

METALL!

+ SICHERHEIT

03/2021



UNTERNEHMENS- BERATUNG

VON **ING. WERNER ILLSINGER**

Unternehmensberater, Lektor, Gründer und Präsident von Digital Society

DIGITALISIERUNG?

KÖNNEN SIE ES AUCH NICHT MEHR HÖREN?

Wie Sie Ihr Unternehmen trotzdem zukunftsfit machen.

Sie hören in Radio und Fernsehen, von der Bundesregierung, von Beratern und allen voran von IT-Firmen ständig das Wort Digitalisierung? Sie können es nicht mehr hören? Da haben Sie recht. Vergessen Sie alles, was Ihnen erzählt wird. Alle verwenden digitale Tools. Darum geht es aber nicht. Unternehmen digitalisieren seit den 1970er-Jahren.

W Was ist also in Wirklichkeit die Herausforderung? Es geht um die immer rascheren Veränderungen, die um uns herum stattfinden und die unaufhaltsam sind. Das iPhone und damit die Smartphones, wie wir sie kennen, ist gerade 13 Jahre alt. Amazon wurde 1994 gegründet und ist damit erst 26 Jahre alt. Der richtige Begriff für das, was wir derzeit erleben, ist "digitale Transformation". Digital könnte man auch hier weglassen. Es geht um die Transformation Ihres Unternehmens, also um die Veränderung, um sich auf unsere veränderte Welt einzustellen.

Technologie und Machbarkeit

Technologie ist jedoch nur einer von drei Themenbereichen, welche die digitale Transformation ausmachen, wie die nebenstehende Grafik zeigt. Neue Technologien wurden von Unternehmen in den letzten

Jahren vorwiegend dazu verwendet, die Effizienz des eigenen Unternehmens zu steigern. Benutzerfreundlichkeit oder neue Funktionen waren dabei eher nebensächlich.

Bei der digitalen Transformation geht es darum, neue Technologien zu nutzen, um neue Funktionen für Kunden zu schaffen und eventuell neue Geschäftsmodelle zu finden, die für Kunden attraktiver sind.

Business und Rentabilität

Die Vernetzung sowie die weltweite Verfügbarkeit von Informationen machen Produkte und Dienstleistungen vergleichbar und Unternehmen transparenter. Das ist für Kunden ideal, für den Einzelhandel, produzierende Unternehmen und Dienstleister aber weniger.

Die Veränderungen bringen die Profitabilität der alten Geschäftsmodelle unter Druck, sie ermög-



lichen aber auch neue Geschäftsmodelle und Möglichkeiten. Diese Realitäten zu verleugnen, bringt nichts. Es geht darum, sich als Erstes darauf einzustellen.

Der Mensch und seine Bedürfnisse

Unternehmen, welche die digitale Transformation erfolgreich nutzen, sind jene, die sich auf die Bedürfnisse der Menschen (Kunden wie Mitarbeitende) einstellen und diese in den Mittelpunkt des Veränderungsprozesses stellen.

Bei Kunden geht es um besseren Service, mehr Bequemlichkeit und emotionale Bindung an ihr Unternehmen. Begeisterte Kunden erzählen ihre Erfahrungen weiter, bewerten Ihr Unternehmen online. Enttäuschte Kunden machen das auch – nur viel öfter.

Mitarbeitende, die einen Sinn in ihrer Arbeit erkennen und sich mit den Werten des Unternehmens identifizieren, werden auch ihre Kunden besser betreuen. Was können Sie also tun?

1) Hören Sie auf Ihre Kunden

Wissen Sie, wie Ihre Kunden sich über Dienstleistungen informieren und wo sie nach Ihren Dienstleistungen suchen? Sind sie dort vertreten? Wissen Sie, ob Ihre Kunden mit Ihren Dienstleistungen zufrieden sind? Werden Sie auf Bewertungsportalen bewertet? Reagieren Sie auf dieses Feedback und die Bewertungen? Befragen Sie Ihre Kunden selbst nach Ihrer Zufriedenheit und das regelmäßig?

