber klar. Was dann geschieht, ist die Umsetzung selbst, die nicht immer einen leichten Gang hat. Wer sich mit der Digitalisierung seiner Prozesse befasst, benötigt eine gewisse Portion an Flexibilität, Risikobereitschaft sowie einer schnellen Entscheidungsfähigkeit.

Sind die ersten Schritte getan, können Unternehmen auf Fortschritte in Geschäftsmodellen und Geschäftsprozessen hoffen. Diese Bereiche werden gänzlich neu überdacht. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf Kostenaufwendungen und Verfügbarkeit der digitalen Technologien. Das gesamte Unternehmen profitiert von den neuen Prozessen, welche die gesamten Geschäftsabläufe beeinflussen. Ein Großteil der Unternehmen, welche die digitale Transformation für sich beanspruchen, setzt sich zum Ziel, neben der Umsatzsteigerung auch die Kundenerlebnisse zu verbessern. Zudem bestehen klare Wettbewerbsvorteile.

Genau wie Unternehmen passen sich auch Einzelpersonen in ihrem alltäglichen Handeln der Digitalisierung an. Hierzu gehört vor allem der Kauf von neuer Ware, wie z.B. die Umstellung auf E-Books. Doch auch das automatische Ausschalten der Lichtanlage im Eigenheim, das Arbeiten per Cloud oder das Streaming von Filmen gehört zum Teil der Digitalisierung und wird von Unternehmen aufgegriffen. Es wird nach immer mehr Möglichkeiten gesucht, die Kunden mit der Digitalisierung für sich zu gewinnen.

Wenn von der Digitalen Transformation die Rede ist, ist somit nicht der Begriff der Digitalisierung gemeint. Es handelt sich um einen Prozess, der die Digitalisierung in die unternehmerischen Prozesse integriert. Die Digitalisierung selbst beschreibt die Nutzung von Digitaltechnik und Digitalverfahren, die auf Cloud, Big Data, Internet-of-Things-Technologien und mehr beruhen. Mithilfe dieser Mittel ist es den Menschen heutzutage möglich, ihre alltäglichen Aufgaben noch schneller zu erledigen und sich mit anderen auszutauschen.

Die Digitale Transformation betrifft somit jeden von uns. Die schnelle Entwicklung der Technologie geht an niemanden mehr vorbei und dies zeigt sich insbesondere in Gesellschaft und Wirtschaft. Wir befinden uns in einem Zeitalter der Beschleunigung: Es werden stets neue Technologien entwickelt, welche die Basis für wiederum neue Technologien darstellen. Die Digitale Transformation kann somit auch als Änderungsprozess bezeichnet werden, von dem wir im heutigen Alltag betroffen sind.

Viele Vorgänge können heutzutage nur noch mit digitalen Technologien bedient werden. Die treibende Kraft sind hier insbesondere die Kunden. Die Gesellschaft möchte stets alles rund um die Uhr zur Verfügung haben. Dazu gehört die Bereitstellung von Daten, Musik sowie Filmen. Es wird hier zwischen den sogenannten „Enablern“ und „Akteuren“ unterschieden. Die Enabler sind Personen, Unternehmen oder Organisationen, die sich um die Bereitstellung der digitalen Technologien kümmern, wie z.B. Cloud Working, digitale Anwendungen und digitale Infrastrukturen. Auf diese Weise entstehen neue Projekte und Potenziale sowohl für die Enabler als auch die Akteure.

Wer sich die neuen technologischen Prozesse zunutze macht, gilt als Akteur des digitalen Geschehens. Insbesondere für Unternehmen entstehen neue Geschäftsmodelle und digitale Netzwerke. Unternehmerische Prozesse werden von analog auf digital umgestellt. So sehen wir in Unternehmen vermehrt die Vernetzung von internationalen Teams. Es wird grenzenlos und in Echtzeit miteinander gearbeitet. Daten können für Mitarbeiter und Kollegen online zur Verfügung gestellt werden.

Mithilfe der digitalen Transformation sind wir dazu in der Lage, die Wirtschaft und Gesellschaft neu zu sortieren. Es findet eine Veränderung der Geschäftsmodelle und Geschäftsprozesse statt. Die Digitale Transformation sorgt dafür, dass unsere Gesellschaft stets vernetzt ist und wir miteinander arbeiten und kommunizieren können. Das Phänomen der Fortschritte, die mit der Digitalisierung und den sich ständig verändernden Prozessen in Wirtschaft und Gesellschaft einhergehen, kann auf verschiedenen Ebenen betrachtet werden.

Mehr zu den Akteuren haben wir für Sie in einem der nachfolgenden Kapitel erfasst. Nun möchten wir Ihnen zunächst die verschiedenen Bereiche erläutern, die mit der Digitalen Transformation einhergehen.

1. Ständige Verfügbarkeit von Informationen

Die Digitalisierung und Implementierung dieser in das Alltagsgeschehen von Unternehmen und Gesellschaft zeigt sich vor allem in der ständigen Verfügbarkeit von Informationen. Nutzer des Internets und der technologischen Neuheiten haben heutzutage von überall aus die Möglichkeit, auf Daten und Informationen zuzugreifen. Online Plattformen sind stets erreichbar und werden als Informationsplattformen heimgesucht.

Auch Unternehmen nehmen sich diesen Trend an und gehen dazu über, ihre Informationen und Daten in Clouds zur Verfügung zu stellen. Mitarbeiter und Kunden haben hier die Chance, zu jeder Zeit auf die Informationen zuzugreifen und sich miteinander auszutauschen.

Name ↑	Geändert ↓	Nutzer ↓	
Backlinkchecker	--	3 Nutzer	...
Banner	--	2 Nutzer	...
Banner_upload_Für_Seiten	--	3 Nutzer	...
...	--	Nur Sie	...
...	--	2 Nutzer	...
☐ Content_Videos ★	--	Nur Freigeben	...
Dateien Christian Schütz	--	2 Nutzer	Optionen

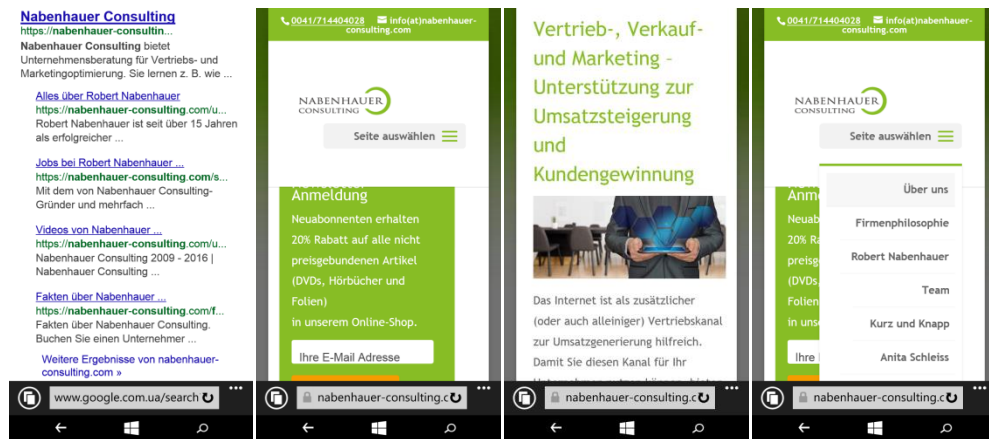
2. Soziales Virtualisieren

Die Kommunikation zwischen Gesellschaft und Unternehmen findet immer öfters online statt. Das reale und virtuelle Leben verschmilzt miteinander und oftmals sind diese kaum noch voneinander zu trennen. Besonders in sozialen Netzwerken wie Xing, Twitter oder Facebook gehen Nutzer dazu über, ihr Leben mit anderen zu teilen. Genau dies nehmen sich Unternehmen zunutze und sehen hier ihre Chance, Kunden und zukünftige Geschäftspartner zu finden.



3. Grenzenlose Mobilität

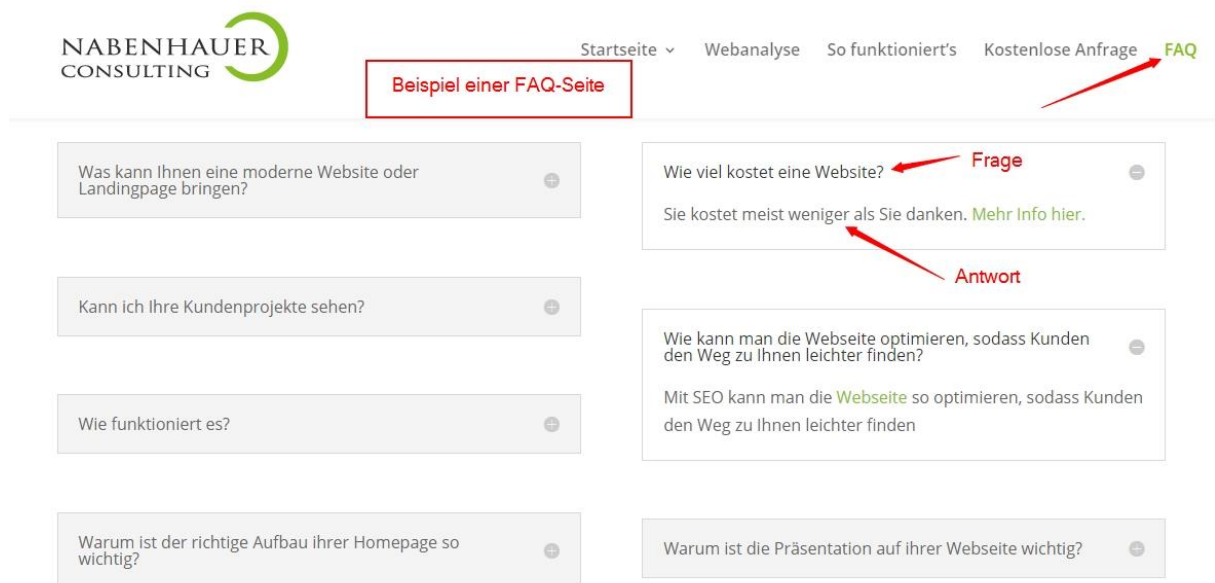
Die Digitale Transformation bringt vor allem eins mit sich: Die grenzenlose Mobilität der Nutzer. Sowohl in Gesellschaft als auch Unternehmen können die Nutzer so flexibel wie noch nie agieren. Von jedem Ort aus können sich Nutzer auf ihren mobilen Endgeräten über Produkte und Dienstleistungen informieren und sich austauschen. Genau dies nehmen sich Unternehmen zunutze und bieten ihre Waren daher auch online an. Dynamische Homepages und Online Shops kommen zum Einsatz!



4. Ständige Erreichbarkeit

Kunden und Unternehmen ziehen an einem Strang: Sie sind ständig erreichbar. Durch die Nutzung von mobilen Endgeräten können Unternehmen jederzeit mit ihren Kunden und Mitarbeitern kommunizieren. Während sich dies für die Kundenbindung sicherlich als vorteilhaft zeigt, bringt die ständige Erreichbarkeit für Mitarbeiter auch Herausforderungen mit sich.

Doch besonders die Chancen werden hier immer wieder hervorgehoben. Dazu gehören vor allem die flexible Arbeitszeit sowie die Ausstattung mit den modernsten Technologien und mobilen Endgeräten, wie Smartphone, Tablet und Laptop. Besonders im alltäglichen Handeln ist dabei ein Fortschritt festzustellen: Kunden und Unternehmen sind nicht mehr auf Telefon-Hotlines angewiesen. Unternehmen gehen vielfach dazu über, Anfragen per E-Mail, FAQ oder Kontaktformular zu bearbeiten.



5. Lokalisierung

Die Lokalisierung ist ein wichtiger Faktor in der Digitalen Transformation. Kunden und Mitarbeiter können mit ihrem Standort gefunden werden. Während dies auf datenschutzrechtlicher Ebene noch immer kritisiert wird, greifen immer mehr Anwendungen auf diesen Dienst zu. Durch die Nutzung der Lokalisierung können Personen und Unternehmen schneller und besser miteinander verbunden werden.

6. Leistungsstarke Technologien

Insbesondere die neuen, leistungsstarken Technologien stehen im Vordergrund des Geschehens. In den letzten zehn Jahren hat die Entwicklung der Technologie so rasant zugenommen, dass Nutzer kaum noch mitkommen. Während an immer neueren Geräten gearbeitet wird, nimmt auch die Kapazität von Rechnern und technologischen Geräten zu. Mithilfe der neuen Technologien können wir auf Basis von GPS den Weg zum nächsten Geschäftstermin finden und das Smartphone per Fingerabdruck freischalten.

7. Dematerialisierung

Gegenstände, die wir bisher in der Hand halten konnten, werden digital dargestellt. Dies gilt insbesondere für Informationen und Inhalte wie Bilder, Geld, Schlüssel und Karten. Unternehmen nutzen die digitalen Prozesse dafür, ihre Produkte in digitaler Form anzubieten (wie z.B. Fahrkarten). Als Plattform werden hier vorrangig Apps genutzt. Fahrkarten können per App gekauft und per QR-Code eingescannt werden.

Auch die Nutzung von smarten Gegenständen wird vermehrt in unseren Alltag integriert. Mithilfe von Integrationsplattformen und Analytics-Datenbanken können wir im Internet miteinander interagieren. Die künstliche Intelligenz wie das Spracherkennungsverfahren macht es möglich, dass Maschinen mit Menschen und Maschinen mit Maschinen arbeiten.

8. Vernetzung

Ein großer Teil der Digitalen Transformation macht die weltweite Vernetzung aus. Soziale Netzwerke werden von Gesellschaft und Wirtschaft genutzt, um sich miteinander auszutauschen. Sowohl Mitarbeiter als auch Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner werden in Prozesse eingebunden. Klassische Branchen werden herausgefordert und müssen neue Wege beschreiten. Nur so können sie mit ihrer Konkurrenz mithalten. Nutzer zahlen nicht nur in Form der Währung, sondern auch mit ihrer Aufmerksamkeit und Daten.



9. Neue Produkte und Positionen

Die schnelle Entwicklung der heutigen Technologien bringt mit sich, dass auch Produkte neu entdeckt und weiterentwickelt werden. Es entstehen neue Produkte, die auf Basis der Daten basieren, welche die Kunden mit Ihrem Nutzerverhalten fördern. Daten werden dazu genutzt, neue technische Geräte zu erarbeiten, wie z.B. Fitnessarmbänder.

Gleichzeitig werden auch neue Positionen in Unternehmen kreiert, wie z.B. der Data Scientist oder Chief Information Officer (CIO). Auch in Zukunft wird die Digitale Transformation weitere Rollen mit sich bringen und neue Arbeitsplätze schaffen.

10. Hohe Transformationsgeschwindigkeit

Die ständig verfügbaren Informationen sorgen dafür, dass Nutzer sich stets weiterbilden und informieren können. Während Mitarbeiter sich per Webinare und auf Online Plattformen weiterbilden, finden Kunden auf den Unternehmensseiten noch vor dem Kauf die gewünschten Details zu Produkten und Dienstleistungen. Es geht somit nicht darum, das größte Unternehmen zu besitzen, sondern besonders schnell zu sein. Besonders kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sollten sich um ihre Transformationsgeschwindigkeit kümmern.

Herausforderungen, Chancen und Risiken

Die Digitale Transformation bringt Chancen und Herausforderungen mit sich. Damit sich die Digitale Transformation auch in Zukunft weiterhin so erfolgreich entwickeln kann, bedarf es einer entsprechenden digitalen Vernetzung und der gewissen Produktion. Durch die Anwendung der Geschäftsmodelle kann dies schnellstmöglich erreicht werden. Geht man davon aus, dass dies stets weitergeführt wird, kann bis zum Jahr 2025 ein Wachstum von 1,25 Billionen Euro erzielt werden. So heißt es immerhin seitens des Bundesverbands der Deutschen Industrie e.V. (BDI).

Durch die Ersetzung analoger Instrumente und Prozesse durch digitale Technologien können Unternehmen ihre Prozesse stets optimieren. Hierdurch verändern sich nicht nur die Prozesse, sondern auch die Faktoren, welche den Fortschritt in Automatisierung und Vernetzung bringen. Kunden können besser erreicht werden und die Kommunikation wird gefördert. Je früher Unternehmen auf den Trend der Digitalisierung aufspringen, umso höher sind die Chancen auf eine erfolgreiche Zukunft in den jeweiligen Branchen.

Während man nun denken könnte, dass die Digitale Transformation etwas völlig Neues ist, so sollten wir genauer hinschauen: Die Digitalisierung hat bereits vor vielen Jahren begonnen und viele Unternehmen sind schon früh damit gestartet, ihre Prozesse und Instrumente zu digitalisieren. Heute geht es jedoch nicht mehr alleine um die Implementierung, sondern um die tiefergehenden Prozesse. So werden Termine und Reservierungen heutzutage per App gebucht, anstatt zum Telefon zu greifen.

Auch das Remote Arbeiten gehört zum aktuellen Trend. Anstatt jeden Tag im Büro anwesend zu sein, nutzen Mitarbeiter Laptop und Smartphone, um sich von unterwegs oder zuhause auf Intranet, Datenraum und E-Mails aufzuschalten. Dies hat eine starke Auswirkung auf das Verhaltensmuster von Kunden. Es gibt jedoch nicht nur Chancen, sondern auch Kritiken und Herausforderungen der Digitalen Transformation. Diese möchten wir im Nachfolgenden erläutern.

Risiken

Es gibt verschiedene Risiken, welche die Digitale Transformation mit sich bringt. Besonders am Anfang der Umstellung kommt es häufig dazu, dass Unternehmen bei der Implementierung der neuen Prozesse scheitern. Die Angst vor dem Scheitern bringt viele Unternehmen dazu, die Digitale Transformation gar nicht erst tiefer anzugehen. Unternehmen sollten die Risiken jedoch vielmehr als Anreiz nehmen, sich neuen Herausforderungen zu stellen. Herausforderungen, die Chancen für die Zukunft bringen.

