

360-Grad Digitalisierung: Tipps für eine erfolgreiche Digitalisierungsstrategie

Sabine Betzholz-Schlüter, saarland.innovation&standort e. V.
28. Juni 2016



- Dimensionen der Digitalisierung
- Ausgangslage
- Beispiel Marketing
- Empfehlungen für eine Annäherung
- Wie kann saar.is unterstützen?



Digitalisierung von Geschäftsprozessen

- Zielt auf
 - höhere Produktivität, Margen, Effizienz
 - Kostensenkung
 - Verbesserung der Leistungsfähigkeit
- Evolutionärer Prozesse

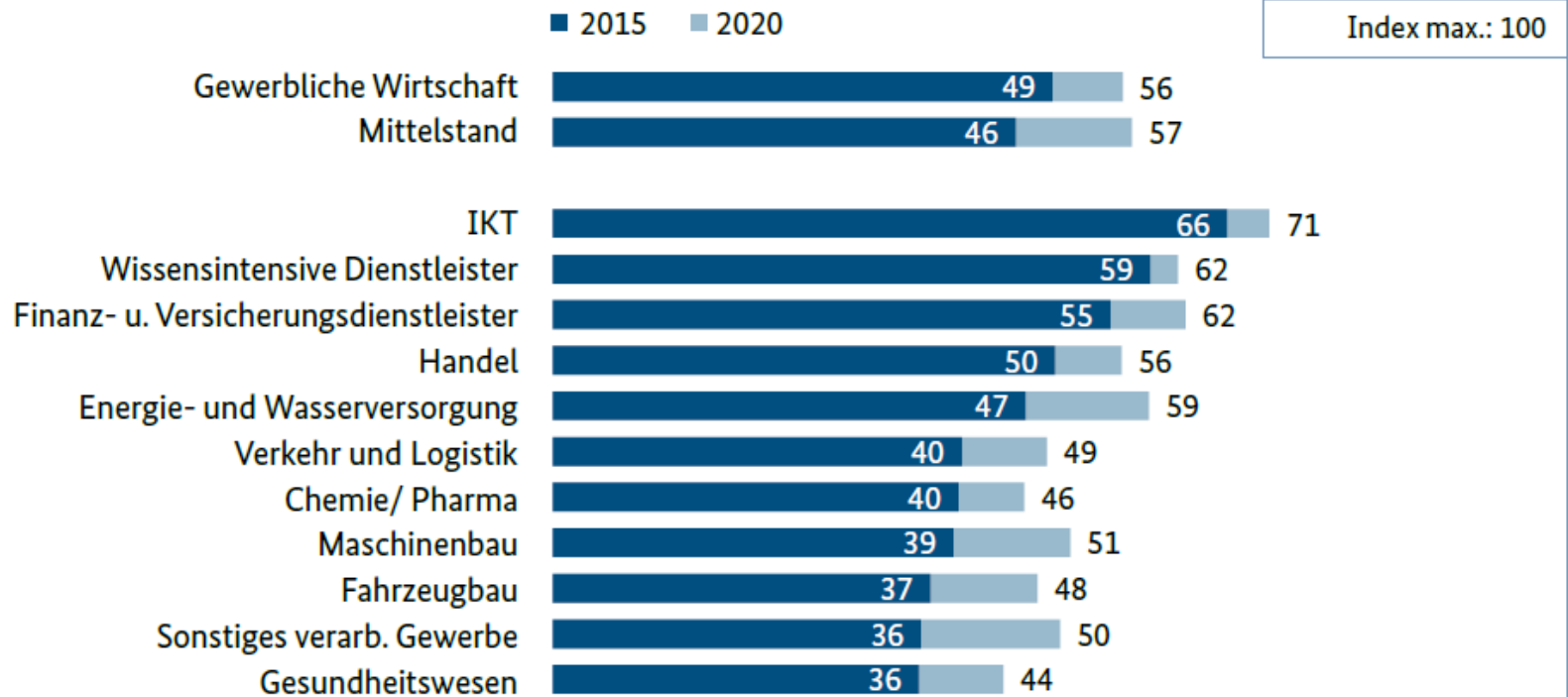
Digitalisierung von Geschäftsmodellen

- Zielt auf
 - Anpassung bestehender Produkte und Dienstleistungen
 - Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen
- Radikaler Prozess