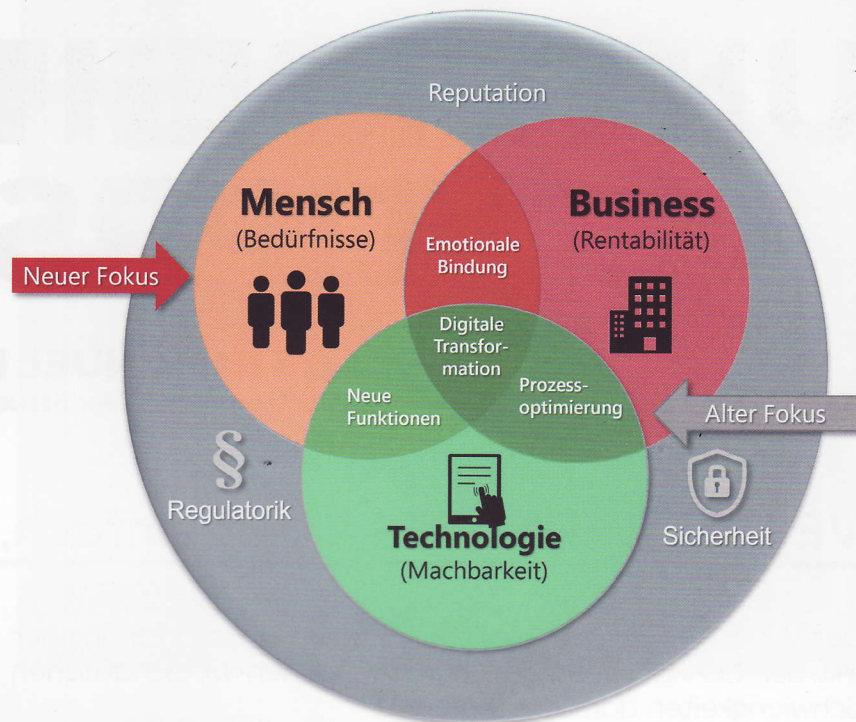
Trauen sich Ihre Mitarbeitenden auch Kritik und Unzufriedenheit von Kunden ihren Vorgesetzten bzw. Ihnen mitzuteilen. Kritik und Fehler sind etwas Positives, wenn man diese auch nutzt und daraus lernt.

2) Begeistern Sie Ihre Mitarbeitenden

Richard Branson, der Gründer der Virgin Group sagt:

„Nicht die Kunden stehen an erster Stelle, Ihre Mitarbeiter tun es. Wenn Sie sich um Ihre Mitarbeitenden kümmern, werden diese sich um Ihre Kunden kümmern.“

Im jährlich vom renommierten Gallup Institut durchgeführten „Gallup Engagement Index“ geben 12% der Mitarbeitenden an, dass sie eine hohe Bindung an ihr Unternehmen haben. 88% haben eine niedrige oder keine Bindung. Werden diese 88% alles dafür geben, um einen



guten Job zu machen. Werden die Kunden das Gefühl haben, dass sie die bestmögliche Firma engagiert haben?

Das Betriebsklima und die dahinterstehende Unternehmenskultur ist hier der Schlüssel zum Erfolg. Schaffen Sie das bestmögliche Umfeld, damit Ihre Mitarbeitenden ihren Job bestmöglich erledigen können. (digitale Tools können ein Teil davon sein) Ihre Kunden werden es merken. Zudem werden sich Fachkräfte eher in einem Unternehmen bewerben, das als guter Dienstgeber empfohlen wird, das löst gleichzeitig das Problem des Fachkräftemangels.

3) Nutzen Sie Ihre Daten

Der von der Digital Society durchgeführte DigiBarometer, ist eine jährliche Studie, die aufzeigt, wie Unternehmen für die digitale Transformation aufgestellt sind. Es zeigt sich, dass viele Unternehmen ausreichend Daten zur Verfügung haben, jedoch vor Schwierigkeiten stehen, aus diesen Daten Wissen zu generieren. Fehlt dieses kundenorientierte Wissen, so verhindert dies auch, das Unternehmen faktenba-

sierend an den Kundenbedürfnissen auszurichten und zu steuern. In der Ökonomie des 21. Jahrhunderts werden Wissensdefizite unvermeidlich zu Wettbewerbsnachteilen. Der DigiBarometer ist für Sie kostenlos:

digsociety.institute/digibarometer

4) Machen sie einen Plan

Wenn Sie Ihren Kunden und Mitarbeitenden zugehört haben, und Ihre Daten und Informationen nutzen, werden Sie merken, dass es dort oder da Veränderungen braucht. Sollten Sie unsicher sein, bietet die Digital Society den kostenlosen DigiCheck an, mit dem Sie einfach und professionell Ihren Standort bestimmen können. Dieser ist eine ausgezeichnete Basis für weitere Planungen.

Machen Sie den Quick-Check

Mittels 32 Fragen können Sie in ca. 20 Minuten feststellen, wo Ihr Unternehmen bereits gut aufgestellt ist, und wo eventuell Veränderungen notwendig sind.

 www.digsociety.ngo/qc