

Die digitale Transformation



Durch ein paar Änderungen, neue Software eventuell neue Hardware, eine neue Unternehmensstrategie und motivierte Mitarbeiter, erreichen Sie mehr Kunden, machen mehr Umsatz und arbeiten effizienter. Das sind die Versprechen der digitalen Transformation.

Doch was steckt tatsächlich dahinter? Kann man als KMU überhaupt mit der Digitalisierung mithalten? Wie findet sich der Mittelstand mit all den neuen Medien, Kommunikations- und Auswertungsmöglichkeiten zurecht. Wie und wo erreicht er seine Kunden und sind diese immer noch dieselben wie vor 10 Jahren?

Im Allgemeinen beinhaltet die Digitalisierung die Neudefinition fast aller geschäftsrelevanten Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren. Als Basis muss das Verständnis der strategischen Dimension des Ganzen geschaffen werden: Entwicklung von Ideen, Konzepten und Vorgehensweisen sind der Grundbaustein. Auch die Erkenntnis, dass es sich um einen kontinuierlichen Prozess handelt, der keine Umstellung von heute auf morgen abverlangt, gehört zu den ersten Schritten in Richtung Digitalisierung.

Nachfolgend werden einige Aspekte der Digitalisierung in Form einer „Roadmap“ aufgeführt und erklärt.

1) Vernetzung

Durch interne Vernetzung und direkten digitalen Austausch kann Wissen auf einer breiteren Ebene verfügbar gemacht werden. Das gilt natürlich auch für Unternehmen untereinander. Ein gutes Medium dafür sind soziale Medien, Business-Netzwerke oder auch Online-Projekträume. Intern und extern kann nun zeit- und ortsunabhängiger Wissensaustausch stattfinden.

Ganz allgemein sind Informationstechnologien der Schlüssel für einen erfolgreichen digitalen Wandel. Aber die komplexen Zusammenhänge im Detail sind nebenrangig. Wichtig ist die Fähigkeit der Bewertung von Mehr- und Nutzwerten der digitalen Technologien im eigenen Unternehmen. Dabei kommt es auch darauf an selbst die Initiative zu ergreifen und einen ergebnisorientierten Umsetzungsplan zu erstellen, bei dem bereits anfangs sichtbare und messbare Ergebnisse erzielt werden können.

2) Positionierung

Gefordert sind Lösungen, die Entscheidungen beschleunigen und Ressourcen sparen. Der Ansatzpunkt dafür ist eine einfachere Kommunikation mit Personen und den Märkten. Mit der Verlagerung verschiedenster Bereiche des Unternehmens in die Internet ist das Unternehmen allgegenwärtig. Die neuen Leistungen, die daraus entstehen, sorgen gleichzeitig für neuen Mehrwert Ihrer Kunden.

Hilfreich dabei ist ein Soll-Ist-Vergleich. Wo steht das Unternehmen bezüglich Digitalisierung jetzt? Was sind die Ziele des Unternehmens, die mittels Digitalisierung umgesetzt werden sollen? Wo sollten die Schwerpunkte gelegt werden?

Durch Interne Workshops helfen werden gemeinsame Grundlagen geschaffen, auf denen zukünftig aufgebaut werden kann und eine Analyse der Felder des Unternehmens kann erarbeitet werden, in denen Digitalisierung sinnvoll wäre.

Die gezielte Veränderung ist hier das Stichwort.

3) Mitarbeiter

Jetzt sind Mitarbeiter gefragt, die alte Arbeitsstrukturen mit internem Konkurrenzverhalten und Silodenken durch offene Arbeitsweisen und starker Kommunikation austauschen.

Sehr wichtig ist Kommunikation der Mitarbeiter untereinander. Das erfordert auch die gegenseitige Unterstützung von Jung und Alt in einem zunehmend digitalen Alltag.

Auch der Begriff „Arbeitsplatz“ wird komplett neu definiert. Es geht nicht mehr nur um eine physische Anwesenheit an einem Desktop Arbeitsplatz im Büro. Der Vernetzungsgedanke beinhaltet eine Lösung, die es ermöglicht zeit- und ortsunabhängig zusammenzuarbeiten.

Mittlerweile reichen oft ein Computer, ein Internetanschluss und ein Telefon aus, um zeit- und ortsungebunden zu arbeiten. Dadurch wird dem Unternehmen ein großes Potential an ausgebildeten und talentierten möglichen Mitarbeitern eröffnet.

4) Auswertung

Für eine interne Neustrukturierung sollte der Kunde unter die Lupe genommen werden bezüglich seiner digitalen Angewohnheiten und Interessen.

Ihre Firmenwebsite ist einer der wichtigsten Kontaktpunkte zum Kunden. Sie sollte eine ununterbrochene Kommunikation ermöglichen, interaktiv, aktuell und zielgruppenspezifisch sein. Nicht zu vernachlässigen sind als Kontaktpunkte auch die sozialen Medien.