Manager und Mitarbeiter, die sich mit der Umstellung von analog auf digital beschäftigen, sollten stets mit Bereitschaft und Neugierde bei der Sache sein. Insbesondere die Neugierde sollte nicht wegfallen, wenn es darum geht, etwas Neues zu erlernen. Die Technologie entwickelt sich ständig weiter und es werden immer wieder neue Plattformen geschaffen. Genau aus diesem Grund sollten Unternehmen sich den Risiken vom Versagen stellen und mit einem strukturierten Plan vorgehen.

Als Ziel können Unternehmen sich die Automatisierung ihrer Prozesse nehmen. Während insbesondere Maschinen und höhere Umsätze in den Mittelpunkt rücken, verlieren Führungskräfte den Schwerpunkt des unternehmerischen Alltagsgeschehens: Die Mitarbeiter. Der Fokus auf den Menschen wird bei der Umsetzung auf die Digitale Transformation verkleinert und Unternehmen gehen das Risiko ein, den Wert des Menschen zu verlieren. Genau hier liegt wohl das größte Risiko, dessen sich Unternehmen vorab nur selten bewusst sind.

Damit in der Umstellung weder Prozesse noch der Mitarbeiter als wichtigstes Glied im Unternehmen verloren gehen, sollten sich Führungskräfte mit der Fokussierung auf die verschiedenen Faktoren im Vorfeld beschäftigen. Wo sehen Sie sich mit Ihrem Unternehmen und wo stehen Sie aktuell?

Herausforderungen

Besonders der Mittelstand wird von der Digitalen Transformation herausgefordert. Das liegt vor allem daran, dass sich die Geschäftsführung in der älteren Region befindet und meist kurz vor der Pension steht. Die Digitale Transformation zieht an ihnen oftmals vorbei und wird nur selten von ihnen in das Tagesgeschäft implementiert. Es bedarf hier daher einem gewissen frischen Wind von außen und mittelständische Unternehmen gehen dazu über, sich um junge Nachfolger zu bemühen.

Auch wenn der Erfolg noch stimmt, sollten sich Unternehmen dennoch mit der Digitalisierung befassen und ihre Prozesse anpassen. In Deutschland gibt es bereits viele Regionen, die das Arbeiten für junge Leute in ihren Unternehmen bewerben und interessant machen. Die größte Herausforderung mag hier unter anderem sein, dass es sich bei den mittelständischen Unternehmen zwar um erfolgreiche Betriebe handelt, von denen jedoch nur selten jemand etwas gehört hat.

Oftmals wissen die deutschen Mittelstandsunternehmen gar nicht, wie sie mit den schnellen digitalen Veränderungen umgehen sollen. Schon bei den ersten Schritten kommen Unternehmern ins Stolpern. Hinzu kommen Hindernisse wie der entsprechende Datenschutz, eine mangelnde IT-Kenntnis der Mitarbeiter sowie anfallende Betriebskosten. Noch immer ist es häufig der Fall, dass ein Großteil der KMUs auf die Anwendung altbewährter Systeme zurückgreift.

Während erfolgreiche Firmen bereits auf die Digitale Transformation umgeschaltet haben, bewegen sich andere Unternehmen noch immer auf den altbewährten Kanälen. Anstatt die neuen Geschäftsfelder sowie die Chancen der Globalisierung zu erkennen und für sich zu nutzen, werden diese noch immer von vielen Unternehmen ignoriert. Es ist dabei die Aufgabe der Geschäftsführung, bestimmte Risiken einzugehen und die entsprechenden Schritte zu tätigen. Es sollte keine Angst davor bestehen, neue Geschäftsfelder zu begründen und Veränderungen sollten mutig angegangen werden.

Besonders Führungskräfte müssen sich daher der Aufgabe stellen, ihre Komfortzone zu verlassen und sich den neuen Herausforderungen stellen zu können. Insbesondere die IT-Kompetenz gehört zu einem der wichtigsten Felder, welche Unternehmen gezielt angehen sollten. Sowohl auf Mitarbeiter- als auch auf Führungsebene müssen die Prozesse der

Digitalisierung angepasst werden. Nur so können die Herausforderungen der heutigen Zeit bewusst angegangen werden.

Es bedarf jedoch nicht nur der Vermittlung des gewissen IT-Knowhows, sondern auch die Einstellung und Entwicklung entsprechender Fachkräfte. Die Digitale Transformation bringt mit sich, dass neue Rollen geschaffen werden, die das Geschäft zukunftsorientiert voranbringen können. Es sollte daher bewusst eine Unternehmenskultur geschaffen werden, in der sich Mitarbeiter und Führungskräfte wohlfühlen. Besonders eine Strategie für das gesamte Unternehmen stellt hierbei die größte Herausforderung dar. Dies betrifft speziell den Ausbau der Maßnahmen, die bereichsübergreifend wirken.

Werfen wir einen Blick auf die verschiedenen Märkte und Bereiche, wird schnell klar, dass die Digitale Transformation überall aktiv zu spüren ist. Während die Geschäftsführung in vielen Unternehmen sich noch immer mit der Implementierung der digitalen Prozesse schwer tut, liegt die größte Herausforderung wohl in der IT-Abteilung. Sie muss den Mitarbeitern neue Wege aufzeigen und die neuen digitalen Betriebsmodelle so transparent wie möglich gestalten.

Doch auch IT-Unternehmen selbst geraten immer weiter unter Druck, ihren Kunden die entsprechende Hardware und Software anbieten zu können. Insbesondere das Cloud Computing stellt heutzutage einen weiten Bereich des digitalen Arbeitens dar. Dieses Arbeitsverhalten wird sich auch in Zukunft entsprechend weiterentwickeln und besonders junge Unternehmen werden von den Vorteilen profitieren können. Denn diesen fällt es in der Regel einfacher, neue IT-Landschaften zu entdecken und ihre Prozesse entsprechend zu verändern.

Auch die Umstellung in den Köpfen der Mitarbeiter zeigt sich als keine einfache Aufgabe. Unternehmen sollten einen entsprechenden Plan zurechtlegen, denn es handelt sich hierbei um eine der schwierigsten Positionen des Strukturierungsprozesses. Dies liegt vor allem daran, dass eine neue Kultur geschaffen werden muss. Cloud-Modelle werden implementiert, einzelne Betriebsprozesse angepasst und der Erfolg des Unternehmens darf hierbei nicht auf der Strecke bleiben.

Genau hier kommen Schulungen und Trainings zum Einsatz. Mitarbeiter werden herausgefordert und müssen sich somit den neuen Business Modellen stellen. Viele Unternehmen gehen gleichzeitig dazu über, dass sie ihre Prozesse auch im Hinblick auf das Bestell- und Einkaufsverfahren verändern. So werden dem Kunden zukünftig verschiedene Modelle angeboten, aus denen er Einzelaufträge oder Sammelaufträge bestellen kann. Mitarbeiter müssen an diese neuen Modelle angepasst und langsam herangeführt werden.

Während das Management sich mit dieser Aufgabe beschäftigt, darf währenddessen das Tagesgeschäft nicht vergessen werden. Genau aus diesem Grund sollten sich Unternehmen einen gut durchdachten Plan zurechtlegen, um die Digitale Transformation anzugehen. Die Firmenstrukturen müssen tief angepasst werden und jeder Mitarbeiter sollte von den neuen Prozessen begeistert werden. Faktoren wie Geschwindigkeit, Agilität und Flexibilität stehen hier im Vordergrund.

Zu allerletzt bringt die Digitale Transformation jedoch vor allem eines mit sich: Mehr Wettbewerb. Die Konkurrenz wird steigen und insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen müssen es sich zur Aufgabe machen, die Zeichen der Zeit zu erkennen.

Chancen

Während sich noch immer viele Unternehmen an den Herausforderungen aufhalten, erkennen erfolgreiche Betriebe die Chancen, welche die Digitale Transformation mit sich bringt. Neue Strategien und Organisationen werden begründet und in das Alltagsleben von

Unternehmen verankert. Hier spielen insbesondere Instrumente wie Cloud Working, Mobility und Social Media eine wichtige Rolle. Wer diese Instrumente so schnell wie möglich für sich nutzt, kann zukunftsorientiert die nächsten Schritte nach vorne beschreiten.

Wie wir in den letzten Jahren sehen konnten, handelt es sich bei der Digitalisierung jedoch nicht um ein einmaliges Geschehen. Es ist ein dauerhafter Prozess, der mit den Veränderungen von Geschäftsmodellen und Geschäftsprozessen einhergeht. Macht sich die Geschäftsführung die neue Aufgabe zunutze, können mithilfe der neuen Technologien neue Wege gegangen werden (z.B. Kundenbestellungen per App).

Die fünf wichtigsten Chancen der Digitalen Transformation sind:

1. Digitalisierung der Administration

Durch das Digitalisieren von Papierarbeiten wie Rechnungen und Urlaubsanträge können wichtige Ressourcen geschont werden. Besonders in der Buchhaltung, Verwaltung und Administration sowie auch in Einkauf und Vertrieb werden die Prozesse immer häufiger auf die Digitalisierung abgestimmt. Auch führt dies dazu, dass mobile Endgeräte mit dem Firmennetz in Verbindung treten und die gespeicherten Dokumente und Daten jederzeit einsehen können. Während große Konzerne bereits mehrfach in diese Richtung gehen, können KMUs noch immer etwas dazulernen.

2. Umsatzerhöhung

Mithilfe der Digitalen Transformation können Unternehmen nicht nur den Interessenten und Kunden schneller erreichen, auch werden Umsätze auf diese Weise erhöht. Dies liegt vor allem daran, dass die technologischen Prozesse die bisherigen Prozesse verbessern und beschleunigen. Auf diese Weise lassen sich neue Zielgruppen erschließen und auch Randgruppen können besser angesprochen werden.

3. Schnellere Verarbeitung von Daten

Die Digitale Transformation bringt vor allem eins mit sich: Eine schnellere Verarbeitung von Daten. Unternehmen können ihre Entscheidungen noch besser treffen, wenn die Daten an einem Ort gebündelt und aufgerufen werden können. Während Programme sich mit der Analyse und Auswertung der Daten befasst, können Statistiken durchgeführt werden, mit denen Unternehmen einen Blick über die aktuellen Prozesse erhalten.

Insbesondere im Hinblick auf Kundendaten profitieren Unternehmen von der Implementierung der Digitalisierung. So werden Kundendaten gesammelt und für Vorhersagen von Managern genutzt. Die Rede ist von den sogenannten Big Data, die besonders in den letzten Jahren immer häufiger vertreten sind. Mithilfe von Big Data und der Datenauswertung von Nutzern kann auch das Verhalten der Nutzer auf Unternehmensebene noch besser verstanden werden.

Übersicht	Aktivität	Roadmap	Backlogs	Releases	Tickets	Neues Ticket	Gantt-Diagramm	Agiles Projektmanagement	Wiki	Dateien	Projektarchiv	Konfiguration
Dateien												
Datei	Datum	Größe	D/L	MD5								
48abd1b3f5452995d995eb78a77013c8.zip	24.03.2017 17:51	2,06 MB	4									
Briefing_	13.02.2017 22:33	9,71 KB	12									
Briefing_	13.02.2017 22:34	9,7 KB	6									
Briefing_	13.02.2017 22:34	9,7 KB	6									
Briefing_	13.02.2017 22:34	9,7 KB	2									
Fragen-L	09.02.2017 15:41	9,69 KB	3									
Fragen-S	09.02.2017 15:41	9,69 KB	4									
Grundpri	18.03.2017 12:43	15,1 KB	10									
Keywordset	13.03.2017 11:54	2,44 KB	1									
Keywordset	10.04.2017 08:32	5,52 KB	0									
Keywordset	10.04.2017 08:32	7,26 KB	0									
Keywordset	10.04.2017 08:34	6,07 KB	0									
Keywordset	10.04.2017 08:25	3,95 KB	2									
Keywordset	10.04.2017 08:34	8,07 KB	3									
Keywordset	10.04.2017 08:37	3,93 KB	0									
Keywordset	10.04.2017 08:37	3,15 KB	0									
Keywordset	10.04.2017 08:37	4,26 KB	0									
Keywordset	10.04.2017 08:33	3,02 KB	1									
Keywordset	13.03.2017 11:54	7,17 KB	4									
Keywordset	13.03.2017 11:54	3,48 KB	5									
Keywordset	10.04.2017 08:25	3,52 KB	1									
Keywordset	10.04.2017 08:39	5,09 KB	1									
Keywordset	10.04.2017 08:37	10,7 KB	2									
Keywordset	13.03.2017 11:54	1,92 KB	3									

4. Niedrigere Betriebskosten

Durch die Implementierung der digitalen Prozesse können diese allgemein noch schneller ablaufen. Je neuer die Technologie ist, umso besser können die Systeme betrieben werden. Unternehmen sollten daher stets auf die Aktualität ihrer Software und Hardware achten und schauen, dass diese miteinander übereinstimmen. Während die neuesten Technologien genutzt werden, können die allgemeinen Betriebskosten und Ausgaben sinken.

Viele Unternehmen profitieren von den niedrigen Kosten, wie z.B. im Gesundheitssektor. Durch die Überwachung der Patienten mit neuen technischen Tools können die Kosten relativ niedrig gehalten werden. Auch in der Energiebranche kommen gewisse Tools wie der Smart Meter ins Spiel, welcher die Zählerstände abliest, ohne direkt vor Ort zu sein. Vor allem am Arbeitsplatz findet die Digitalisierung statt und bringt hier bestimmte Vorteile mit sich.

Durch die Digitalisierung von gewissen Prozessen können die alltäglichen Kosten reduziert werden. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die Verwaltung. Doch auch mit Blick auf die IT-Ausstattung kann für die Sicherheit und die einzelnen Tools einiges getan werden: Einzelne Vorgänge können schneller und sicherer bearbeitet werden.

5. Bessere Vernetzung

Lieferanten und Kunden können dank der Digitalisierung im Unternehmen noch besser erreicht werden. In erfolgreichen Unternehmen findet die Kommunikation mit Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern immer häufiger online und auf Basis von sozialen Netzwerken ab. Wichtige Daten und Dateien werden auf Online Plattformen wie Cloud, Intranet oder auf der unternehmerischen Homepage zur Verfügung gestellt. So können externe Parteien rund um die Uhr und von jedem Ort auf die Daten zugreifen und in Echtzeit abrufen. Die drahtlose Vernetzung sorgt dafür, dass die Daten stets eingesehen werden können.

The screenshot shows a Jira task card titled "Landingpage Text". It includes fields for status (Backlog), priority (Blocker), assignee (Igor), and progress (0%). The description field contains the text "Text für die Landingpage (/)". Below the description is a section for sub-tasks and tickets. The history section shows a list of updates, including changes in status and assignee. Red arrows point to the title "Landingpage Text" (labeled "Aufgabe vom Kunden"), the description field (labeled "Aufgabenbeschreibung"), and a comment in the history section (labeled "Kundenantwort").

Vorteile der Digitalen Transformation

Viele Unternehmen fühlen sich von der Digitalen Transformation bedroht. Häufig kommen die negativen Ansätze daher, dass das nötige technische Wissen noch nicht vorhanden ist und auch ein Datenverlust möglich ist. Genau aus diesem Grund möchten Unternehmen weitestgehend eine große Investition in neue Technologien vermeiden. Die Vorteile der Digitalen Transformation geraten in den Hintergrund und werden von vielen komplett missachtet.

Gleichzeitig verpassen Unternehmen die Chance, die zahlreichen Vorteile zu nutzen, welche die Digitale Transformation mit sich bringt. Schon die Einrichtung einer dynamischen Website zeigt den Besuchern, dass es sich um ein modernes Unternehmen handelt, das mit der aktuellen Technologie vertraut ist. Mittels der Website sowie per E-Mail und sozialen Netzwerken kann die Kommunikation weiter in den Mittelpunkt des Geschehens gerückt werden. Erfolgreiche Unternehmen zeigen sich auf diese Weise nicht nur als innovativ und modern, sondern sind auch rund um die Uhr für ihre Kunden erreichbar.

Bessere Kundenbindung

Das Vertrauen wird auf diese Weise gestärkt und die Kundenbindung noch weiter vertieft. Wo früher persönliche Gespräche oder lange Telefongespräche nötig waren, können heute wichtige Kundenfragen schnell per Skype, E-Mail oder WhatsApp beantwortet werden. Je besser das digitale Bild des Unternehmens für den Kunden, umso mehr Vertrauen baut dieser auch auf. Das Unternehmen zeigt sich als innovativ und stets lernbereit. Kunden sehen Unternehmen mit moderner Homepage und einem Kundencenter somit als Unternehmen, das sich für keine Veränderungen zu schade ist.



Erweiterung der Zielgruppen

Durch das aktive Leben in der Online Welt wie durch die Erstellung einer Homepage oder eines Online Shops können Unternehmen nicht nur die Kommunikation mit ihren Kunden verbessern. Auch kann der Kundenkreis deutlich erhöht und neue Zielgruppen angesprochen werden. Während es vor wenigen Jahren noch üblich war, lokal zu werben, können Unternehmen nunmehr vielfach dazu übergehen, Ihre Produkte und Dienstleistungen auch national oder international anzubieten.

Besseres Kundenerlebnis

Auf diese Weise wird nicht nur die konkrete Umsatzsteigerung angegangen, sondern auch die Verbesserung des Kundenerlebnisses. Kunden können besser an das Unternehmen gebunden werden und die Effizienz in Unternehmen steigt deutlich an. Dies liegt insbesondere daran, dass neue Produkte und Dienstleistungen dank der technischen Fortschritte entwickelt werden können. Aus diesem Grund sollten sich Unternehmen vorab eine gezielte Strategie zurechtlegen, wie sie Produktpalette und Portfolio erweitern können. Diese Faktoren können auch unter dem Bereich der Produktentwicklung zusammengefasst werden.