- Die Verschmelzung mit der IT schreitet weiter voran
- Digitale Strategie ist ein Thema für alle Unternehmen, unabhängig von Größe und Branche
- Unternehmen müssen sich dieser Herausforderung stellen
 - 72% der mittelständischen Unternehmen sehen die Digitalisierung als zentrale Herausforderung*

- Sie müssen sich Gedanken machen,
 - wie sie auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben,
 - wie sich die Arbeitsplätze verändern werden und
 - wie sie ihre Mitarbeiter dabei mitnehmen
- Aber: 55% der mittelständischen Unternehmen haben keine Digitalisierungsstrategie*
 - Sie riskieren, den Anschluss an die Marktentwicklung zu verpassen

Ausgangslage allgemein



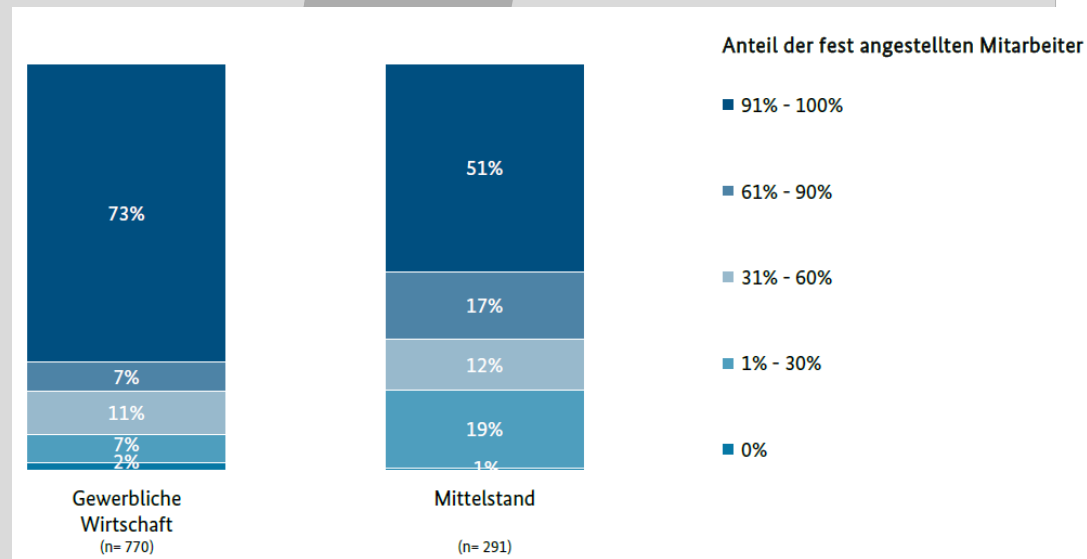
TNS Infratest, eigene Berechnungen, Digitalisierungsgrad 2015/2020 – Angabe in Punkten

Basis: Total (n= 770)