Durch gezielte Analyse von Erwähnungen des Unternehmens oder Ihrer Produkte in sozialen Medien oder aller laufenden Transaktionen können neue Trends oder Marktentwicklungen schneller erkannt und umgesetzt werden.

Um den offenen Austausch zwischen Mitarbeitern und Abteilungen zu gewährleisten und das Serviceverständnis zu kultivieren, können CRM-Systeme (Customer Relationship Management - Kundenbeziehungsmanagement) eingeführt werden.

5) Projektmanagement

Aufgrund der wachsenden Dynamik und den raschen technologischen Entwicklungen sollten auch Ihre Produkte und Services eher als zeitlich begrenzte Projekte aufgefasst werden.

Eine Kollaboration mit externen Partnern sorgt für bessere Vernetzung und Wettbewerbsvorteil.

Flexible interne und externe Zusammenarbeit ist hier ein wichtiger Aspekt. Abläufe die durch Team Collaboration und Cloud-Computing abgewickelt werden, haben den Vorteil, dass Probleme in Echtzeit gemeinsam gelöst werden können, ohne anfallende Reisekosten und Zeitverlust (Videokonferenzen).

Vergessen Sie aber nie, Ihre Kunden weiterhin mit ausgezeichneten digitalen Wissens-, Service- und Interaktionsangeboten von Anfang bis Ende zu unterstützen.

Jeder Kunde kann sich jederzeit im Netz über alles informieren, weswegen Ihr Produkt- und Dienstleistungsportfolio umgeben sein sollte von einer digitalen Wissenswelt. Diese beinhaltet richtig aufeinander abgestimmten Inhalte und verfügt über Referenzen.

6) Arbeitsplatz

Der Arbeitsplatz ist mittlerweile vom Aufenthaltsort und vom eingesetzten Endgerät unabhängig. Um auch diese Umstellung zu meistern, sollte eine digital mobile Strategie entwickelt werden.

Dabei stellt sich die Frage welche Unternehmensziele sollte Ihr Unternehmen mobil unterstützen?

Ein paar Möglichkeiten dieser Fragestellung wären die allgemeine Steigerung der Effizienz von Arbeitsabläufen, der Produktivität der

Mitarbeiter, der Umsätze und der Marktanteile. Eine Verbesserung des Service-Spektrums und der Service-Qualität für ihre Kunden sollte nicht außer Acht gelassen werden.

Bei der Entwicklung einer digitalen mobilen Strategie ist es wichtig die Zielgruppe und Ihre Kunden so gut wie möglich zu kennen. Es stellen sich in diesem Zusammenhang viele Fragen in Bezug auf Nutzung, Darstellung und Informationsinhalt, Art des Zugriffs auf den mobilen Endgeräten und vieles mehr. Nicht zu vergessen ein durchdachtes Sicherheitskonzept.

7) Sicherheit

Sicherheit aller digitalen Medien wird oft vernachlässigt. Oft wird festgestellt, dass die IT-Sicherheit nicht auf dem aktuellsten Stand ist. Es geht nicht mehr alleine um Desktop-PCs im Büro. Auch mobile Endgeräte müssen berücksichtigt werden.

Ihre IT-Sicherheitsstrategie sollte folgende Punkte beinhalten:

- Mobile Endgeräte mit Nutzererkennung und Passwort
- Die Möglichkeit des Fernlöschens von Daten sowie die Sperrung gehackter Geräte
- Schulung der Mitarbeiter bezüglich IT-Sicherheit
- Nutzung von öffentlichen WLAN nur durch VPN
- Aktuelle Betriebssysteme
- Verschlüsseln der Daten

Auch rechtlich müssen Vorkehrungen getroffen werden, wenn es um Daten- und Identitätsschutz geht. Es muss bewusst mit Informationen umgegangen werden. Wann, was, wo und für wen öffentlich/sichtbar ins Netz gestellt wird. In diesem Zusammenhang sollte auch genau überlegt und geregelt sein, wer auf welche Daten Zugriff bekommt, denn „das Internet vergisst nichts“.

Um Ihr Unternehmen der „Industrie 4.0“ anzupassen, muss eine strukturierte Vorgehensweise in Zusammenarbeit mit Ihren Mitarbeitern etabliert werden, In verschiedensten Zeitschriften, Websites und Foren finden Sie hilfreiche Anregungen und Tipps. Unter anderem wurde auf der Cebit, der bekanntesten und wichtigsten „Computer Messe“, dieses Thema aufgegriffen und konkrete Anleitungen zur digitalen Transformation anhand einer Digital-Roadmap erläutert. (<http://www.cebit.de/de/teilnahme-planung/mittelstand-kmu-roadmap/>)