Die Schnittstellen zwischen Unternehmen und Kunden sind nie enger gewesen. Es bestehen heutzutage zahlreiche Möglichkeiten, nahtlos in die engere Kommunikation mit dem Kunden in Kontakt zu treten. Unternehmen haben somit die Chance, sich vom Wettbewerb abzuheben und das Kaufverhalten der Kunden zu analysieren. Es können hieraus wertvolle Ergebnisse für die weitere Kundenbindung, Kundenbetreuung sowie den Vertrieb gewonnen werden.

Die Analysen finden mithilfe von entsprechenden Analysetools statt, die auf hohen Rechenkapazitäten beruhen. Produkte, Kundenerwartungen und Kaufhandlungen können auf diese Weise bis ins Detail ausgewertet und für zukünftige Prozesse verwendet werden. Der Kunde rückt hier wieder in den Fokus des Geschehens. Des Weiteren können sich Unternehmen neue Entwicklungen im Hinblick auf digitale Angebote erschließen. Auf diese Weise werden neue Märkte beschritten und es findet eine gewisse Diversifikation statt.

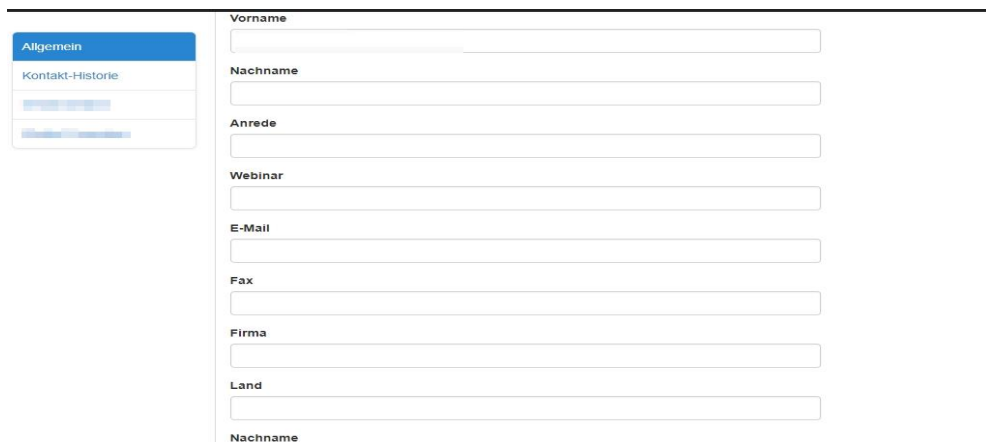
Einen besonders hohen Stellenwert hat hier sicherlich Social Media. Damit die Kundeninteraktion noch intensiver gestaltet werden kann, sollten sich Unternehmen daher mit den verschiedenen Social-Media-Kanälen befassen und schauen, wo sie ihre Zielgruppe finden.

Die Social-Media-Aktivitäten zwischen Kunden und Unternehmen haben insbesondere in den Bereichen Innovation, Kundenservice, Markenwert, Transaktionen und Kundenwissen einen ausschlaggebenden Charakter:

- **Innovation:** Das neuartige Mitspracherecht der Kunden führt dazu, dass Kunden sich an der Produktgestaltung beteiligen. Von Kommentar- und Nachrichtenfunktionen auf Facebook, Xing und Twitter können Kunden ihr Feedback zum Produkt innerhalb weniger Sekunden an die gesamte Welt mitteilen. Durch das gesammelte Feedback kann das Unternehmen seinen Innovationserfolg steigern.
- **Kundenservice:** Durch das erlernte Wissen für die Nutzung der neuen Technologien im Hinblick auf die verschiedenen Online Services können Unternehmen rund um die Uhr Kundenanfragen zur Verfügung stellen.
- **Markenwert:** Unternehmen können auf Basis von Social Media eine bessere Verbindung zum Kunden aufbauen. Auf diese Weise steigt nicht nur die Kundenbindung selbst, sondern auch der Markenwert.
- **Transaktionen:** Durch die Digitalisierung der Verkaufsprozesse wird das Vertriebsvolumen gesteigert. Ferner ist es möglich, Streuverluste zu vermeiden, indem exakte Angebote kreiert werden.

#	Aktionen	Datum	Zeit	Bestell-ID	Tr-ID	Transaktionstyp	Umsatz betrag	Bezahlmethode	Abrechnungstyp
1.		05.08.2018	01:56			Zahlung	96,39 €	Kreditkarte	Abonnement
2.		05.08.2018	00:56			Zahlung	64,00 €	PayPal	Ratenzahlung
3.		05.08.2018	00:07			Zahlung	82,11 €	PayPal	Abonnement
4.		03.08.2018	00:36			Zahlung	82,11 €	PayPal	Abonnement
5.		02.08.2018	20:16			Zahlung	199,33 €	PayPal	Einmalzahlung
6.		02.08.2018	03:17			Zahlung	20,23 €	Lastschrift	Abonnement
7.		02.08.2018	01:15			Zahlung	20,23 €	PayPal	Abonnement
8.		02.08.2018	00:41			Zahlung	29,08 €	PayPal	Ratenzahlung
9.		02.08.2018	00:26			Zahlung	82,11 €	PayPal	Abonnement
10.		01.08.2018	12:36			Zahlung	43,08 €	Kreditkarte	Einmalzahlung
11.		01.08.2018	00:44			Zahlung	44,00 €	Kreditkarte	Ratenzahlung
12.		31.07.2018	00:02			Zahlung	82,11 €	PayPal	Abonnement
13.		30.07.2018	09:22			Rückgabe	-22,61 €	PayPal	Abonnement
14.		27.07.2018	00:06			Zahlung	20,23 €	Kreditkarte	Abonnement
15.		25.07.2018	23:38			Zahlung	8,33 €	PayPal	Ratenzahlung

- **Kundenwissen:** Durch die Ansammlung und Auswertung von Kundendaten kann sich das Unternehmen ein besseres Bild vom Kunden machen. Auf diese Weise lässt sich das Angebot von Produkten und Dienstleistungen noch besser auf den Kunden anpassen und der Kunde rückt wieder in den Fokus des Geschehens.



The image shows a web interface for a customer profile. On the left is a sidebar with a menu containing 'Allgemein' (highlighted in blue) and 'Kontakt-Historie'. The main area contains a form with the following fields: Vorname, Nachname, Anrede, Webinar, E-Mail, Fax, Firma, Land, and a second Nachname field at the bottom.

Automatisierung von Vertriebsprozessen

Eines der größten Vorteile der Digitalen Transformation stellt die Automatisierung von Vertriebsprozessen dar. Aufgrund der Wichtigkeit dieses Aspekts haben wir diesem Thema ein eigenes Kapitel gewidmet. Die Automatisierung greift in den verschiedenen Unternehmensprozessen und umfasst sowohl Marketing als auch den Support sowie weitere Abteilungen.

Insbesondere im Bereich des Vertriebs kann es mithilfe von automatisierten Verfahren zu besseren Ergebnissen in den Werbekampagnen kommen. Oft verbringen Unternehmen zu viel Zeit mit der Durchführung und Planung der Kampagnen. Und auch die Kundengewinnung und Vertriebsanbahnung gelingt oft nicht so wie gewünscht. Genau hier kommt die Automatisierung zum richtigen Zeitpunkt, denn sie verbessert nachhaltig und effizient die einzelnen Vertriebsprozesse.

Durch die automatisierten Vertriebsprozesse können Unternehmenserfolge langfristig gewährleistet werden. Tools wie soziale Netzwerke sind bestens dafür geeignet, Routineaufgaben abzugeben und die entsprechenden Informationen an die Zielgruppe und weitere Interessengruppen zu bringen. Dieser Weg ist nicht nur effizient, sondern sorgt auch dafür, dass sich neue Zielgruppen erschließen und neue Kunden angezogen werden.

Insbesondere im Bereich vom Außendienst kann die Automatisierung viele Vorteile mit sich bringen. Stellen Sie sich vor, einer Ihrer Mitarbeiter läuft bereits wochenlang einem Gesprächspartner hinterher. Er ist einfach nicht erreichbar und Ihr Mitarbeiter steckt eine Menge Energie in die Versuche, den potentiellen Kunden zu erreichen. Nach geraumer Zeit (mehreren Wochen oder Monaten) erreicht er ihn nun. Der Gesprächspartner erklärt ihm mit wenigen Worten zu verstehen, dass er kein Interesse hat. Der Aufwand in diesem Fall ist immens und kann durch die automatisierten Prozesse, wie z.B. von Nabenhauer Consulting, abgelöst werden.

Oft ist es auch der Fall, dass sich viele Geschäftsprozesse wiederholen. Genau hier greifen verschiedene Software Programme ein und nehmen die zeitaufwendige Routinearbeit ab. Mithilfe von spezifischen Anwendungen und Programmen können wiederkehrende Workflows schneller bearbeitet werden. Mitarbeiter können sich auf ihre Kernaufgaben fokussieren und die Zeit für wertvollere Tätigkeiten nutzen.

Die automatisierten Abläufe werden auch als PreSales Marketing bezeichnet. Das Vorgehen zeichnet sich durch die Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle aus. Mithilfe des PreSales Marketings können innerhalb kurzer Zeit mehrere tausend Kontakte gleichzeitig angeschrieben werden. Anstatt somit jede E-Mail selbst zu verfassen und abzusenden, können Sie diese Prozesse zukünftig automatisieren lassen. Dies gilt sowohl für den Versand von E-Mails, Newslettern als auch Twitter-Nachrichten.

Allgemein Kontakt-Historie E-Mail senden Fishes Forensics	14.01.2019 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » Customer als Bestandteil PSM (Elemente der Test- & Release-Programme) » wird ausgeführt werden
	13.08.2018 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » AVL Lead: Kunden-Selbststudie » wird ausgeführt werden
	07.04.2018 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » Gratis-Counselling AVL » wird ausgeführt werden
	19.03.2018 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » Der Profikurs: Marketing Kundenmanager - 20 Jahre » wird ausgeführt werden
	12.03.2018 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » AR - Erste Einladung zur Profis-Lounge » wird ausgeführt werden
	19.02.2018 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » GIL - SMC - (Spende mit persönlichem Brief) » wird ausgeführt werden
	04.02.2018 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » GIL Follow up für SMC-Webinar » wird ausgeführt werden
	29.01.2018 18:52:16	Zukünftige Ausführung	E-Mail » Socialmedia C&C-Präsentation Mail 1 - C&C Mail Tag: Dynamische Webseiten » wird ausgeführt werden
	18.01.2018 18:53:12	Zukünftige Ausführung	E-Mail » Mail 2 » wird ausgeführt werden

Versanddatum (mit Pfeilen auf die ersten drei Zeilen)

Newslettername (mit Pfeilen auf die letzten drei Zeilen)

Moderne, innovative Unternehmen haben bereits auf automatisierte Geschäftsprozesse umgestellt. Standardvorgänge werden nun nicht mehr von Mitarbeitern zeitaufwendig bearbeitet, sondern von Unternehmenssoftware dargestellt. Von der Buchhaltung über die Dokumentbearbeitung und dem Projektmanagement bis hin zum Vertrieb werden die Prozesse immer öfters automatisiert. Mitarbeiter werden von lästigen Routineaufgaben entlastet und Sie schaffen im Unternehmen Zeit und Raum für mehr Wachstum.

Letztendlich sollten Sie jedoch auch Ihren Kunden nicht vergessen. Dieser verlässt sich bei der Entscheidungsfindung auf die diversen digitalen Angebote. Immer häufiger vertraut der Kunde bei seiner Kaufentscheidung den zuverlässigen Informationen des Anbieters. Genau hier können Sie mit schnellen und kompetenten Angeboten sowie einer zuverlässigen Vernetzung punkten. Dies ist nur mit der Vernetzung mit den kundenbezogenen Details auf allen Kanälen möglich.

Dank der Automatisierung von Vertriebsprozessen können Unternehmen die Daten in entsprechender Qualität sammeln und nutzen. Auf diese Weise können die Bedürfnisse der Kunden noch schneller erfüllt werden. Hierbei ist darauf zu achten, dass die Bedürfnisse möglichst schnell erreicht werden, damit der Wettbewerb hier nicht vorgreift. Mit den richtigen Strategien in Vertrieb und Marketing sowie der Automatisierung von Prozessen schaffen Sie neue Möglichkeiten!

Welche Vorteile die Automatisierung von Vertriebsprozessen noch mit sich bringt, möchten wir Ihnen im Folgenden aufzeigen:

1. Schnelle Reaktionsmöglichkeiten

Damit Sie auf Kundenanfragen möglichst schnell reagieren können, können Sie mithilfe vom Autoresponder Ihre Antworten vordefinieren lassen. Per Autoresponder wird die Antwort an den Empfänger vorbereitet und versendet. Der Versand geschieht dann, sobald Sie eine Anfrage vom Kunden erhalten. Durch die Automatisierung von E-Mails werden Kunden über die Erreichbarkeit des Kundenservice informiert.

Sicherlich kann die Einrichtung vom Autoresponder nicht den persönlichen Kontakt zum Kunden ersetzen. Dennoch nimmt dieser Service Unternehmen und Mitarbeitern eine Menge Arbeit ab. Es bedarf hier lediglich der Einrichtung der speziellen Software. Auch im Hinblick auf Trainingsprogramme und E-Books können die Autoresponder eingesetzt werden, um wertvolle Arbeitsressourcen zu sparen.

Häufig werden zudem auch Follow-Up-Autoresponder eingesetzt, mit denen die Empfänger regelmäßig über neue Informationen zu Unternehmen und Produkten versorgt werden. Die E-Mails werden besonders gerne dazu genutzt, die Leser über spezielle Angebote zu informieren und sie zum Kauf von Produkten oder Dienstleistungen zu verleiten. Letztendlich handelt es sich beim Autoresponder um ein wertvolles Tool, welches über bestimmte Produkte und Neuigkeiten informieren kann.

2. Automatisches Angebotsnachfassen

Bleiben wir noch etwas beim E-Mail-Marketing und schauen uns an, welche Vorteile die automatisierten E-Mails im Hinblick auf Angebote haben. Neben der schnellen Reaktionsmöglichkeit können Unternehmen bei Angeboten besser nachfassen. So können E-Mails, die einmal angelegt wurden, für andere Kunden automatisch verwendet und versendet werden.

Die Automatisierung von E-Mails wird auch gerne für den Versand von Newslettern und zur Nachfrage eines gemachten Angebots eingesetzt. Hat der Kunde das Angebot vorliegen, aber noch nicht darauf geantwortet, können automatisierte E-Mails nachfassen. Die E-Mails können durch die Software in regelmäßigen Abständen an den Empfänger geschickt werden. Auf diese Weise wird der Kunde an das Angebot erinnert und die Wahrscheinlichkeit steigt, dass er reagiert.

Bei der E-Mail Marketing Automatisierung sollten es Unternehmen jedoch nicht verpassen, in den direkten Dialog mit Interessenten und Kunden zu treten. Die E-Mails sollten auf das vorherige Angebot passen. Ein Beispiel: Sie haben Ihrem Kunden zum Geburtstag einen Gutschein geschenkt, den er bislang noch nicht eingelöst hat. Sie können nun mit einer automatisierten E-Mail alle Kunden ansprechen, die ihre Gutscheine noch nicht eingelöst haben.

Damit Sie entsprechende E-Mails versenden können, bedarf es natürlich einer grundlegenden Wissensbasis über die richtigen Daten der Kunden. Die Daten werden im Dokumentenmanagementsystem oder Kundendatenbanken hinterlegt und die Software zum Versenden der E-Mails greift hierauf zurück.

ID	Name	Simulation	gesendet	geöffnet	geklickt	Conversions	Status
36558	Mail 1 Herzlich Willkommen beim Partnerprogra...	01.02. 12:00:00	4984	7287	1166	0	Aktiv
36560	Mail 2	04.02. 12:00:00	4964	5733	798	0	Aktiv
36561	Mail 3	10.02. 12:00:00	4771	4046	481	0	Aktiv
36562	Mail 4	17.02. 12:00:00	4627	3744	180	0	Aktiv
79227	AR Affiliates Sub Affiliates 2	24.02. 12:00:00	4252	2899	724	0	Aktiv
40090	Interview machen	17.03. 12:00:00	4262	2551	600	0	Aktiv
38095	Gastartikel zur Verfügung stellen	07.04. 12:00:00	4127	2944	620	0	Aktiv
61742	Interview machen - nicht Öffner	14.04. 12:00:00	2511	401	91	0	Aktiv
38158	weitere Produkte vorstellen	28.04. 12:00:00	3926	2278	535	0	Aktiv
61743	Gastartikel zur Verfügung stellen - nicht Ö...	05.05. 12:00:00	2467	534	134	0	Aktiv
38159	Gastartikel bei uns im Blog hinterlegen?	19.05. 12:00:00	3789	1799	202	0	Aktiv
38162	weitere Ideen	02.06. 12:00:00	3690	1976	301	0	Aktiv
61747	Gastartikel bei uns im Blog hinterlegen? - ni...	16.06. 12:00:00	2472	398	67	0	Aktiv

3. Bessere Kundengewinnung

Ein besonders wichtiges Marketing-Instrument ist die Nutzung von Social-Media-Kanälen. Wer sich für ein soziales Netzwerk entscheidet, sollte ein gewisses Ziel vor Augen haben, wie z.B. dem Aufbau einer Gruppe oder der Vermarktung eines Produkts. Viele Unternehmen legen sich hierzu ein Zeitkontingent zurecht. Oftmals ziehen sich diese Prozesse jedoch in die Länge.