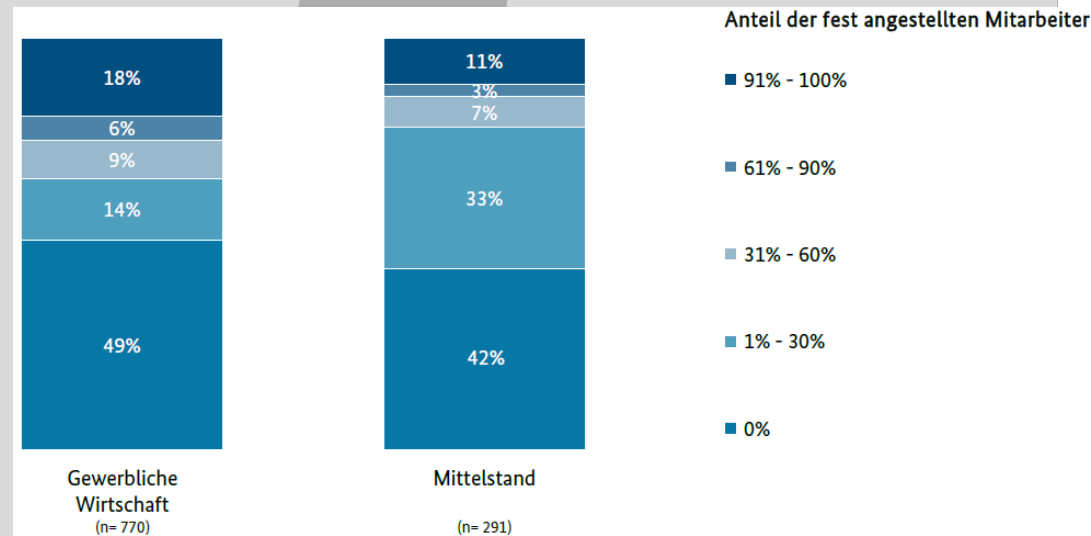
Ausgangslage Mittelstand

- Umfang digitaler Produkte und Dienste ist geringer
- Umsatzanteil mit digitalen Angeboten bleibt zurück
- Nur in 51 % der Unternehmen nutzen alle Mitarbeiter digitale Geräte (z. B. Computer, Tablets, Smartphones)



Ausgangslage Mittelstand

- Nur in 42 % der Unternehmen nutzen alle Mitarbeiter digitale Infrastrukturen (z. B. mobiles oder stationäres Internet)
- Nutzung digitaler Dienste, z. B. Cloud Computing, Big-Data-Anwendungen:
 - Nur in 11 % der Unternehmen nutzen alle Mitarbeiter digitale Dienste
 - In 42 % der Unternehmen spielen diese keine Rolle (Nutzungsgrad 0%)

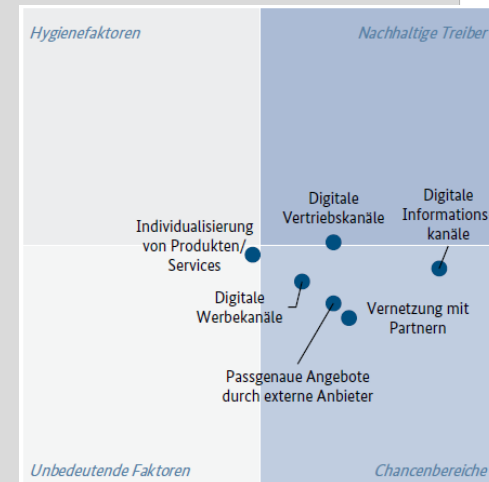


Kritische Erfolgsfaktoren – Treiber bis 2020

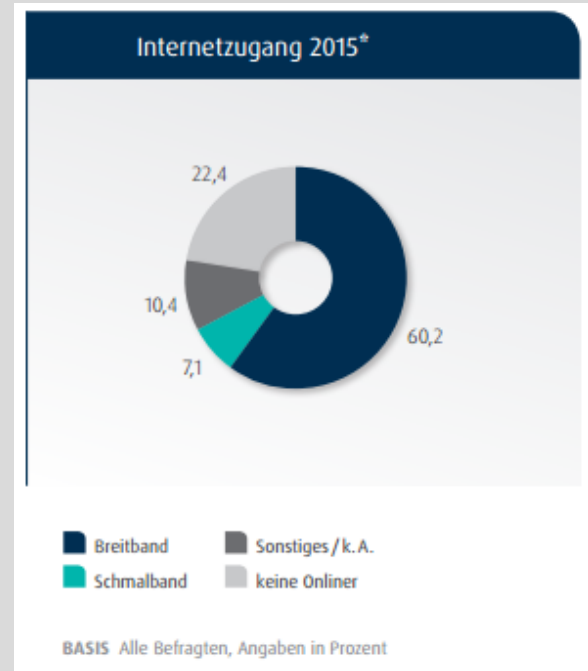
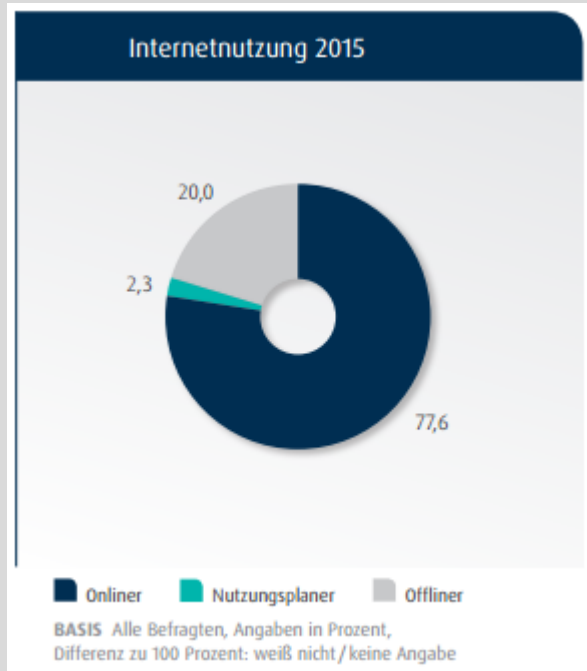
- Für den Geschäftserfolg:
 - Effizienzsteigerung
 - Innovationsfähigkeit
 - Wettbewerbsvorteile

