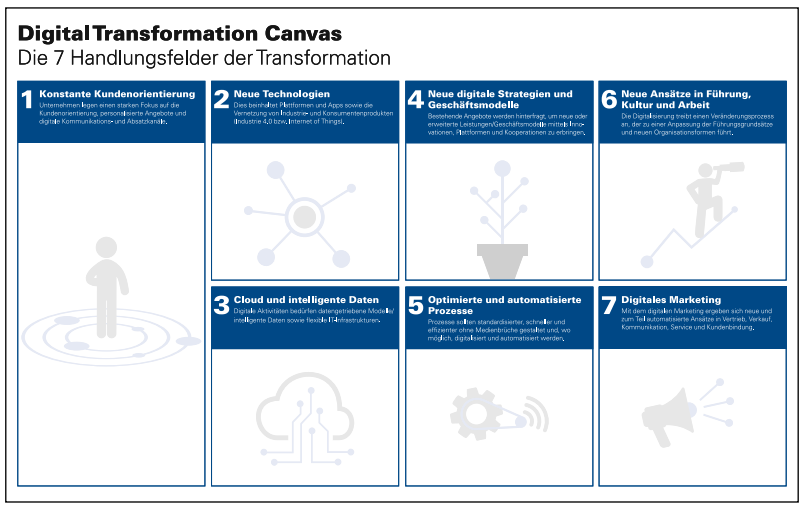
Publireportage

KMU-TRANSFORMATION – Studie der FHNW Hochschule für Wirtschaft zur Umsetzung der digitalen Transformation (Teil 6).

Die digitale Transformation erfolgreich umsetzen

Die FHNW Hochschule für Wirtschaft hat in einer grossen Schweizer Studie die sieben Handlungsfelder der digitalen Transformation identifiziert. Dazu gehören die konstante Kundenorientierung, digitale Geschäftsmodelle, neue Führungsansätze und Arbeitsformen, optimierte und automatisierte Prozesse, das digitale Marketing sowie der Einsatz neuer Technologien, aussagekräftiger Daten und der Cloud.

Das Ziel der digitalen Transformation ist es, ein Unternehmen in eine Form zu führen, in der es im digitalen Zeitalter eine wettbewerbsfähige Position erreichen und diese erhalten kann. Um dies zu realisieren, starten Unternehmen Transformationsinitiativen, welche den Markt und die interne Wertschöpfung berücksichtigen und aufgrund einer erarbeiteten Strategie die Umsetzung in den sieben Handlungsfeldern definiert.



Der Canvas (Raster) zur Unterstützung von Workshops zur digitalen Transformation.

QUELLE: FHNW-HSW

Wie konkret vorgehen?

Die digitale Transformation kann als Strategieinitiative geplant werden, welche dann in mehreren Projekten umgesetzt wird. Ausgehend von der aktuellen Situation des Unternehmens wird in einem ersten Schritt eine Maturitätsanalyse durchgeführt (vgl. Link im Kasten), um die wichtigsten Indikatoren für das Transformationsvorhaben zu definieren. Dies ermöglicht eine erste Diskussion und die Bestimmung von Prioritäten.

In einem zweiten und dritten Schritt findet in der Analysephase eine Auseinandersetzung mit den sieben Handlungsfeldern statt und erste Projektvorhaben werden beschrieben. Aus externer Sicht werden die Kunden, der Markt und die neuen Technologien diskutiert; aus der internen Sicht die Prozesse, Kultur und Führungsansätze, Leistungen und Daten beschrieben. Hierzu kann ein Canvas bzw. Raster (vgl. Abbildung und Link im Kasten) in Workshops eingesetzt werden.

Im vierten Schritt, der Strategieentwicklung, werden die digitale Vision und das einzigartige Leistungsversprechen beschrieben. Hier werden die Marktleistung und die Kernprozesse des Unternehmens definiert. Dazu gehören die Erkennung digitaler Kundenbedürfnisse, die Entwicklung und Umsetzung digitaler Geschäftsoptionen und die organisatorische Einbindung und Nutzung dieser neuen Geschäftsoptionen.

Die daraus entstehende Roadmap (der Umsetzungsplan) im fünften Schritt beinhaltet im klassischen Sinn die Definition von Teilprojekten. Es bietet sich an, einen machbaren Projektumfang zu definieren, mit externen Partnern zu arbeiten, und wo sinnvoll, schnelle Erfolge (Quick Wins) zu identifizieren.

Im sechsten Schritt werden die Elemente des Change Management, der Leadership und der Kulturentwicklung vorbereitet. Hier sind die gemeinsame Erarbeitung der Werte und Verhaltensgrundsätze/-regeln für alle Mitarbeitenden (inkl. der Führungsebene) sowie die Förderung und Weiterbildung der Mitarbeitenden zentral.

Schlussendlich, im siebten Schritt, wird das erneuerte Unternehmen mit seinen digitalen Leistungen vermarktet. Dazu gehören Marketing-, Vertriebs-, Verkaufs- und Serviceteams sowie die Rückmeldung von Marktinformationen in das gesamte System, um laufend neue Potenziale zu identifizieren und die Wertschöpfungskette zu verbessern.

Zusammenfassung

Die digitale Transformation bietet eine Grundlage, um ein Unternehmen zu erneuern. Das Vorhaben kann als strategische Initiative geplant und umgesetzt werden, wobei die sieben Handlungsfelder der Transformation eingesetzt werden sollten. Verschiedene Online-Plattformen und Werkzeuge (vgl. Kasten) stehen für die erfolgreiche Umsetzung zur Verfügung.

Marc K. Peter, Projektleiter FHNW

PROJEKTSCHRITTE

... zur digitalen Transformation

1. Maturitätsanalyse zur Potenzialeinschätzung
2. Externe Analyse: Kunden, Markt und Technologien
3. Interne Analyse: Prozesse, Kultur und Führung, Leistungen und Daten
4. Digitale Vision, Strategie und Soll-Prozesse
5. Roadmap mit Projekten und Quick Wins
6. Digital Leadership und Change Management
7. Vermarktung mit Fokus auf digitales Marketing

LINKS

... der FHNW Hochschule für Wirtschaft

- Studie zur digitalen Transformation: www.kmu-transformation.ch
- Maturitätsanalyse: www.kmu-transformation.ch/maturitaetsanalyse
- Canvas (Workshop Raster): www.digital-transformation-canvas.net
- Spin-off zur KMU-Unterstützung: www.abilicor.ch
- Weitere Informationen: www.fhnw.ch/digital

DIE SPONSOREN

Die FHNW Hochschule für Wirtschaft bedankt sich bei den Sponsoren und Forschungspartnern: PostFinance, Abacus, swisscard AECS, Die Post, Dreamlab, Schweizerische Gewerbezeitung, KMU Next und Nemuk.

ANZEIGE