Damit der Aufbau von Kontaktgruppen oder die Vermarktung des Produkts schneller geschieht, werden automatisierte Vorgänge eingesetzt. Lassen Sie uns hierzu XING als Beispiel nehmen: Damit Sie Ihre Gruppe noch schneller vergrößern können, gibt es verschiedene Tools. So können Sie Ihre Suchaufträge beispielsweise automatisieren lassen. Sobald sich neue Mitglieder registrieren, die dem gewünschten Profil entsprechen, erhalten Sie eine E-Mail-Benachrichtigung.

Durch die automatisierten Suchaufträge können Sie Interessenten und Kunden noch einfacher finden und Ihr eigenes Netzwerk schneller und effektiver erweitern. Die automatisierten Marketingprozesse unterstützen Sie dabei in jeglicher Form, Ihre Ziele mit einem möglichst geringen Einsatz zu erreichen. Auch lernen Sie Ihre Interessenten besser kennen und können mit diesen leichter kommunizieren.

The screenshot displays the XING search interface. At the top, there are navigation tabs: Mitglieder, Jobs, Events, News, Gruppen, and Unternehmen. Below these is a search bar containing the text "z. B. 'Max Mustermann, München'" and a green "Suchen" button. To the right of the search bar is a link "Tipps für Ihre Suche". Below the search bar is a grid of filter fields: Name, Unternehmen, Land, Position, Branche, Bundesland, Ich biete, Tätigkeitsfeld, Ort, Ich suche, Hochschulen, and PLZ. At the bottom left, there is a button "Suchauftrag anlegen" with a red arrow pointing to it. At the bottom right, there is a link "Weniger Suchoptionen". On the far right edge, there is a vertical "Feedback" button.

4. Automatische Kundenberatung

Jeder Vertriebler ist besonders stark von dem Faktor Zeit getrieben. Die Zeit bzw. das Timing ist wichtig, um Kunden zum passenden Zeitpunkt mit der richtigen Nachricht abzuholen. Besonders im stetig steigenden Wettbewerb müssen Unternehmen hier genauer hinschauen und wissen, wie sie ihre Kunden erreichen. Mithilfe der automatischen Kundenberatung können Unternehmen ihre Kunden genau zum richtigen Zeitpunkt kontaktieren.

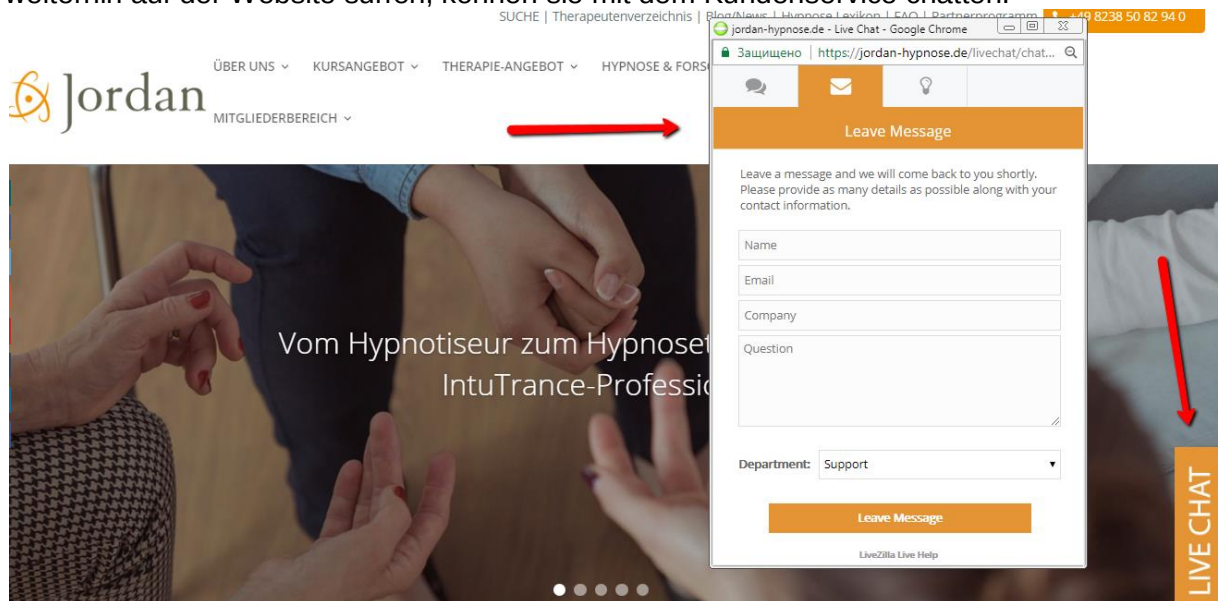
Live Chats

Die Kontaktaufnahme geschieht am besten dann, wenn die Kunden sich gerade auf der Website nach Produkten oder Dienstleistungen umsehen. Hier gibt es verschiedene Tools, die sich Webseitenbetreiber und Online-Shop Inhaber zunutze machen können.

Eines dieser Tools ist der Live Chat. Mit diesem heben Sie sich nicht nur von Ihrer Konkurrenz ab, sondern erreichen Ihre Kunden zur richtigen Zeit!

Beim Live Chat handelt es sich um ein Fenster, welches dem Kunden nach einer gewissen Zeit beim Surfen auf einer Webseite angezeigt wird. Technisch basiert das Live Chat Fenster auf einer Kundenservice-Software, welche Sie in Ihre Webseiten integrieren können. Auf diese Weise können Sie mit Ihren Kunden in Echtzeit kommunizieren. Die Live Chats sind für Kunden praktisch, da ihnen die Möglichkeit gegeben wird, den Support bei Bedarf zu kontaktieren.

Live Chats können darüber hinaus auch im Hinblick auf Vertrieb und Marketing gezielt eingesetzt werden. Sie können mit Ihren Kunden in die direkte Interaktion gehen und diese dann erreichen, wann sie es am meisten brauchen. Auf diese Weise wird die Beziehung aufgebaut und Interessierte werden zu potentiellen Kunden. Während diese weiterhin auf der Website surfen, können sie mit dem Kundenservice chatten.



Chat Bot

Neben dem Live Chat besteht die Möglichkeit, den sogenannten Chat Bot auf die Website zu integrieren. Es handelt sich hierbei um eine Art Roboter in Form von Software, der Kommunikationsaufgaben übernimmt. Die smarten Programme können automatisiert mit Nutzern kommunizieren. Die Kommunikation geschieht per Live Chat oder Messenger-Diensten, wie Facebook oder WhatsApp. Die Nutzer haben somit die Möglichkeit, per Messenger mit dem Unternehmen zu chatten.

Die Basis der Chat Bots stellen oftmals FAQ-Listen dar. Anhand eines Stichworts sucht der Chat-Roboter nach der passenden Antwort. In vielen Fällen übernimmt der Bot aber nur die erste Kundenansprache und ein Mitarbeiter übernimmt den weiteren Gesprächsverlauf. Es handelt sich somit um ein nützliches Tool, um die Kommunikation mit dem Kunden näher zu bringen.

Der Besucher kann sich in Ruhe durch die Seiten klicken, ohne von jemandem gestört zu werden. Bei Bedarf kann er auf Basis der verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten auf der Website mit dem Kundenservice in Kontakt treten. Auf diese Weise wird die Anonymität gewahrt. Dies stellt gleichzeitig einen der Gründe dar, warum die Digitalisierung im Vertrieb hilfreich und erfolgreich ist.

Bieten Sie Ihrem Besucher Ihren Service an, geben Sie ihm jedoch das Gefühl, anonym zu bleiben! So überlassen Sie dem Interessenten die Entscheidung, wann er sich mit Ihnen in Kontakt setzt.

5. Automatische Interessenten Weiterqualifizierung

Mögliche Käufer von Produkten oder Dienstleistungen werden als Lead bezeichnet. Sie werden aufgrund spezifischer Kriterien einer bestimmten Zielgruppe zugeordnet, wie z.B. Kinder-Bekleidung (Produkt) und Eltern (Zielgruppe). Damit ein Lead generiert werden kann, müssen daher die Kriterien vorhanden und herausgefunden werden. Hierzu bedarf es einer gründlichen Recherche zur den Informationen der Nutzer.

Um die Zielgruppen auszuwählen, werden entsprechende CRM-Systeme und Big Data eingesetzt. Moderne Tools bringen oftmals auch spezielle Methoden zur Leadgenerierung mit sich. Sie basieren häufig auf einer Cloud-Unternehmenssoftware. Die Software ist für den Marketing- und Vertriebsprozess durchaus bedeutend und kann die Prozesse zur Leadgenerierung und Kundengewinnung beschleunigen.

Sobald ein Besucher auf Ihrer Website Sie kontaktiert, wird er zum Interessenten. Der Interessent erkundigt sich in der Regel nach Einkaufsbedingungen oder fragt andere Details ab. Besteht sein Interesse für eine längere Zeit und zeigt er eine Kaufabsicht, wird er zum potentiellen Kunden. Sobald er einen Kauf tätigt, ist er zum Kunden geworden und Sie haben die Chance, ihn als Stammkunden zu gewinnen. Hierzu können Sie sich verschiedenen Maßnahmen bedienen.

Insbesondere Stammkunden werden dafür sorgen, dass die Bekanntheit Ihres Unternehmens weiter steigt, da er die Produkte bei Freunden und Kollegen weiterempfehlen wird. Durch das selektive Auswerten von Daten in der Datenbank können Interessenten und (potentielle) Kunden gezielt über neue Angebote und Neuheiten informiert werden. Diese E-Mails können automatisch über eine entsprechende Software generiert werden.



Was gilt es zu beachten?

Damit die Digitale Transformation komplett integriert werden kann, müssen sich Unternehmen über die verschiedenen Schlüsselemente bewusstwerden. Es bedarf hier vor allem der Nutzung und Auseinandersetzung mit den neuen Technologien. Doch dies stellt nur das Fundament der digitalen Ausrichtung dar. Es sollte darauf geachtet werden, dass komplett alle Business Bereiche von der neuen Ausrichtung integriert werden und kein Bereich ausgeschlossen wird.

Damit der Transformationsprozess tiefgehend in die einzelnen Zellen von Mitarbeitern und Führungskräften aufgenommen wird, helfen die drei Säulen des Prozesses: Geschäftsmodelle, operative Prozesse sowie die Kundenerfahrung (Customer Experience). Des Weiteren sollten Unternehmen nicht darauf verzichten, in die digitalen Fähigkeiten zu investieren. Nur mit einem gewissen Knowhow der neuen Technologien können Mitarbeiter die neuen Programme und Prozesse auch bedienen.

Besonders die Customer Experience lässt sich für Kunden und Unternehmen personalisieren. Hierzu werden nicht nur moderne Marketing Software Programme genutzt, sondern auch Tools zur Datenerfassung. Die verschiedenen Kanäle können dafür genutzt werden, um die Kommunikation mit dem Kunden noch einfacher zu gestalten und die Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen noch besser auf den Kunden anzupassen.

Während sich viele Unternehmen vorrangig auf die Customer Experience fokussieren, sollte die Entwicklung der Geschäftsprozesse jedoch nicht aus dem Blickfeld geraten. Hier sollten die verschiedenen Technologien genutzt werden, um die Geschäftsprozesse neu zu gestalten. Auf diese Weise können noch bessere Erlebnisse für den Kunden und Mitarbeiter erschaffen werden.

Indem Geschäftsprozesse beschleunigt werden, können Kunden noch besser zufriedengestellt werden und es wirkt sich positiv auf die Kundenbindung aus. Je schneller

eine Lösung für den Kunden gefunden wird, umso zufriedener wird dieser letztendlich sein und umso höher sind die Chancen auf eine langfristige Kundenbindung. Genau hier bedarf es der Aus- und Fortbildung der Mitarbeiter, wie dem Kundenbetreuer. Er sollte schnellstmöglich erkennen, was dem Kunden fehlt und auf Basis der neuen Prozesse eine Lösung finden.

Je enger die einzelnen Abteilungen miteinander arbeiten, umso besser wird auch die Kundenzufriedenheit ausfallen. Teams werden gebildet, um die neuen Prozesse noch besser verstehen zu können. Besonders in den einzelnen Produktionsphasen wie Design, Strategie und Entwicklung ist die korrekte Anwendung der digitalen Prozesse besonders hilfreich und empfehlenswert. Unternehmen sollten hier einen Schritt auf ihre Mitarbeiter zugehen und diese von Anfang an mit den nötigen Informationen und Details zu den einzelnen Prozessen informieren.

Die Digitale Transformation bringt an dieser Stelle vor allem eines mit sich: Die Automatisierung von verschiedenen Prozessen, die bislang analog abliefen. Mitarbeiter müssen sich daher gezielt mit den neuen Aufgaben auseinandersetzen und schauen, was in Zukunft getan werden muss. Inwiefern müssen Bestellsysteme noch bedient und andere Tätigkeiten ausgeführt werden? Viele Prozesse, die bislang eine große Aufwendung für die Mitarbeiter darstellten, konnten bereits in vielen Unternehmen dank der digitalen Prozesse minimiert werden.

Ein häufiges Vorgehen, welches KMUs sich insbesondere bei Existenzgründern und Startups anschauen können, ist die Nutzung von innovativen Geschäftsmodellen. Es werden neue Wege gegangen und die neusten Technologien genutzt. Hier spielen insbesondere die neuen Technologien aus dem Dienstleistungssektor eine wichtige Rolle, die den Unternehmen auf lange Sicht mehr Erfolg versprechen. Dank der neuesten Technologien können neue Produkte und Designs generiert und das Kundenverhalten entsprechend angepasst werden.

Ein Beispiel ist hier unter anderem das Bereitstellen einer App, welche die verschiedenen Produkte scannt und dem Kunden gewisse Informationen bietet. Auf diese Weise wird bewusst entgegengewirkt, dass das Produkt bei der Konkurrenz erworben wird. Auch bei Banken ist der digitale Trend zu spüren und sie bieten Online Banking sowie das Einlösen von Schecks auf Basis von Apps an. Genau dies stellt die Zukunft der Digitalen Transformation dar und Unternehmen sollten sich den einzelnen Schritten bewusst sein.

Welche Branchen sind betroffen?

Die Digitale Transformation betrifft diverse Branchen. Besonders dort, wo Daten ausgewertet und Entscheidungen abgeleitet werden können, erzielen Unternehmen und Branchen starke Vorteile für ihr tägliches Geschäft. Während von vielen noch immer die Datensicherheit als Grund gesehen wird, unternehmerische Prozesse nicht zu digitalisieren, sieht dies bei erfolgreichen Unternehmen anders aus. Hier werden digitale Prozesse genutzt und Mitarbeiter werden in Schulungen auf die Digitale Transformation im Unternehmen vorbereitet.

Betrachten wir die Digitale Transformation gesamtheitlich, wird eins klar: Unternehmen haben die Möglichkeit, ihre Branchen zu verändern. Dies haben wir in den letzten Jahren bereits in der Telekommunikationsbranche sehen können. Auch in der Zukunft werden sich viele weitere Branchen grundlegend verändern. So gehen Experten davon aus, dass die Digitale Transformation insbesondere die Branchen Finanzen, Handel, Bildung, Reisen, Medien und Unterhaltung sowie Energie, Gesundheit und Pharmaindustrie verändern wird. Es liegt jedoch ganz an den Unternehmen selbst, wie weit sie hier gehen und inwiefern die internen Prozesse angepasst werden.

Besonders die Finanz-, Medien- und Technologiebranche heben sich hierbei hervor. Die Branchen tendieren dazu, ihre Produkte noch schneller und günstiger zu produzieren. Genau dies stellt die Zukunft der Branchen dar. Sie müssen sich behaupten und neu erfinden. Unternehmen tragen hier die Verantwortlichkeit, sich dem Trend entsprechend anzupassen und sich gleichzeitig von der Konkurrenz abzuheben.

Aktuell können bereits gewisse Veränderungen in den Branchen festgestellt werden. So werden digitale Technologien dafür genutzt, die unternehmerischen Prozesse anzupassen und zu verbessern. Mitarbeiter werden regelmäßig auf die bevorstehenden Veränderungen vorbereitet und verschmelzen mithilfe von Schulungen und Trainings mit den neuen Prozessen. Besonders in den Banken konnten wir in den vergangenen Jahren viele Veränderungen für Mitarbeiter und Kunden feststellen. So wurden viele Verfahren automatisiert und durch eine elektronische Datenverarbeitung ersetzt. In der heutigen Zeit bildet die IT eine wichtige Komponente der Banken und ist kaum noch wegzudenken.

Es ist somit die IT, die auf die Branchen ihren Einfluss nimmt und diese vorantreibt. Besonders im Hinblick auf die Produktion sollten Branchen auf eine innovative und möglichst neuartige IT berufen können. Dies zeigt sich auch in der Unterhaltungsbranche, die sich ebenfalls in den letzten Jahren stark verändert hat. Die Produkte werden immer häufiger auf Basis von speziellen Software- und Kommunikationsverfahren dargestellt.

Zwar sind zwischen den Branchen durchaus Unterschiede in der Integration der Digitalisierung festzustellen, doch bleibt die Digitale Transformation in keiner Branche aus. Wir wollen nun einen tieferen Blick auf die Entwicklung der Branchen werfen und schauen, inwieweit die einzelnen Branchen betroffen sind.

Logistik



Die Logistik ist einer der größten Wirtschaftsbereiche, die von der Digitalen Transformation betroffen ist. Der Schwerpunkt hier liegt vor allem auf den E-Commerce, der durch das Online Bestellen und Versenden von Paketen einen großen Aufschwung erlebt. Wenn wir davon ausgehen, dass dieser Trend auch in Zukunft noch weiter steigen wird und weltweit noch mehr Produkte online bestellt werden, wird auch die Logistik sich in diesem Feld immer wieder neu aufstellen müssen.