- Unternehmensintern:
 - Digitales Know-how der Mitarbeiter

- Für Kunden und externe Partner:
 - Digitale Informations- und Vertriebskanäle



Beispiel Marketing und Vertrieb



Warum digitales Marketing?

Nutzungsvielfalt nach Altersgruppen

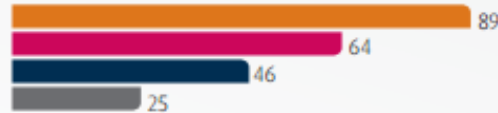
In Suchmaschinen nach Inhalten und Informationen suchen



Online-Shopping, d. h. Einkaufen von Waren im Internet



Soziale Netzwerke nutzen, z. B. Facebook, Xing, Google+, WhatsApp



■ 14-29 Jahre
 ■ 30-49 Jahre
 ■ 50-64 Jahre
 ■ 65+ Jahre

BASIS Alle Befragten 14-29 Jahre: n = 205, 30-49 Jahre: n = 532, 50-64 Jahre: n = 668, 65+ Jahre: n = 492, Angaben in Prozent



Warum digitales Marketing?

- Die Kundenkommunikation verlagert sich immer mehr ins Internet
 - Unternehmen müssen sich mit neuen Technologien vertraut machen und auf neue Formen der Kommunikation einstellen
- Mobile Endgeräte treiben Mobiles Marketing
- Folgen:
 - Gefragt sind neue Geschäftsmodelle, Prozesse, Produkte und Dienstleistungen
 - Reibungslose Abwicklung bei Kundenkontakt – alle Abläufe müssen ineinander greifen – entsprechende IT-Infrastruktur notwendig



Wie erreiche ich meine Kunden?

- Kanaldenken aufgeben (z. B. Web, Social Media, Laden) – für nahtlosen Informationsfluss und Mehrwert für den Kunden
- Berührungspunkte mit dem Kunden intelligent vernetzen – zur Versorgung des Kunden mit kaufrelevanten Informationen

Marketing-
Instrumenten-Mix

Regionalisierung

Verknüpfung Online-
Offline

Digitale Kundenkommunikation – Markt der Möglichkeiten



Empfehlungen für eine Annäherung

- Je nach Unternehmensgröße ein Team bilden, das sich mit dem Thema befasst
 - Beauftragt von Geschäftsführung – Chefsache
- Analyse
 - Welche Prozesse, Teile und Bereiche des Unternehmens eignen sich für Digitalisierung
 - Welche sind bereits digitalisiert
 - Welche sollten digitalisiert werden
- Strategie entwickeln
 - Kann Prozesse einzelner Bereiche umfassen, z. B. Marketing, Vertrieb oder Dokumentenmanagement
 - Oder aber das bestehende Geschäftsmodell

Empfehlungen für eine Annäherung

- Digitale Kompetenz der Mitarbeiter gewährleisten
 - Bei Neueinstellungen
 - Bei bestehenden Mitarbeitern (Achtung: Kulturwandel)
- Bei Geschäftsmodellen, die durch disruptive Innovationen/ Technologie bedroht sind:
 - Anpassung des bestehenden Geschäftsmodells oder
 - Neues Geschäftsmodell, neue Produkte oder neue Services
- Datenschätze nutzen (Big Data)
 - Wirtschaftlich sinnvolle Gewinnung und Nutzung von Informationen
 - Steigert Produkt- und Servicequalität



