

Digitale Zeiten brauchen digitale Strategien

Volker Messerschmitt



Wie können
Unternehmen die
bevorstehenden
Herausforderungen
meistern?

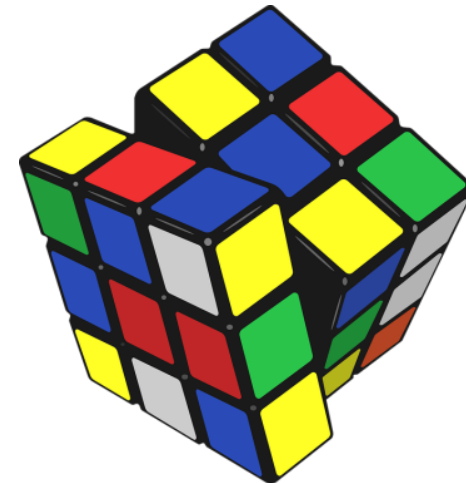


Schritt 1: Standortbestimmung

- Wo steht Ihr Unternehmen heute im Vergleich zum Branchendurchschnitt
- Wie definieren Sie Ihre aktuelle Kundenstrategie?
- Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich Ihre Zielgruppe in den nächsten fünf Jahren verändert?
- Was ist Ihre Interessengruppe der Zukunft?
- Wie bewerten Sie die Zukunftsfähigkeit Ihres aktuellen Geschäftsmodells?
- Welche Tendenzen sind am Markt zu erkennen? In welche Entwicklungsspirale drehen Sie sich jetzt schon hinein? Wie können Sie diese Veränderung beeinflussen?

Schritt 2: Digitaler Wissenstand

- Wie steuert die Digitalisierung heute schon Ihr Unternehmen und die Kommunikation mit Ihren Kunden?
- Zeichnen Sie diesbezüglich bereits heute Veränderungen ab?
- Wie hoch werten Sie den Digitalisierungsgrad Ihres Unternehmens?
- Sind Wettbewerber digital bereits weiter?



Schritt 3: Emotionalisierung

- Was sind Kittelbrennfaktoren Ihrer Kunden aus Ihrer Sicht?
Was sind die Standpunkte Ihrer Mitarbeiter, Partner und Kunden?
- Wie können Sie Ihre Mitarbeiter zu Trendscouts für Kittelbrennfaktoren Ihrer Kunden machen?
- Wie können Sie Ihre Mitarbeiter zum Querdenken beziehungsweise zum digitalen Denken motivieren?
- Was sind die wahren brennenden Problem, träume und Motive Ihrer Kunden?
- Gibt es ein Idealbild, wie der beste Kunde aussehen könnte?
- Wie können Sie einen innovative Unternehmenskultur schaffen, um das Potenzial Ihrer Mitarbeiter stärker einzubinden?

Schritt 4: Tellerrand

- Welche neuen analogen und digitalen Lösungen gibt es, die in anderen Branchen bereits eingesetzt werden und auch in Ihrem Unternehmen funktionieren könnten?
- Welche neuen Geschäftsmodelle gibt es auf dem Markt, die sich in abgewandelter Form auch für Ihre Branche oder Ihr Geschäftsmodell eignen könnten?



Schritt 5: Algorithmen

- Gibt es Arbeitsabläufe, Prozesse oder Kundenschnittstellen, die sich mithilfe der digitalen Technologien automatisieren lassen?
- Gibt es neue, kreative Ansätze, um den Kunden wesentlich schneller, flexibler und direkter zu erreichen und zu begeistern?
- Welche branchenüblichen Gesetzmäßigkeiten müssten Sie brechen, um neue, effektivere Wege zum Kunden zu finden?

Schritt 6: Regelbruch Innovation

- Wie lautet Ihre kreative Regelbrecherstrategie? Formulieren Sie schriftlich und nachvollziehbar, sodass sie von jedem Ihrer Mitarbeiter auch verstanden wird
- Wie unterscheidet sich das neue Geschäftsmodell vom alten?
- Lässt sich die neue Strategie parallel zum Stammgeschäft implementieren?
- Welche Regeln brechen Sie und wie hoch bewerten Sie den finanziellen und zeitlichen Aufwand?
- Innovation braucht mehr als Kundenorientierung
Wie können Sie mit dieser Strategie Ihre Kunden neu verblüffen?

Schritt 7: Transformation

- Können Sie die Regelbrecherstrategie aus eigener Kraft umsetzen oder brauchen Sie Hilfe von außen?
- Wen müssen Sie ins Unternehmen holen, um in der Lage zu sein, die Strategie umzusetzen?
- Welche Meilensteine kennzeichnen Ihre neue Strategie?

Drei Erkenntnisse zum Aufbau Ihrer Strategie

- Technischer Fortschritt – und hier ganz besonders die Entwicklungen in den Bereichen Computertechnologie und künstliche Intelligenz – ist nicht auf soziale Entwicklung übertragbar
- Auch digitale Kunden wollen nicht unbedingt das Digitale, sondern in erster Linie Service, Transparenz, nutzen und faire Behandlung
- Unternehmen müssen begreifen, dass man den Fortschritt nicht aufhalten darf, sondern aktiv mitgestalten muss

Keiner gewinnt alleine



MP3-Player entwickelt von Karl-Heinz Brandenburger von Fraunhofer Institut

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT



+49 (0)172 6321609
info@bewusstseins-lösung.de
www.bewusstseins-lösung.de

Beratung und Coaching
Volker Messerschmitt
Sandstraße 6
76877 Offenbach a.d. Queich