Experten rechnen damit, dass die Zahl der vernetzten Geräte bis zum Jahr 2020 auf 50 Milliarden ansteigen wird. Die Summe zeigt, dass die Logistik sich hier entsprechend vorzubereiten hat. Denn mit der ansteigenden Vernetzung steigt auch die Zahl der automatisierten Bestellungen und der logistischen Anforderungen. Die schnelle Entwicklung des Bestellprozesses verändert somit auch die Prozesse im Hinblick auf Lager und Transport. Die entsprechenden Geschäftsmodelle müssen entsprechend angepasst werden.

Wird ein näherer Blick auf den Lieferprozess geworfen, steht ganz klar fest, dass die Logistikbranche weiterdenken muss. Versandunternehmen wie Amazon machen vor, was der Trend von morgen ist. Kunden wollen ihre Ware so schnell wie möglich erhalten. So werden immer öfters Lieferungen von Kunden erwartet, die noch am selben Tag der Bestellung versandt werden. Auch sollte die Entwicklung der Strecken, Transportmittel sowie Lagerräume ins Auge gefasst werden. Denn eines steht fest: Je schneller Kunden die Ware erwarten, umso mehr müssen Logistikunternehmen ihre Prozesse erweitern und optimieren.

Damit sie den neuen Anforderungen gerecht werden, müssen sich Unternehmen entsprechend vorbereiten. Welche Bereiche müssen angepasst und erneuert werden und wie können die System noch besser gesteuert werden? Logistiker müssen hier entsprechend umdenken und die Balance zwischen der stetigen Datenproduktion und dem Nutzen schaffen. Die Datenflut ist auch in der Logistik nichts Neues mehr und wird auch in Zukunft sicherlich nicht abnehmen.

Genau hier werden viele Logistiker vor die Frage gestellt, wie gut sie aufgestellt sind. Wie wird mit den Herausforderungen der Digitalisierung umgegangen und wie zeigt sich dies in der täglichen Umsetzung? In vielen Unternehmen zeigen sich immer noch große Defizite. Analoge Prozesse und papierlastige Vorgänge gehören noch immer zum Alltag vieler Unternehmen. Intern wird an der Digitalisierung vorbeigelebt. Dieses Verhalten bringt starke Einbußen mit sich und die Konkurrenz zieht vorbei.

Während die Logistikbranche sicherlich ein Vorreiter der Digitalen Transformation ist, zeigt sich jedoch immer noch Verbesserungsbedarf. So können zahlreiche Geschäftsprozesse digital organisiert werden und auch Informationen werden noch nicht immer digital gespeichert. Genau hier liegt die Schwäche der Branche, die sich mit den digitalen Geschäftsmodellen noch immer schwertut. Es wird nicht nur weniger getan, sondern auch weniger in die Neugestaltung der Prozesse investiert.

Grund für die langsame Entwicklung in dieser Branche ist vor allem die schleppende Verbreitung der digitalen Strategien. Während sich erfolgreiche Unternehmen sich diese bereits auf die Fahne geschrieben haben, hält der Großteil noch immer an alte Strukturen fest. Es fehlt zudem nicht nur an einer neuen, klaren Struktur, sondern auch an der Verantwortlichkeit, diese Strukturen umzusetzen.

Informations- und Telekommunikationsindustrie



Es gibt vermutlich keine wichtigere Branche als die IT und Kommunikation. Die Digitale Transformation in den Unternehmen dieser Branche ist allgegenwärtig und nicht mehr wegzudenken. Während große Konzerne als Vorreiter gelten, sind es besonders kleine und mittelständische Unternehmen, die hier noch mehr tun könnten. Sie halten sich in der Regel jedoch bedeckt und zeigen sich in der Wirtschaft eher weniger interessiert, mit dem digitalen Wandel herumzuexperimentieren.

Hinzu kommt, dass sich der Mittelstand deutlich an der Nachfrage orientiert. Während die Nachfrage auf den Märkten stets Verbesserungsbedarf signalisiert, halten sich auch Unternehmen zurück. Des Weiteren zeigen sich hier auch Unternehmen integriert, die sich auf die Herstellung von Software und Hardware spezialisiert haben. Auch Beratungsfirmen und Serviceanbieter kommen mit einem gänzlich anderen Ansatz daher und das Gesamtbild dieser Branche gerät ins Schwanken.

Während sich der Großteil dieser Branche bereits klar positioniert hat, fehlt dies bei einzelnen Unternehmen gänzlich. Besonders Fachbereiche können noch weiterentwickelt werden und die Geschäftsführung muss hier entsprechende Schritte einleiten. Meist kann im Hinblick auf die Geschäftsprozesse noch viel getan werden. Dies zeigt sich besonders darin, dass sich viele Unternehmen noch immer von der Nutzung mobiler Geräte fernhalten und auf altbewährte Prozesse vertrauen.

Des Weiteren steht auch die Nutzung von Social Media nur selten an der Tagesordnung und Unternehmen können hier noch einen gewaltigen Schritt nach vorne tun. Während die Social Media Kommunikation besonders von dieser Branche immer stärker propagiert wird, wird sie von der Branche selbst jedoch nur selten in das Business Leben integriert und ausgeführt. Im Hinblick auf die Digitalisierung der bestehenden Prozesse kann sich diese Branche jedoch vorteilhaft zeigen: Bereits ein Großteil der Geschäftsprozesse wurde digitalisiert und die Papierarbeit gehört der Vergangenheit an.

Medien- und Unterhaltungsindustrie



Einen besonderen Einfluss hat die digitale Transformation auf die Medien- und Unterhaltungsindustrie. In den letzten Jahren haben Zeitschriften und Zeitungen starke Einbußen in ihren Auflagen einstecken müssen. Viele Tageszeitungen sind bereits vom Markt verschwunden und wurden durch Online Portale ersetzt. Die Gesellschaft geht vermehrt dazu über, ihre Nachrichten und Zeitungen online zu beziehen. Viele Verlage haben diesen Trend für sich genutzt und auf Online Medien umgestellt. Sie bieten ihre Zeitschriften und Zeitungen zum Download auf ihren Webseiten an.

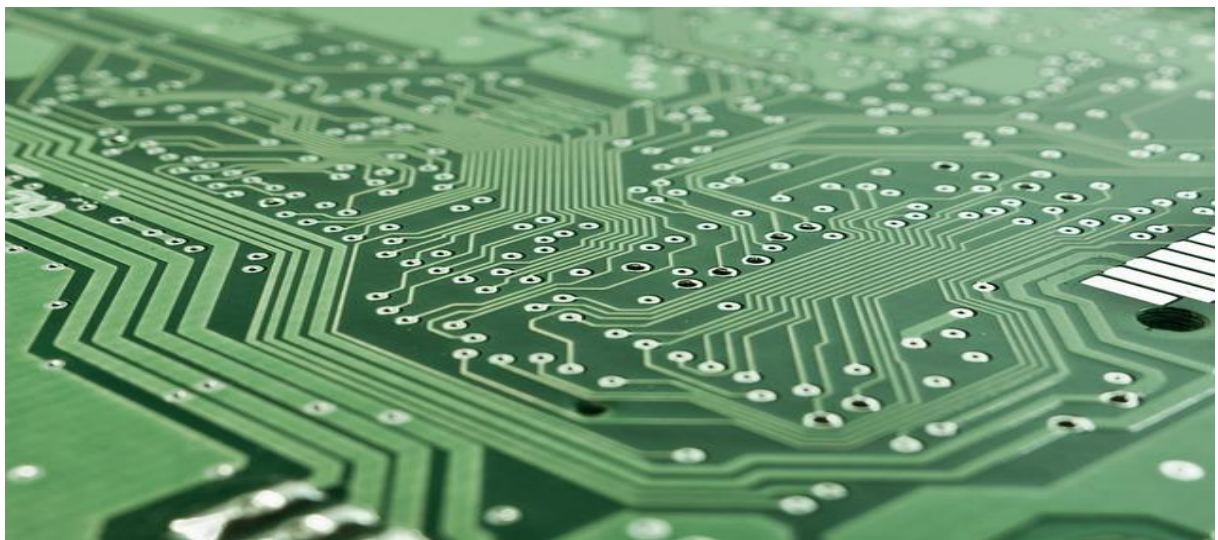
Die Medienbranche wird somit immer digitaler und richtet sich nach dem Konsumenten. Neben den Printmedien ist auch bei den Videotheken ein Weggang zu spüren. Die

Streaming-Angebote von Filmen und Serien sind bereits in fast jedem Haushalt angekommen. Mit wenigen Klicks können sich Familien ihren persönlichen Kinoabend nach Hause holen. Doch auch unterwegs ist das Angebot mittlerweile zu erhalten und Kunden können auf Smartphone und Tablet eine Bandbreite an Filmen und Serien abrufen.

Die Branche erfährt somit einen dynamischen Antrieb und wird von den Konsumenten getrieben. Auch auf dem Büchermarkt ist ein ähnliches Bild zu sehen. Anstatt die Bücher in Printform zu kaufen, werden die Bücher in E-Book-Format heruntergeladen. Verlage haben hier schon längst umgestellt und bieten ihre Bücher auch zum Download auf entsprechenden digitalen Reader an.

Dank der Entwicklung dieser Branche entstehen neue Geschäftsmodelle. Unternehmen müssen sich anpassen, damit sie nicht vom Markt verschwinden. Immer mehr Kunden suchen gezielt nach digitalen Formaten und Unternehmen müssen sich an diesen Trend anpassen. Genau aus diesem Grund sind gewisse Investitionen zu tätigen, welche die Zukunft von Unternehmen und Mitarbeiter sichern. Häufig kommt es hierbei jedoch zu einem Problem: Wer soll die Prozesse steuern? Es bedarf hier der klaren Definition einer neuen Position. Rollen wie der Chief Information Officer (CIO) entstehen.

Elektronikindustrie



Die Elektronikindustrie zeigt sich als die zweitgrößte Industriebranche Deutschlands. Geprägt ist diese Branche von der klaren mittelständischen Struktur. Die Branche gehört nicht ohne Grund zu einer der erfolgreichsten in Deutschland. Schließlich gehören viele dieser mittelständischen Unternehmen zu den Weltmarktführern. Während die deutschen Firmen sicherlich einen Innovationstrend im internationalen Sinne vorausleben, kann sich die Branche jedoch noch mehr an sich arbeiten.

Eines muss man der Elektronikbranche jedoch zugute heißen: Im Jahre 2014 wurden mehreren Milliarden Euro für die Forschung und Entwicklung neuer Produkte investiert. Ein großer Teil davon wurde in die Digitalisierung und Vernetzung gesteckt. Kein Wunder also, dass sich besonders in den letzten Jahren auf dem Elektromarkt so viel getan hat: Speziell auf dem Smart Home Markt sind viele neue Produkte entstanden, die den Kunden das alltägliche Leben noch einfacher machen sollen.

Die Elektronikindustrie bringt dabei etwas Besonderes mit sich: Sie überschneidet sich mit vielen anderen Industriebereichen. So werden neue Elektroprodukte im Unterhaltungs- und Automobilbereich geschaffen. Doch insbesondere im Hinblick auf Haushaltsgeräte

widerfahren Unternehmen einen starken Aufschwung dank der neuen digitalen Möglichkeiten. Das Marktpotenzial nimmt stetig zu.

Für die Zukunft kann für diese Branche ein starker Aufschwung prognostiziert werden. Immer mehr Unternehmen beschließen sich dazu, ihre Investitionen für Digitalisierungsprojekte zu steigern. Begleitet werden sollten diese Prozesse mit einer klar definierten Strategie und einer klaren Zuordnung der Verantwortlichkeiten.

Im Hinblick auf die innerbetrieblichen Prozesse können Elektronikbetriebe jedoch noch einen großen Schritt nach vorne machen. So sind immer noch viele Prozesse zu papierlastig und kaum automatisiert. Auch die Kommunikation auf Social Media Basis zeigt sich hier noch relativ zurückhaltend. In diesem Bereich kann die Branche definitiv noch mehr tun.

Automobilindustrie

Eins ist klar: Die Automobilindustrie kommt ohne die Digitalisierung im heutigen Zeitalter nicht mehr aus. Sowohl in der Fertigung, bei der komplexen Kommunikation mit Lieferanten als auch die Auslieferung sind Unternehmen in dieser Branche auf die digitalen Mittel angewiesen. Produkte und Prozesse passen sich immer weiter den digitalen Neuheiten an und werden immer öfters digital dargestellt. 3-D-Simulationen von Daten und Roboter als elektronisch gesteuerte Mitarbeiter sind in diesem Bereich nichts Neues mehr.

Durch die digitalen Anpassungen in der Produktion können die individuellen Wünsche der Kunden noch schneller und erfolgreicher erfüllt werden. Besonders wichtig ist somit die Flexibilität in der Produktionskette. Doch auch die Analyse von Daten ist ein Schlüsselement in dieser Branche. So werden sofortige Maßnahmen eingeleitet, wenn es zu Störungen in den Prozessen kommt. Smarte Technologien sorgen zudem dafür, dass auch die Zulieferer stets mit den aktuellen Daten versorgt werden.

The screenshot shows a web interface for searching vehicles. At the top, there is a navigation bar with links: FAHRZEUGE, SERVICE, ONLINE-SHOP, NEWS, KONTAKT, and UNTERNEHMEN. To the right of these links are social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram. Below the navigation bar is a search bar with the text 'FAHRZEUGSUCHE' and 'FAHRZEUGTYP'. Below the search bar is a form with several input fields: 'Suche' (containing 'Wohnmobil, Kaster'), 'Marke' (containing 'beliebig'), 'Bauart' (containing 'beliebig'), 'Erstzulassung' (containing 'beliebig'), and 'Standort' (containing 'beliebig'). To the right of these fields is a red button labeled 'JETZT SUCHEN' and a text '155 Ergebnisse'. Below the search bar is a section titled 'Fahrzeug Angebote'. Under this title are three buttons: 'ALLE', 'Wohnmobil', 'Kastenwagen', and 'Wohnwagen'. Below these buttons are three images of vehicles, each with a red 'ANGEBOT' (Offer) banner in the top right corner.

Die Automobilhersteller haben sicherlich einen gewissen Vorteil, da sie mit vielen Zulieferern und anderen Unternehmen zusammenarbeiten. Besonders aus der Elektronikbranche kommt hier ein großer Teil und die Automobilbranche ist auf diese Dienste angewiesen, wie z.B. im Hinblick auf die Assistenzfunktion bei der Fahrsicherheit oder dem elektronischen Steuerverfahren. Die Produkte der Hersteller werden von den elektronischen Technologien unterstützt und automatisch optimiert. Auch Entertainmentfunktionen sind hier immer häufiger zu finden.

Schon seit langer Zeit gehören zur Entwicklung des Kundenkontaktes gewisse digitale Programme und Dienstleistungen. Doch das gewisse Extra fehlt den meisten Automobilherstellern noch immer, wenn es darum geht, die Kunden mit einer digitalen Neuheit zu überraschen. Im Inneren der Betriebe sieht es dafür schon etwas innovativer aus: Weitgehend wurden die meisten Prozesse digitalisiert und es gibt kaum noch Prozesse, die auf Basis von Papier stattfinden.

Energie und Versorgung

Die Energiewende hat neue Anforderungen an diese Branche mit sich gebracht. Doch nicht nur die Energiewende hat dafür gesorgt, dass sich hier etwas bewegt. Auch die Digitalisierung ist zu spüren und immer mehr Unternehmen nutzen technische Mittel dafür, mehr Konsumenten für sich zu gewinnen und sie von ihren Vorteilen überzeugen. Die Einflüsse der Digitalisierung sind auch hier nicht mehr wegzudenken. Dies bringt jedoch auch einen immer stärkeren Wettbewerb mit sich.

Durch die Energieverbraucher und Ressourcen zur Übermittlung der Energie entstehen immer wieder neue Anforderungen an die Digitalisierung in diesem Bereich. So werben Unternehmen mit intelligenten Zählern (Smart Meter), mit denen die Verbraucher ihren Energiekonsum noch besser im Auge haben. Die Energiebranche hat es sicherlich nicht leicht, den Ansprüchen gerecht zu werden und in Zeiten der Digitalisierung Fuß zu fassen. Dennoch findet die Branche mit digitalen Geräten, welche die Netze und Energieversorgungen überwachen, einen Weg.

Noch immer scheitert es in dieser Branche allerdings daran, dass entsprechende Applikationen auf betriebswirtschaftlicher Basis fehlen. Prozesse zwischen IT und Business fehlen häufig und verhindern, dass die Prozesse ganzheitlich automatisiert werden können. Aus diesem Grund fehlt es vielen Unternehmen an der gewissen Wettbewerbsfähigkeit und die Kundenbindung schwächelt.

Während sich die Energiebranche im Hinblick auf innovative Neuheiten oftmals noch zurückhaltend zeigt, sieht dies im Inneren der Firmen anders aus. Viele Prozesse wurden bereits digitalisiert und die meisten Unternehmen führen ihre Prozesse papierlos aus. Zwar werden noch immer viele Vorgänge auf der Basis von Papier ausgetragen, doch die digitale Transformation hat die Unternehmen bereits zur Implementierung von Social Media und anderen Programmen gebracht.

Handelsbranche

Die Handelsbranche hat eine klare Antwort auf die digitale Transformation: E-Commerce! Der Anstieg der Geschäfte per Online Shops ist nicht mehr aufzuhalten und es sind immer mehr Online Shops zu finden. Die jährlich steigenden Umsätze der Online Shops zeigen, dass die Branche eine positive Zukunft vor sich hat. Dies zeigt sich insbesondere für große Unternehmen, dessen Online Shop im Internet zu finden ist. Doch auch kleine und mittelständische Unternehmen zeigen sich experimentierfreudig und bieten ihre Ware auf ihren Webseiten zum Online Kauf an.