Empfehlungen für eine Annäherung

- Neue Technologien und Software nutzen, z. B.
 - schnelle Internetverbindung
 - digitale Büro- und Verwaltungsprozesse
 - Cloud-Computing: bedarfsgerechte und flexible Nutzung von IT-Leistungen als Service über das Internet
- Kunden und Geschäftspartner einbeziehen
 - Von Erfahrungen lernen
 - Schnittstellen schaffen
 - Ideen gemeinsam umsetzen



Empfehlungen für eine Annäherung

- Wettbewerbsbetrachtung erweitern
 - Kann aus einer Richtung kommen, die nicht bedacht wurde
 - Z. B. von Technologieunternehmen
- Mit Technologielieferanten kooperieren
 - Sie sind Quelle für neue Technologien und Lösungen
 - Von gegenseitigem Ideen- und Technologietransfer profitieren
 - Z. B. junge Technologieunternehmen/ Start-ups oder IT-Unternehmen



Wie kann saar.is unterstützen?

Branchennetzwerk ikt.saarland

- Anbieterneutrale Information und Beratung über die Chancen und den Nutzen der Digitalisierung
- Vortragsveranstaltungen, z. B.
 - IT-Themenabend: Anwendungsnahe Forschung in der Saarbrücker Informatik
 - Praxistag Online-Marketing
 - Tag der IT-Sicherheit
- Regionale IT-Messe: IT Tag Saar
 - Start-ups und etablierte IT-Unternehmen zeigen ihre Produkte und Lösungen



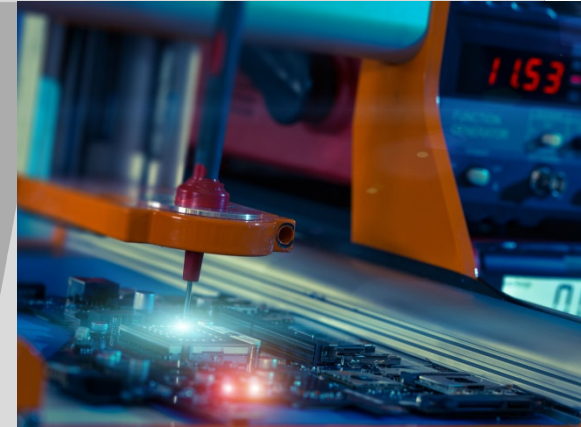
Wie kann saar.is unterstützen?

- Kompetenzkataloge, Leitfäden, Ratgeber, z. B.
 - Leitfaden „Digitale Kundenkommunikation“
 - Leitfaden „Rechtssichere Internetseiten und Onlineshops“
 - Saarland IT
- Initiativen: z. B.
 - IT-Sicherheitsinitiative Saar, gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum IT-Sicherheit - CISPA
- Kontaktvermittlung zu geeigneten Know-how-Trägern aus Wissenschaft und Wirtschaft



Dialog Industrie 4.0

- Eine Reihe des Netzwerks
produktionstechnik.saarland
 - Forum für intelligente und vernetzte Produktion
 - Treffpunkt für Akteure
 - Veranstaltungen zu
 - Technologischen Entwicklungen und Lösungen
 - Betriebswirtschaftlichen Aspekte und Auswirkungen, sowie strategischen Ressourcen
 - Arbeits- und Betriebsorganisation
 - Kombination aus Fach- und Anwendervorträgen



Innovations- und Förderberatung

- individuelle Betreuung in allen Phasen des Innovationsprozesses – von der Ideenfindung bis zur Markteinführung
- Beratung zu Finanzierungshilfen wie Zuschüsse durch Förderprogramme, geförderte Kredite oder Bürgschaften
- Kontaktvermittlung zu geeigneten Know-how-Trägern, um die Forschungs- und Entwicklungskompetenz im saarländischen Mittelstand zu erhöhen



Vielen Dank!

Der Vortrag steht auf www.ikt.saarland/downloads zur Verfügung

Kontakt:

Sabine Betzholz-Schlüter

Tel.: 0681 9520-474

E-Mail: sabine.betzholz-schlueter@saar-is.de