Noch immer gibt es aber kleine und mittelgroße Betriebe, die sich noch nicht an das profitable E-Commerce herangewagt haben. Grund hierfür sind vor allem die Kosten und Investitionen sowie die begrenzten Zielgruppen. Es ist somit nicht immer so einfach, auch im Internet direkt die richtige Zielgruppe zu finden und die Produkte gezielt anzubieten. Der Schritt vom stationären Geschäft zum Online Shop kann sich für viele Unternehmen daher als große Herausforderung offenbaren.

Der digitale Wandel umfasst wesentlich mehr, als lediglich nur einen Online Shop neben dem stationären Geschäft zu integrieren. Auch im stationären Geschäft muss der Wandel stattfinden. Hierzu bedarf es sowohl die Integration von Vertriebskanälen als auch einer passenden digitalen Infrastruktur. Genau hier scheitert es bereits bei vielen Einzelhändlern. Der Großteil der Handelsbranche sieht es noch nicht als wichtig genug an, die Strukturen zu digitalisieren und offensiver vorzugehen.

Des Weiteren fehlt es an der verantwortlichen Fachkraft, welche die digitale Transformation begleitet und kontrolliert. Daher scheitert es bei vielen Unternehmen spätestens hier an der Umsetzung von digitalen Strategien in den unternehmerischen Prozessen. Die Unternehmen müssten zudem häufig dazu bereit sein, größere Investitionen zu tätigen. Genau dies fehlt den meisten und sie verharren lieber in ihren alten Strukturen.

Auch ist in dieser Branche festzustellen, dass noch immer viele Prozesse in Papierform ablaufen. Die einzelnen Bereiche dieser Branche offenbaren, dass es noch viele ungenutzte Möglichkeiten gibt. Das Potenzial der Handelsunternehmen ist somit noch lange nicht ausgeschöpft und kann zukünftig noch gesteigert werden.

Chemie- und Pharmaindustrie

Die Pharmaindustrie wird von Technologieunternehmen wie Google oder Apple heimgesucht. Sie drängen sich auf den Markt und sorgen dafür, dass bestehende digitale Ressourcen und Prozesse genutzt werden. Auf diese Weise schaffen sich die Unternehmen einen gewissen Vorsprung gegenüber den Pharmaunternehmen. Sie schaffen neue Ansätze für die Versorgung bei Krankheiten und die Diagnose sowie Therapie. Dazu zählen unter anderem Wearables (z.B. Smart Watches), Apps und Online Communities.

Durch die Implementierung der technischen Neuheiten steigt nicht nur die Interaktion mit dem Kunden. Auch wird eine große Anzahl von Kundendaten gesammelt, welche den Unternehmen dieser Branche zu späteren Auswertungen dienen. Von Pharmaunternehmen selbst werden zudem elektrische Geräte entwickelt und genutzt, welche den Patienten unter anderem zur genaueren Erfassung seiner Blutwerte unterstützen sollen. Dazu gehört zum Beispiel das Pflaster per Chip für die Analyse der Blutzuckerwerte.

Bis zum Jahre 2020 sollen die Verfahren, welche die Wirksamkeit von Behandlungen steigern sollen, erheblich zunehmen. Hierzu gehören auch Überwachungssysteme, die für klinische Studien genutzt werden, um die Wirkung von Patienten auf Medikamente zu testen. Während die digitalen Verfahren sowohl im Pharma- als auch Chemiebereich noch in den Kinderschuhen stecken, wird der Branche eine positive Zukunft vorhergesagt. Die Digitalisierung wird hier in den nächsten Jahren noch einiges bewirken.

Im Hinblick auf den digitalen Wandel zeigt sich die Branche also noch eher zurückhaltend. Dennoch planen immer mehr Unternehmen, zukünftig in die digitale Entwicklung von Geräten und unternehmerischen Prozessen zu investieren. Auffällig ist hier jedoch, dass sich kaum jemand für die digitale Veränderung verantwortlich fühlt. Solange die Rollen nicht klar definiert sind, kann die Digitalisierung auch nicht stattfinden.

Auch intern sieht es nicht viel anders aus: Viele Prozesse sind noch immer auf Papier angewiesen. Anstatt hier vollständig auf digitale Medien zurückzugreifen, wird in einem Großteil der Bereiche noch immer auf das Papier vertraut. Auch die Nutzung von Social Media und anderen mobilen Funktionen wird noch zu selten angewendet. Schon hier können wir sehen, dass die Branche noch einen weiten Weg vor sich hat, wenn sie sich digital aufstellen möchte.

Maschinen- und Anlagenbau

Der Wandel, der für den Maschinen- und Anlagenbau prognostiziert wird, ist immens. Cloud Lösungen und vernetzte Embedded Systeme sollen dafür sorgen, dass sich Unternehmen auf die Entwicklung von Spezialprodukten fokussieren können. Dabei sollte die Vernetzung der Produktionsstrukturen jedoch nicht ausbleiben. Genau dies sollte sich die Branche vor Augen führen und bei der Implementierung neuer Prozesse beachten.

Die Branche bringt viele Chancen mit sich. Dies zeigt sich insbesondere auf die Möglichkeiten zur Optimierung, welche der digitale Wandel mit sich bringt. Neue Geschäftsmodelle sowie die Dauer der Nutzung von Produkten und der entsprechende Service werden zukünftig einen starken Wandel erleben. Kunden werden die Produkte noch besser nutzen können und dürfen dabei von einer höheren Qualität ausgehen. Auf Basis der Daten entsteht eine immer bessere Wertschöpfungskette, welche der Bindung zu Kunden und Lieferanten dient.

Schwächen zeigt die Branche jedoch darin, sich der neuen digitalen Geschäftsausrichtung zu stellen. Dies gilt insbesondere für mittelständische Unternehmen, die noch immer an altbewährte Prozesse festhalten. Es gilt daher, die Branche wachzurütteln und ihr die Chancen der Digitalisierung aufzuzeigen. Auch wenn sich viele Unternehmen bereits mit der Digitalisierung befassen, so fehlt es noch immer an der Umsetzung. Dies liegt vor allem daran, dass keine klare Strategie vorliegt und die Verantwortlichkeit nicht definiert wurde.

Besonders im Hinblick auf die internen Prozesse kann die Branche sich noch stark weiterentwickeln. So basieren viele Prozesse noch immer auf Papierform und auch soziale Medien zur Kommunikation werden nur vereinzelt genutzt. Besonders mittelständische Unternehmen können ihre Prozesse daher noch optimieren und sich automatisierten Prozessen anvertrauen.

Banken und Versicherungen

In den Banken und Versicherungen ist ein allgemeines Interesse und Engagement an der Digitalisierung zu spüren. Während das Online Banking schon seit vielen Jahren zum Alltagsgeschäft der Banken gehört, kommen nun auch neuere digitale Prozesse hinzu. Dazu zählt vor allem die Kreditvermittlung, die von einigen Banken bereits eingeführt wurde. Doch immer noch ist ein starker konservativer Trend zu spüren, der Banken und Versicherungen davon abhält, ihre Geschäfte online abzuwickeln. Insbesondere im Beratungsgeschäft können sich Banken und Versicherungen noch stärker entwickeln.

Um den Finanzmarkt etwas attraktiver zu gestalten, kommen die sogenannten FinTechs (Finanztechnologie-Firmen) ins Spiel. Es wird versucht, den Service der Banken für die Kunden auf mobilen Endgeräten darzustellen, um den Zugriff auf Online Banking, Kreditkartenservice und mehr zugänglich zu machen.

Ähnlich wie im Bankensektor geht es auch bei den Versicherungen zu. Versicherungsunternehmen springen lediglich vereinzelt auf den Digitalisierungsprozess auf. Vielen Unternehmen fehlt es noch immer an den entsprechenden Applikationen, damit Kunden ihre Verträge auch auf dem Smartphone einsehen und verwalten können. Während dieser Service von der Autobranche bereits vor vielen Jahren eingeführt wurde, hat die Finanz- und Versicherungsbranche hier noch einiges aufzuholen.

Viele Finanz- und Versicherungsunternehmen zeigen sich im Hinblick auf den digitalen Wandel demnach noch unschlüssig und zurückhaltend. Anstatt sich auf die digitalen Prozesse zu verlassen, werden lieber klassische Wege gegangen, den man bislang vertraut hat. Genau aus diesem Grund sehen nur wenige Unternehmen tatsächlich Handlungsbedarf.

Während sich die Branche nach außen hin noch immer recht konservativ zeigt, zeigt sich die interne Kultur durchaus zukunftsorientiert. Viele Banken und Versicherungen vertrauen auf digitale Prozesse und haben ihre Geschäftsabläufe im Laufe der Zeit an die aktuellen Standards auf dem Markt angepasst. Viele Vorgänge finden kaum noch auf Basis von Papier statt und die Mitarbeiter und Führungskräfte profitieren von einer besseren Kommunikation und Produktivität im Geschäftsalltag.

Dies kann die Branche auch für die Kommunikation mit ihren Kunden nutzen. Anstatt noch immer per Telefon zu sprechen und Rundschreiben in Papierform zu tätigen, sollten Banken ihre Business Prozesse auf die sozialen Netzwerke übertragen. Der digitale Trend zeigt sich stets positiv und es liegt nun nur noch an den Institutionen selbst, hier tätig zu werden.

Die Akteure der Digitalen Transformation

In Zeiten der Digitalen Transformation passiert einiges und Unternehmen sollten sich auch in Zukunft auf weitere Änderungen in der Unternehmenswelt vorbereiten. Die Wirtschaft erlebt eine starke Veränderung der Geschäftsabläufe und -modelle. Einzelhändler müssen sich großen Online Versandhäusern gegenüberstellen und Kreditkartensysteme werden von Online Dienste wie BitCoin oder Paypal bedroht. Auch in der Fertigung finden immer mehr Prozesse automatisiert statt und große Maschinen und Anlagen melden sich von alleine, wenn sie eine Wartung benötigen.

Wir alle sind von der digitalen Wende betroffen und besonders kleine und mittelständische Unternehmen sollten hier ihre Verantwortlichkeiten überprüfen. Doch nicht nur die Gesellschaft und Unternehmen selbst, sondern auch Wissenschaftler und der Staat haben im Hinblick auf die Digitale Transformation einiges zu tun. Es gibt viele neue Aufgaben einzuführen und jeder hat hier eine andere Verantwortung, mit der er sich zu beschäftigen hat. Besonders Regierungen sollten nicht aus den Augen verlieren, dass sie die Richtung der Digitalen Transformation mit Gesetzen und Vorschriften stark beeinflussen können. Schauen wir uns die einzelnen Bereiche nun einmal etwas näher an:

Individuen und Gemeinschaften

Die Kommunikation zwischen Menschen erfolgt immer öfters über digitale Infrastrukturen. Während die Verbindung zwischen den Menschen selbst steigt, nimmt auch die Beziehung zwischen Menschen und den digitalen Anwendungen zu. Während die digitale Kommunikation vor vielen Jahren noch in den Kinderschuhen steckte, ist sie heutzutage kaum noch wegzudenken. Menschen kommunizieren in Echtzeit miteinander und innerhalb von wenigen Sekunden können größere Gruppen von Menschen gleichzeitig erreicht werden.

Social Media Dienste wie Facebook oder Twitter werden dazu genutzt, andere Menschen über aktuelle Geschehnisse zu informieren und auf etwas Besonderes aufmerksam zu machen. Die schnelle Verbreitung von Nachrichten nimmt mithilfe von Apps auf Smartphones und Tablets immer mehr zu. Die schnelle Veränderung führt dazu, dass sich auch das Kommunikationsverhalten unserer Gesellschaft verändert. Je besser ein Kommunikationsmittel aufgenommen wird, umso erfolgreicher ist es letztendlich auch.

Facebook und Twitter zeigen, wie schnell sich unsere Gesellschaft an neue Kommunikationsmittel anpassen kann. Innerhalb von kurzer Zeit werden Gruppen gebildet und auf dieser Basis werden News geteilt und Events aufgestellt. Während es früher Wochen oder gar Monaten brauchte, um News in einem großen Rahmen zu kommunizieren, wird heutzutage mit wenigen Mausklicks getan.

Es gibt jedoch auch eine Kehrseite für die Gesellschaft, die viele aus den Augen verlieren: Die Datensicherheit. Während die Gesellschaft die großen Plattformen nutzen, um sich auszutauschen und Events zu kreieren, wird nur vereinzelt darauf geachtet, was mit den Daten passiert. Es entsteht eine große Datenmenge (Big Data), die von Unternehmen genutzt wird. Häufig werden Daten an externe Dritte weitergegeben, die für die Auswertung von Gesundheitswerten oder für andere Bereiche dienen. Nutzer, die ihre Daten nicht weitergeben möchten, sollten hier genauer hinsehen.

Auch Online Shops spielen im Hinblick auf das Verhalten des individuellen Nutzers eine große Rolle. So waren es im Jahre 2013 bereits 45 Millionen Deutsche, die einen Teil ihrer Käufe über das Internet tätigten. Schaut man sich die Entwicklung der Digitalisierung an, ist ersichtlich, dass sich dieser Trend auch in Zukunft weiter entwickeln wird.

Unternehmen

Neben der Gesellschaft spielen Unternehmen im Rahmen der Digitalen Transformation eine wichtige Rolle. Es entsteht ein großes Potential, das sich Unternehmen zunutze machen können. Hierzu ist es zunächst jedoch notwendig, das Potential für sich zu entdecken und dieses tatsächlich zu nutzen. Welcher Trend ist es, der sich auch in Zukunft abzeichnen und die Kunden begeistern wird?

Auch innerhalb des Unternehmens müssen sich Geschäftsführung und Manager darüber bewusstwerden, welches Potential die Digitalisierung für die verschiedenen Prozesse hat. Inwiefern können Einkauf, Verkauf, Produktion, Marketing und Personalabteilung von den digitalen Prozessen profitieren? Noch immer gibt es viele Unternehmen, die noch auf klassische Abläufe vertrauen und sich hier nicht verändern möchten. Dass die digitalen Technologien ein großartiges Werkzeug dafür sind, die Geschäftsprozesse zu unterstützen, wissen noch immer zu wenige. Genau aus diesem Grund sollten sich Unternehmen den digitalen Nutzen für sich ergreifen und sich daran ausprobieren.

Spätestens dann, wenn Kunden von Unternehmen erwarten, dass sie mit ihnen auf digitaler Basis kommunizieren können, muss etwas geändert werden. Genau dessen sollten sich Unternehmen in jeder Branche bewusst sein. Verschiedene Marketing-Strategien können hier helfen, potentielle und bestehende Kunden noch besser zu erreichen. Ein Marketing-Mix aus den verschiedenen Kanälen wie Content-Marketing, Social-Media-Marketing und SEO sollte nicht fehlen, um noch besser auf Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen.

Damit Unternehmen die Kundenerwartungen erfüllen können, sollten sie ihre Unternehmensstrukturen und Geschäftsmodelle somit stets anpassen. Besonders die digitalen Technologien sorgen dafür, dass sich die Kundenerwartungen stetig ändern. Genau aus diesem Grund sollten sich Unternehmen daran anpassen. Zudem sollte auch immer die Konkurrenz im Auge behalten werden, die wohlmöglich schon längst auf den fahrenden Zug aufgesprungen ist und sich den digitalen Wandel für sich beansprucht.

Unternehmen müssen daher dazu in der Lage sein, sich der Digitalen Transformation flexibel anzupassen. Software und Hardware müssen stets auf dem aktuellen Stand sein und auch die Mitarbeiter sollten über die bevorstehenden Veränderungen informiert werden. Es ist somit auch Aufgabe des Unternehmens, eine neue Kultur für Mitarbeiter zu schaffen und diese auf Basis von Seminaren, Trainings und Workshops anzuleiten.

Staat

Auch der Staat hat eine wichtige Funktion im sich ständig verändernden Prozess der Digitalen Transformation. Während sicherlich die Erwartungen von Bürgern an die amtlichen

Abläufe in Behörden eine wichtige Rolle spielt, muss auch das Umfeld geschaffen werden, in dem Unternehmen ihr Potential ausschöpfen können. Genau aus diesem Grund spielt der Staat im Hinblick auf die Digitale Transformation eine so starke Rolle: Er ist von den Bürgern getrieben und beeinflusst das Wachstum von Unternehmen.

Mithilfe von entsprechenden Fördermitteln und Regularien kann der Staat einen großen Einfluss darauf nehmen, wie sich die Digitale Transformation im Rahmen von Gesellschaft und Unternehmen entwickelt. So sollten digitale Infrastrukturen auf dem aktuellen Stand sein und diese die verschiedenen Themenbereiche abdecken. Doch auch in Behörden selbst sollte dafür gesorgt werden, dass die Prozesse auf Basis von technischen Hilfsmitteln ablaufen.

Wissenschaft (Forschung und Lehre)

Auch die Wissenschaft stellt einen wichtigen Teil der Digitalen Transformation dar. Zum einen wird dieser Bereich durch die Erschaffung von Produkten getrieben und auf der anderen Seite stehen die wissenschaftlichen Fortschritte. Durch die Wissenschaft und Lehre werden den Studierenden die Forschungsergebnisse nähergebracht und sie können sich diese für die Praxis beanspruchen. Oftmals sind es auch die Unternehmen selbst, die sich an Forschungen und den Ergebnissen beteiligen.

Während die Forschung einen starken Einfluss auf die Digitale Technologie hat, so gilt dies auch vice-versa: Die Forschung zieht ihr Nutzen aus der stetigen Entwicklung digitaler Technologien. Verschiedene Forschungsweisen sind erst mithilfe von digitalen Technologien dazu in der Lage, naturwissenschaftliche Bereiche zu erforschen und gewisse Bereiche näher zu ergründen.

Welche Bereiche im Unternehmen sind betroffen?

Die Digitalisierung betrifft viele Bereiche und Abteilungen. Während sich die Geschäftsprozesse und -modelle anpassen müssen, sind es vor allem die Mitarbeiter selbst, die gefordert werden. Es macht daher wenig Sinn, sich weiterhin gegen die Digitalisierung zu sträuben, die in der Gesellschaft bereits einen festen Platz gefunden hat. Auch die individuellen Unternehmensbereiche müssen eine Strategie finden, dem digitalen Wandel offen zu begegnen.

Fast alle unternehmerischen Prozesse können heutzutage digitale und automatisiert ablaufen und Unternehmen sollten daher die Chance ergreifen, die digitalen Mittel zu nutzen. Mit der Anpassung der Prozesse sollte stets auch das Personal im Auge behalten werden. Denn auch hier werden verschiedene Restrukturierungen anstehen. Wer hier noch an alte Prozesse festhält, wird schon bald untergehen und auch die Mitarbeiter werden dies zu spüren bekommen.

Unternehmen sollten vorausgehen und für eine offene Kommunikation mit den Mitarbeitern sorgen. In welchem Ausmaß müssen die Prozesse angepasst werden und was bedeutet dies für die Aufgaben der Mitarbeiter? Schon mit kleinen Maßnahmen können Prozesse modernisiert und das fortschrittliche Image des Unternehmens angepasst werden.

IT

Damit Unternehmen fortschrittlich und zielorientiert in die Zukunft blicken können, sollten sie über eine innovative und zeitlich angepasste IT-Landschaft verfügen. Genau hier kommt die IT-Abteilung ins Spiel, die sich mit den Neuheiten der digitalen Welt auskennt. Während die Theorie zeigt, dass Unternehmen durchaus interessiert daran sind, ihre IT anzupassen, so scheitert es meist an der praktischen Umsetzung. Zum einen müssen die einzelnen Betriebe

dafür sorgen, dass die erforderliche Infrastruktur vorliegt und zum anderen müssen die vorhandenen Abläufe beibehalten werden, damit ein stabiles Umfeld garantiert werden kann.

Häufig greifen Unternehmen auf IT-Modelle zurück, welche die IT-Landschaften erweitern. Auf diese Weise können alte, gewinnbringende Prozesse beibehalten werden und die IT-Infrastruktur kann sich anpassen. So werden beispielsweise Applikationen genutzt, die Cloud basiert arbeiten oder andere zukunftsorientierte Lösungen, mit denen neue Geschäftsmodelle ausprobiert werden können.

Die IT stellt den Angelpunkt der Digitalisierung in Unternehmen dar und sollte daher gut aufgestellt sein. Die IT-Abteilungen werden sich auch in der Zukunft immer wieder neu anpassen müssen. Genau aus diesem Grund ist es wichtig, dass die Rollen der IT-Mitarbeiter und Manager klar definiert sind. Sind diese definiert, können auch die weiteren Schritte gegangen werden: Welche Software wird benötigt und welche Technologien können für die Entwicklung des Unternehmens hilfreich sein?

Geschäftsführung

Die Geschäftsführung sollte die IT-Abteilung nicht im Stich lassen. Besonders wenn es darum geht, die richtigen Softwaretechnologien zu finden, wird die Geschäftsführung zu Rate gezogen. Denn am Ende müssen auch hier wieder gewisse Fachkräfte eingesetzt werden, um die einzelnen Prozesse im Auge zu behalten. Doch nicht nur die IT selbst sollte unterstützt werden, sondern auch die anderen Abteilungen und Bereiche.

Damit die Digitale Transformation im Unternehmen überhaupt eine Chance hat, muss die Geschäftsführung für Änderungen in den verschiedenen Geschäftsbereichen offen sein. Die Prozesse beginnen bei den administrativen Aufgaben, wie der Archivierung von Dokumenten und sie enden in Vertrieb und Kommunikation. Zudem sollte die Geschäftsführung für ein möglichst großes digitales Umfeld sorgen. Dies bedeutet, dass auch Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner das entsprechende System nutzen und die Kommunikation auf diese Weise zukünftig noch leichter ablaufen kann.

Damit Unternehmen jedoch besonders erfolgreich bleiben, sollten sie ihre Prozesse digitalisieren und schauen, was sie umstellen können. Es muss nicht immer soweit gehen, dass alles verändert wird. Wichtig ist hierbei auch, dass die Geschäftsführung die Schritte einzeln durchführt und die Mitarbeiter und Fachkräfte nicht überfordert werden. So kann zunächst auf die digitale Zustellung der Gehaltsabrechnung und dann auf die digitale Personalakte umgestellt werden.

Unternehmer sollten sich möglichst an andere Fallbeispiele halten und ihre Entwicklungen danach erstreben. So ist es immer gut, andere Unternehmen und Branchen zu betrachten und den Erfolg mit neuen Geschäftsprozessen zu prüfen. Welche Prozesse sind notwendig und welche zeigen sich bereits als längst überholt?

Personal

Das Arbeiten in der digitalen Unternehmenswelt bringt besonders für das Personal einige Herausforderungen mit sich. So müssen sich diese an neue Arbeitsweisen und Tools gewöhnen und auch die Struktur der Teams ändert sich immer häufiger. Neue Technologien bringen mit sich, dass sich der Arbeitsalltag zwar flexibel gestalten lässt, jedoch zunächst eine große Aufgabe für die Mitarbeiter darstellt.

Während die Fachkräfte an einer innovativen Digital-Strategie arbeiten, sind es die Mitarbeiter, die letztendlich die Entwicklung in der Hand halten. Im Laufe der Zeit treten neue Strukturen, Prozesse und Plattformen auf und die Mitarbeiter haben sich hier anzupassen.

Genau hier kommt es oftmals dazu, dass sich Mitarbeiter überfordert und nicht integriert fühlen. Doch nicht nur die Umstellung auf neue Programme und Prozesse stellt sich als Herausforderung dar. Auch das Denken und Handeln des Personals muss stimmen.

Zwar gibt es bereits viele Angebote in der Weiterentwicklung der Mitarbeiter, doch scheinen diese oftmals nicht auszureichen. Es geht an dem Nutzen vorbei und Mitarbeiter fühlen sich nicht dazu in der Lage, mit den neuen Prozessen zu arbeiten. Es bedarf somit individuellen Trainings, die auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter angepasst sind. Mit alten Denkmustern wird oftmals versucht, in der neuen Arbeitswelt zurechtzukommen. In vielen Unternehmen führt dies zu vermehrten Fällen von Burnout und Depression. Der Grund ist offensichtlich: Überlastung.

Mitarbeiter sollten daher individuell und so früh wie möglich auf die einzelnen Prozesse vorbereitet werden. Je länger die Mitarbeiter haben, um sich auf die neuen technologischen Prozesse vorzubereiten, umso einfacher fällt es ihnen letztendlich, diese erfolgreich zu bewältigen. Genau dies sehen immer mehr Mitarbeiter als Chance. So hoffen sie darauf, dass es im Hinblick auf Arbeitsinhalt und Arbeitszeit zukünftig flexiblere Modelle gibt.

Damit Mitarbeiter im Zeitalter der Digitalen Transformation nicht untergehen, bedarf es an einigen Fähigkeiten. Dazu gehören zum einen die sozialen Fähigkeiten, um sich auf neue Kooperationen einzulassen sowie kreative Skills, um innovative Lösungen zu schaffen. Ferner sollten die Mitarbeiter ein analytisches Denkvermögen besitzen, um die Informationsflut bewältigen zu können. Auch sollten sie technologische Skills mit sich bringen, um die digitalen Plattformen und Tools bedienen zu können.

Die Mitarbeiter von heute wollen nicht mehr im Dunkeln stehen. Sie wollen darüber informiert werden, was geschieht. Dies sollten sich Führungskräfte zur Aufgabe machen und eine gewisse Bandbreite an Wissen vermitteln. Denn Unwissen und Unsicherheit führen dazu, dass Mitarbeiter sich nicht mit ihren Aufgaben identifizieren können und die Ausführung wohlmöglich verweigern. Die Rolle jedes einzelnen Mitarbeiters sollte geklärt sein.

Interne Kommunikation

Die Einführung von Social Media darf nicht nur in der Gesellschaft, sondern auch in Unternehmen nicht ausbleiben. Unternehmen sollten sich dies zum Anlass nehmen, eine Plattform für ihre Mitarbeiter zu schaffen, damit diese zu jeder Zeit und von jedem Ort miteinander kommunizieren können. Wichtig ist hierbei, dass die Unternehmenskommunikation effektiv und transparent ist.

Insbesondere die Mitarbeiter sollten ein Verständnis dafür bekommen, wie die internen Kommunikationsmittel verwendet werden können. Das Grenzen überschreitende Arbeiten wird auf diese Weise noch effektiver und leichter. Auch die Zusammenarbeit von verschiedenen Teams und Abteilungen kann auf Basis von digitalen Kommunikationsmöglichkeiten besser stattfinden. Durch die Nutzung von E-Mails, einem internen Messenger und Skype Calls wird die globale Kommunikation innerhalb von Unternehmen zu einem Kinderspiel.

Hier sind einige Screenshots von einem Projektmanagement-Online-Programm

Was muss bei der Umstellung beachtet werden?

Es gibt viele Vorteile, welche die Digitale Transformation mit sich bringt. Von einer Kostensenkung bis hin zur Einnahmesteigerung sowie mehr Sicherheit orientieren sich immer mehr Unternehmen an den digitalen Technologien. Altbewährte Methoden geraten in den Hintergrund und werden von neuen Strategien aufgefrischt. Damit sich Unternehmen diese Vorteile jedoch überhaupt zunutze machen können, ist ein Umdenken gefordert. Zudem kann die Kostensenkung sicher nicht von heute auf morgen passieren. Es muss zunächst investiert werden.

Genau hier kommen viele Unternehmen ins Straucheln. Zwar sind die zahlreichen Möglichkeiten offensichtlich, doch ist der Weg dorthin kein leichter. Besonders im Hinblick auf die Umstellung auf digitale Prozesse müssen Unternehmen genauer hinsehen. So kann die Veränderung der Geschäftsprozesse mit sich bringen, dass Arbeitsplätze wegfallen und sich die Qualifikationen der Mitarbeiter ändern.

Strategische Handlungsempfehlungen

Damit der digitale Wandel im Unternehmen erfolgreiche Wege gehen kann, müssen Unternehmen dafür sorgen, dass die erforderlichen Handlungen getätigt werden. Am besten gehen Sie hier so vor, dass Sie sich eine Art digitaler DNA erschaffen. Damit ist gemeint, dass Sie sich strategische Richtlinien zurechtlegen, an denen Sie Ihre Geschäftsprozesse erweitern können. Es geht hier vorrangig darum, die bisherigen Prozesse weiter zu entwickeln und diese in den Fokus zu stellen.

Des Weiteren sollten sich Unternehmen die folgenden Fragen stellen:

1. Wo steht das Unternehmen aktuell?

Um sich ein besseres Bild davon zu machen, wo Sie aktuell stehen, sollten Sie sich mit der Frage beschäftigen, welche Unterschiede es aktuell zwischen Ihren Geschäfts- und Organisationsbereichen gibt. Wie groß ist die Kluft zwischen analog und digital und welche Digitalisierungsziele können gesetzt werden und welche werden bereits verfolgt? Indem Unternehmen sich ein Bild davon machen, wo sie aktuell stehen, können sie den weiteren Handlungsbedarf erörtern und den Aufbau der digitalen Struktur angehen.

2. Welche papierlastigen Prozesse gibt es noch?

Wie papierlastig sind die aktuellen Prozesse noch und welche Prozesse können noch besser an die Digitalisierung angepasst werden? Häufig entstehen Medienbrüche genau aus diesem Grund: Es wird nicht ausreichend digital gedacht und die Prozesse weisen nur ein geringes Potenzial auf. Anstatt per Social Media mit Kunden und Mitarbeitern zu kommunizieren, wird häufig noch immer auf Papier vertraut. Dies bringt nicht nur höhere Kosten mit sich, sondern auch eine längere Laufzeit für die Durchführung der einzelnen Prozesse.

3. Welches Potential liegt in Ihren Prozessen?

Starre Vorgehensweisen bringen in der Regel mit sich, dass sich kaum etwas verändert. Dies ist häufig in traditionellen Unternehmen der Fall. Während junge Unternehmen sich den digitalen Trend zunutze machen, sollten auch Sie sich ein Beispiel daran nehmen und Ihre Wertschöpfungsketten erkennen. Welches Potenzial liegt in Ihren Prozessen und welche neuen Wertschöpfungsmodelle können Sie für sich nutzen?

Während viele Unternehmen bereits auf die automatische Rechnungserstellung umgestellt haben, sollten auch weitere Vorgänge dahingehend überprüft werden, inwieweit diese aktualisiert werden können. Welche Abläufe sind veraltet und können durch digitale Verfahren erneuert werden? Anstatt die alten Prozesse jedoch nur zu aktualisieren, sollten diese möglichst auch an die aktuellen digitalen Technologien angepasst werden.

4. Haben Sie eine Roadmap?

Damit Teilerfolge möglichst schnell erzielt werden können, sollten überschaubare Digitalisierungsmaßnahmen vorgenommen werden. Eine Roadmap ist für die Durchsetzung unumgänglich und sollte die Basis für eine erfolgreiche Planung darstellen. Mit einer flexiblen Roadmap lassen sich Aufgaben schneller anpassen und erweitern. Hierzu bedarf es einer Priorisierung der Aufgaben und Projekte in entsprechende Kategorien.

5. Wie hoch ist Ihr Budget?

Jede Veränderung in Geschäftsprozessen bedarf einem gewissen Budget. Dies sieht bei der Digitalen Transformation nicht anders aus. Es müssen daher gewisse Investitionsplanungen gemacht werden, um die Prozesse auf wirtschaftlicher und leistungsfähiger Basis zu verbessern. Es ist jedoch nicht nur Sinn der Sache, ein kurzfristiges Budget für die Umstellung der Prozesse zu schaffen. Vielmehr sollten die Budgets der Geschäftsbereiche bereits bestehen und von vornherein priorisiert werden, damit die entsprechenden Investitionen getätigt werden können.

6. Digitale Mentalität

Es sollte die Aufgabe von Führungskräften sein, eine Digitalisierungskultur in das Unternehmen einzuführen. Die Bereitschaft, die digitalen Strukturen für sich zu nutzen,

sollte sowohl bei den Mitarbeitern als auch bei den Führungskräften vorhanden sein. Es sollte daher ein gewisses Interesse und Vertrauen gegenüber den neuen Technologien bestehen. Während viele mit den ständig neuen Entwicklungen nicht zurechtkommen, fühlen sie sich insbesondere von den neuen Technologien überfordert. Genau dies gilt es zu umgehen.

Ganzheitliches Verständnis

Bei der Digitalen Transformation geht es nicht nur darum, auf eine neue Technologie umzustellen und diese anzuwenden. Es ist bei Weitem mehr zu tun, als nur große Investitionen zu tätigen und die entsprechenden Prozesse den neuen Technologien anzupassen. Es sollte auch auf die Kundenerfahrung (Customer Experience) eingegangen werden, damit auch nachhaltig an den Zielen des Unternehmens gearbeitet werden kann.

Unternehmen sollten hier Schritt für Schritt vorgehen. Zunächst ist es notwendig, dass Sie sich Ihre aktuelle Situation genauer ansehen und schauen, welche Bestandteile der Digitalen Transformation besonders wichtig sind und womit Sie beginnen möchten. Hier gibt es verschiedene Vorgehensweisen und Sie sollten die Roadmap dazu nutzen, um stets flexibel agieren zu können. Hierzu können Sie sich an die folgenden Fragen halten:

1. Vision: Was ist Ihre Vision und was möchten Sie erreichen?
2. Budget: Inwieweit möchten Sie Ihr Budget für die digitale Umstellung nutzen?
3. Digitale Strategie: Haben Sie nur vereinzelte Lösungen vorliegen oder basiert Ihre Zukunft auf einer gut durchdachten, langfristigen Strategie?
4. Führung: Sind Führungskräfte und Geschäftsführung in die Organisation und Koordination integriert und besitzen entsprechende Verantwortungen?
5. IT: Sind die Voraussetzungen gegeben, damit Business und IT eng zusammenarbeiten können?

Das digitale Geschäft erhöht die Anforderungen an die einzelnen Bereiche im Unternehmen und sollte daher entsprechend umgestellt werden. Dies gilt sowohl für die Geschäftsführung als auch die einzelnen Abteilungen und Mitarbeiter. Der operative Wandel kann nur dann geschehen, wenn IT mit Business sowie Führungskräfte mit Mitarbeitern zusammenarbeiten.

Auch extern sollten Sie sich nach möglichst zuverlässigen Partnern umschaun, mit denen Sie langfristig zusammenarbeiten können. Was sind die Stärken anderer, die Sie für sich nutzen können? Kennen Sie Ihr Schwachstellen, können Sie Geschäftspartner dafür nutzen, um die Lücken zu schließen. Tauschen Sie sich mit Geschäftspartnern auf einer regelmäßigen Basis aus und schauen Sie, dass Sie sich an Ihren eigenen Zeitplan orientieren können. Lassen Sie sich von externen Parteien nicht unter Druck setzen.

Der digitale Wandel betrifft somit nicht nur das Handeln selbst, sondern auch die Denkweise des Unternehmens und seiner Kunden. Es geht darum, sich in die Kunden möglichst gut hineinzusetzen und zu schauen, wie die Zielgruppe funktioniert. Das Handeln im Internet bringt mit sich mit, dass Prozesse immer schneller ablaufen und Unternehmensprozesse sich daran anpassen. Unternehmen müssen schneller reagieren und ihren Kunden zeigen, dass sie immer am Ball sind. Eine Aufgabe, die nicht jedem leichtfällt!

Genau hier sollten Unternehmen ansetzen und schauen, dass sowohl auf Personal- als auch auf Prozessebene die Voraussetzungen gegeben sind. Welche Apps dienen dazu, den Kunden noch besser und näher zu erreichen und wie kann ein noch schnelleres Handeln des

Kunden erzielt werden? Die veränderte Nutzung der IT von Kunden führt dazu, dass auch Unternehmen sich anpassen haben.

Während sich immer mehr Kunden auf Social-Media-Kanälen und in Apps nach Informationen umsehen, sollten auch Unternehmen diesen Weg gehen. Durch das veränderte Handeln sind auch die Denkprozesse verändert worden. Kunden werden anders betrachtet und die Strukturen im Unternehmen entsprechend angepasst. Wichtig ist hierbei vor allem, dass Sie Ihre Geschäftsziele während der Umstellung auf die Digitale Transformation nicht aus den Augen verlieren.

Besonders im Hinblick auf die verschiedenen Geschäftsmodelle kommt es häufig zu Irritationen und Fehlentscheidungen. Das Geschäftsmodell stellt jedoch die Basis des Unternehmens dar und offenbart, wo Kunden und Geschäftspartner ihren Nutzen ziehen können. Das Geschäftsmodell trennt sich deutlich vom Wettbewerb und festigt die Kundenbeziehungen. Durch die Erstellung des neuen Geschäftsmodells kann das Nutzen für Partner und Kunden dafür genutzt werden, um die unternehmerischen Umsätze langfristig zu steigern.

Im Geschäftsmodell selbst gibt es verschiedene Elemente, die zum Tragen des Erfolgs führen. Während Partner und Kunden die wichtigsten Bestandteile darstellen, sollten Elemente wie der Nutzen und die Wertschöpfung jedoch nicht außeracht gelassen werden. Zudem sind auch die Finanzen ein wichtiger Faktor. Hierzu zählen sowohl die Umsätze als auch die Kosten. Es gilt, die verschiedenen Elemente miteinander zu kombinieren, um somit ein nachhaltiges, flexibles Konzept für das Geschäftsmodell erstellen zu können.

Umstellung von verschiedenen Bereichen

Damit es bei der Umstellung in Ihrem Unternehmen reibungslos abläuft, sollten Sie sich über die einzelnen Schritte bewusst sein. Hierzu zählen nicht nur die einzelnen Prozesse, sondern auch Arbeitsinhalte und die Arbeitsorganisation. Es ist wichtig, dass alle Bereiche beachtet und nahtlos an die Digitalisierung angepasst werden. Hierzu bedarf es der Anleitung der Mitarbeiter und Führungskräfte.

Arbeitsinhalte

Sobald die einzelnen Prozesse umgestellt werden, wird schnell angenommen, dass sich auch die Arbeitsinhalte verändern. Dies ist nur bedingt wahr, da sowohl Bedarf, Produktion als auch der Vertrieb gleichbleiben. Was sich jedoch ändert, ist die Art und Weise, wie diese Schritte zukünftig ablaufen. Verkauft ein Unternehmen Drucker und andere technische Geräte für Büros, wird dies sich mit der digitalen Umstellung nicht ändern. Was sich jedoch ändern wird, ist die Art und Weise des Vertriebs.

Unternehmen, die ihre Arbeitsinhalte auf die Digitalisierung anpassen, werden zukünftig mehr Möglichkeiten haben, ihre Ware zu verkaufen. Durch die Einführung von neuen Technologien und intelligenten Business Solutions wird es unter anderem möglich sein, sich besser mit Lieferanten und Kunden zu vernetzen und die bisherige Kommunikation zu erleichtern. Genau dies stellt in innovativen Unternehmen den ersten Schritt dar. Durch die Automatisierung wird die Kommunikation vereinfacht.

Unternehmen sollten sich jedoch bewusst sein, dass die bisherigen Aufgaben nicht komplett verschwinden. Man sollte sich daher nicht zu sehr auf die Fortschritte der Digitalisierung verlassen, sondern hier genauer hinschauen. Das Gegenteil ist hier der Fall: Mitarbeiter müssen dazu angeleitet werden, die eingeführten Programme bedienen zu können. Die Programme ersetzen somit nicht das Denken der Mitarbeiter, sondern erweitern dieses.

Auch wenn Programme für die Erstellung und Analyse von Daten eine große Hilfe darstellen, sollten Unternehmen sich darüber im Klaren sein, dass für die Recherche der Daten und die Entscheidung für weitere Schritte noch immer ein Mensch benötigt wird.

Arbeitsprozess

Die wohl schwierigste Aufgabe ist es, altbewährte und gewohnte Arbeitsprozesse neu zu definieren und durch neue Methoden zu ersetzen. Dies bringt nicht nur in einzelnen Abteilungen, sondern im gesamten Unternehmen starke Veränderungen mit sich. Da die digitalen Produkte und Modelle in der heutigen Zeit wesentlich schneller auf den Markt reagieren als noch vor vielen Jahren, sollten die entsprechenden Vorbereitungen getroffen werden. Denn der neue Arbeitsprozess kann innerhalb weniger Wochen bereits implementiert sein.

Während es in der Regel die Mitarbeiter sind, die sich mit den neuen Prozessen schwertun, haben sich die Kunden schnell an die neuen Prozesse gewöhnt und zeigen sich hier durchaus flexibel. Kunden und Unternehmen treffen hier aufeinander, denn Kunden erwarten von Unternehmen mittlerweile eine offene Haltung gegenüber neuen technologischen Möglichkeiten. Sie erwarten von Unternehmen, dass diese sich individuell an das Kundenverhalten anpassen und schnell reagieren.

Stellen Kunden fest, dass die Reaktionszeit nicht den Erwartungen entspricht und die Konkurrenz hier einige Schritte voraus ist, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass sie sich an den Konkurrenten wenden und zukünftig die Produkte bei diesem kaufen. Kundenservice ist ein wichtiger Faktor, wenn es darauf ankommt, die Prozesse anzupassen und sich langfristig und sicher dem unternehmerischen Erfolg zu nähern.

Durch die Automatisierung von Arbeitsprozessen ist genau dies möglich: Sie verkürzt die Wege von der Anfrage bis hin zur Auslieferung des Produkts an den Kunden. Arbeitsprozesse können effizienter und effektiver strukturiert werden und die digitale Darstellung geht ihren Weg. Aktuelle Arbeitsprozesse und Geschäftsmodelle dürfen hier keinesfalls im Wege stehen und sollten stets mit den bestehenden Prozessen übereinstimmen. Innovative Unternehmen wissen demnach, was sie zu tun haben: Arbeitsprozesse verkürzen, indem die einzelnen Vorgänge automatisiert werden.

Arbeitsorganisation

Während Arbeitsinhalte und -prozesse erneuert und zunehmend flexibler werden, wird auch die Arbeitsorganisation angepasst. Globale digitale Tools sowie Technologien für die Produktion und Kommunikation sorgen dafür, dass weniger Ressourcen gebraucht werden. Die Globalisierung bringt für Unternehmen somit ihre Vorzüge mit sich und die Arbeit kann besser eingeteilt werden.

Die Verteilung vom Potenzial der Digitalisierung auf die verschiedenen Bereiche bringt mit sich, dass doppelt bestehende Vorgänge und Wiederholungen ausbleiben und die Vorgänge automatisiert werden. Insbesondere Vorgänge, welche die Datenverarbeitung ansprechen, können mithilfe von neuer, intelligenter Software ersetzt und automatisiert werden. Die Arbeitsrollen von Mitarbeitern werden neu aufgesetzt und es entstehen weitere neue Positionen.

Welches interne Knowhow ist notwendig?

Die Digitale Transformation führt dazu, dass sich nicht nur das Verhalten der Gesellschaft ändert, sondern auch die Erwartungen an Unternehmen. Die zunehmende Veränderung der Gesellschaft im Hinblick auf die Verwendung von digitalen Technologien beschleunigt viele

Vorgänge und die Gesellschaft verlangt nach Anpassungen in Unternehmen. Bestellungen werden heute nicht mehr im Ladenlokal aufgegeben, sondern digital per Apps und auf Websites. Auch die Suche nach dem passenden Handwerker geschieht über Kundenbewertungen auf Online Plattformen und auch die Rekrutierung von neuem Personal läuft immer häufiger online ab. Mobile Endgeräte definieren neue Vorgehensweisen in Unternehmen und sie bestimmen die Zukunft.

Unternehmen sollten daher dafür sorgen, dass neue Rollen geschaffen werden, welche die Digitale Transformation überwachen (z.B. Chief Digital Officer). Durch den äußeren Druck, der auf Unternehmen entsteht, werden diese dazu geführt, Arbeitnehmer und Führungskräfte im Bereich der neuen digitalen Technologien mit dem entsprechenden Wissen auszustatten. Auch sollten Partner gefunden werden, welche sich auf die Digitalisierung spezialisiert haben.

1. Einsatz von Digitalisierung in Schnittstellen

Die Einführung von digitalen Technologien ist ein komplexer Prozess, der eine gewisse Zeit beansprucht. Mitarbeiter, Führungskräfte und Geschäftspartner sollten an die neuen Prozesse langsam herangeführt werden. Auf diese Weise können digitale Medien nicht nur im privaten Umfeld, sondern auch im beruflichen Alltag eingesetzt werden.

Damit die Digitalisierung in Unternehmen das volle Potenzial entfalten kann, sollten Mitarbeiter nicht eingegrenzt werden. Es gilt, sowohl die jüngere Generation als auch ältere Generationen mit ins Boot zu holen und diese an die modernen Arbeitsweisen heranzuführen. Hier bedarf es etwas mehr Feingefühl an den Schnittstellen und Führungskräfte sollten genau aufpassen, dass die Prozesse reibungslos ablaufen.

2. Etablierung digitaler Produkte

Die Automatisierung von entsprechenden Vorgängen kann sich auf alle Schnittstellen positiv auswirken, sofern diese Schritt für Schritt eingeführt werden. Das Gleiche gilt für die Etablierung von digitalen Produkten. Wie werden diese bestmöglich eingeführt und welche IT-Infrastruktur muss dafür vorliegen? Es ist die Aufgabe von IT und Geschäftsführung, die digitalen Produkte einzuführen und die Mitarbeiter bestmöglich auf die zukünftigen Änderungen vorzubereiten.

Neue Produkte bringen vor allem eines mit sich: Neue Verhaltensweisen und Möglichkeiten. Nachdem die Phase der Anpassung angegangen wurde, können sich Unternehmen mit der Phase der Wertschöpfung beschäftigen. Es geht darum, die Phasen so einfach wie möglich darzustellen und sich an die Bedürfnisse anzupassen. Das gilt insbesondere in Bereichen der Auslagerung, von der Herstellung an Dienstleister oder die teilweise Digitalisierung von Produkten.

Anstatt gleich große, komplexe Vorgänge anzugehen, sollten Unternehmen sich auf die kleinen Vorgänge konzentrieren. Auf diese Weise sind Prozesse schneller umgesetzt und die Kosten fallen geringer aus. Hier sollten besonders die E-Commerce Strategien genauer betrachtet werden. Wie können diese noch besser angegangen und in das aktuelle Geschäft eingeführt werden? Es bedarf hier gewissen Strukturen, die sich an die neuen Geschäftsmodelle anpassen lassen.

3. Schulungen der Mitarbeiter und Führungskräfte

Damit Sie möglichst viel aus Ihrem Unternehmen herausholen, sollten Sie sich um das Training und die Fortbildung Ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte kümmern. Die

Digitalisierung soll das Arbeitsleben einfacher und nicht komplizierter machen. Genau darüber sollen Sie sich im Klaren sein und Ihre Mitarbeiter dazu motivieren, sich an die neuen Prozesse anzupassen. Auch wenn neue Digitalstrategien zunächst blockiert werden, können Sie Ihren Mitarbeitern die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Vorteile vor Augen führen.

Nutzen Sie Experten, um Ihre Mitarbeiter und Führungskräfte auf die neuen Strategien vorzubereiten. Mithilfe von Schulungsprogrammen und Trainings können Sie sich unterstützen lassen, das Knowhow Ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte zu fördern. Besonders für die Zukunft Ihres Unternehmens wird es immer wichtiger werden, die Aufgaben Ihrer Mitarbeiter zu unterstützen und auch im Hinblick auf die Digitalisierung an die Hand zu nehmen.

Finden Sie den richtigen Dienstleister!

Genau wie Ihre Kunden sollten auch Sie sich auf die Suche nach dem richtigen Dienstleister begeben. Das gilt insbesondere dann, wenn Sie Ihre IT-Strukturen anpassen und Ihren Kunden einen gewissen Mehrwert schenken möchten. Warten Sie hier nicht länger und passen Sie möglichst bald Ihre Geschäftsmodelle und Geschäftsstrukturen an. Ihr Wettbewerb steigt stetig und auch in der digitalen Welt tut sich immer mehr. Reale und digitale Prozesse verschmelzen und es ist die Aufgabe jedes Unternehmens, zukunftsorientiert nach vorne zu blicken.

Sorgen Sie dafür, dass die wichtigsten Daten für Kunden und Mitarbeiter online zu finden und jederzeit abrufbar sind. Stellen Sie sich die Herausforderung und nutzen Sie externe Dienstleister wie Nabenhauer Consulting, um sich von Online Marketing Spezialisten in dieser Aufgabe unterstützen zu lassen. Wir versorgen Sie mit allem, was Sie für einen erfolgreichen Internetauftritt benötigen: Aktuelle Blog-Beiträge, einen starken Social Media Auftritt, Direct Mailings, Suchmaschinenoptimierung, Content-Marketing und mehr.

Wir sorgen dafür, dass Sie in Google noch schneller gefunden werden und der Traffic auf Ihren Webseiten steigt. Hierzu setzen wir Keyword-Leitsysteme ein und übernehmen für Sie die Eintragung in relevante Portale, Webkataloge und Verzeichnisse. Hierzu schauen wir uns auch Ihren Webauftritt genauer an und erklären Ihnen, wo noch Optimierungsbedarf besteht.

Mit uns automatisieren Sie Ihre Marketing-Prozesse. Wir versenden für Sie zeitversetzte, automatisierte Emails an Ihre Kunden, die dazu dienen, dass weniger Leerlaufzeiten entstehen und Kunden schneller auf Sie zukommen. Mit einem zentralen Zugriff kann jeder Mitarbeiter sich in die Programme einwählen und die Emails einsehen. Nutzen Sie den Service von Nabenhauer Consulting <https://nabenhauer-consulting.com/digitale-transformation/> und sparen Sie sich wertvolle Zeit!

Über den Autor:



Robert Nabenhauer ist seit über 15 Jahren als erfolgreicher Unternehmer tätig. Er sagt über sich selbst: „Ich bin ein unternehmerischer Mensch mit hohem Eigenantrieb und Leistungswillen, der aufgrund seiner Grundüberzeugung viel fordert, aber auch viel geben kann.“ Von seinen Kunden und Partnern wird er als Geschäftsmann mit Herz geschätzt, der die als Praktiker gewonnenen Erkenntnisse verteidigt, auch wenn sie unbequem für andere sein mögen. Sein Motto lautet: „Business mit Herz ist möglich, nötig – und rechnet sich!“ Überdies ist Robert Nabenhauer Profi für die Automatisierung der Vertriebsanbahnung durch den Einsatz von Social-Media-Marketing. Seit 2006 nutzte Robert Nabenhauer sein Know-how, um den Vertrieb seiner Handelsagentur durch die konsequente Anwendung von Social-Media-Marketing zu automatisieren. Besonders XING nutzt Nabenhauer intensiv. Seit dem Jahr 2006 ist er XING-Profi-Anwender und hat sich als Gründer und Moderator der XING-Gruppen Social Network Marketing (seit 2009) sowie PreSales Marketing (seit 2010) positioniert. Das Ergebnis seiner Aktivitäten zur Vertriebsanbahnung auf Basis von Social-Media-Aktionen ist beeindruckend: Neben einem enorm angestiegenen Bekanntheitsgrad der Person Robert Nabenhauer und des Unternehmens Nabenhauer Verpackungen konnte sein Unternehmen eine durchschnittliche Umsatzsteigerung von 30 Prozent jährlich verzeichnen! Mehr Info [hier](#) ►

Des Weiteren ist Nabenhauer Autor

- des Ratgebers „Der PreSales Marketing Kundenmagnet“ So gewinnen Sie automatisch neue Kunden im Web sowie
- des Fachbuchs „Der PreSales Marketing Praxisleitfaden“ XING erfolgreich nutzen und
- des Sachbuchs „Ich kenn dich – darum kauf ich!“ Warum in der neuen Wirtschaft vor dem Geschäft die persönliche Beziehung steht .

Kontakt

Nabenhauer Consulting
Robert Nabenhauer
Weidenhofstrasse 22
CH-9323 Steinach
[info\(at\)nabenhauer-consulting.com](mailto:info(at)nabenhauer-consulting.com)
www.nabenhauer-consulting.com
Servicenummer Deutschland: Tel. +49 (0) 18 05 – 55 83 31
Servicenummer Schweiz: Tel. +41 (0) 8 44 – 00 01 55

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

Bilderquellen:

<https://pixabay.com/en/monitor-binary-binary-system-1307227/>

<https://pixabay.com/en/media-social-media-apps-998990/>

<https://pixabay.com/en/internet-whatsapp-smartphone-3113279/>

<https://pixabay.com/en/logistics-truck-frachtschiff-group-3125131/>

<https://pixabay.com/en/bundle-jute-rope-newspaper-1853667/>

<https://pixabay.com/en/computer-computer-code-programming-1836330/>

<https://pixabay.com/en/board-electronics-computer-453758/>