

Marc K. Peter

DIGITALER MASTERPLAN für KMU

So gelingt die digitale Transformation
in Ihrem Unternehmen

Inhalt

Vorwort	11
Übersicht zum Praxishandbuch	13
Schritt für Schritt zum digitalen Masterplan	14
Wichtige Studien und Forschungsergebnisse	16
KMU-Transformation:	
als KMU die digitale Transformation erfolgreich umsetzen	17
Strategieentwicklung im digitalen Zeitalter:	
Planung und Umsetzung der digitalen Transformation	18
Die Fallstudien zum Buch	19
 Von der industriellen Revolution zur digitalen Transformation	23
 Die industriellen Revolutionen und das digitale Zeitalter	24
Herausforderungen und Potenziale des digitalen Zeitalters	28
Digitalisierung und digitale Transformation	31
Wissenschaftliche Definition der digitalen Transformation	33
Wo stehen die Schweizer Wirtschaft und die KMU?	38
Gründe für die Investition in einen digitalen Masterplan	41
Sind Sie bereit für die «echte» digitale Transformation?	43
 Strategieentwicklung im digitalen Zeitalter	47
 KMU-Strategie im digitalen Zeitalter	48
Bewährter Unternehmensstrategieprozess	52
Unternehmensexterne Analyse/Marktanalyse	52
Unternehmensinterne Analyse/Unternehmensanalyse	54
Gesamtbild der Unternehmenssituation erstellen	56
Eine Strategie entwickeln	58
Strategie erfolgreich umsetzen, überprüfen und adaptieren	61
Fazit zum klassischen Strategieentwicklungsprozess	64
Übersicht der neuen Management-Themen	66
1: Konstante Kundenorientierung	66
2: Neue Technologien	66

3: Daten und die Cloud	67
4: Neue Strategien und Geschäftsmodelle	68
5: Prozess-Management	68
6: Moderne Arbeitswelt	69
7: Digitales Marketing	69
Digitale Transformation: Wie risikofreudig sind Sie?	71
Welchen Fokus haben Sie?	71
So planen Sie eine Firmenerneuerung	73
 Handlungsfelder der digitalen Transformation	 77
Strategische Handlungsfelder der digitalen Transformation	78
Vorabinformation: So nutzen Sie dieses Kapitel für Ihre Praxisarbeit	80
Handlungsfeld 1: Konstante Kundenorientierung	82
Mit Kund/innen zusammenarbeiten	83
Kundenprobleme verstehen und für Innovationen nutzen	83
Mit Kund/innen an Projekten/Ideen arbeiten	84
Mit Kund/innen Neues entwickeln	85
Personas nutzen	86
Kundenreise analysieren	86
Design Thinking für mehr Effektivität	88
Kundenumfragen	90
Checkliste 1: Strategische Themen/Fragen zur konstanten Kundenorientierung	92
Handlungsfeld 2: Neue Technologien	93
Nutzen Sie einen Technologieradar	94
In Technologie-Workshops Potenziale erkennen	95
In Prototypen und Pilotprojekten testen	95
Mit Hochschulen zusammenarbeiten	96
Cybersicherheit: Risiken und Gefahren identifizieren	97
Wichtige Technologien: eine Auswahl	98
Checkliste 2: Strategische Themen/Fragen zu den neuen Technologien	103
Handlungsfeld 3: Daten und die Cloud	104
Datenübersicht erarbeiten	106
Datenqualität identifizieren	107
Datenkonzept erarbeiten	107
Daten operativ nutzen	108
Daten-Management-Systeme	109
Daten strategisch nutzen	111

Ökosysteme gestalten	112
Open Data – für alle zugänglich	112
Cloud als Plattform/Infrastruktur für grosse Datenmengen	113
Data Governance/Datenschutz	113
Neues Datenschutzgesetz berücksichtigen	114
Datensicherheit	115
Checkliste 3: Strategische Themen/Fragen zu Daten und der Cloud	116
Handlungsfeld 4: Neue Strategien und Geschäftsmodelle	117
Welche Strategie-Updates sind nötig?	119
Mit der Wertschöpfungskette neue Potenziale identifizieren	120
Eine Plattform aufbauen	125
Business-Model-Innovation	126
Business-Model-Canvas	127
Checkliste 4: Strategische Themen/Fragen zu neuen Strategien	
und Geschäftsmodellen	129
Handlungsfeld 5: Prozess-Management	131
Prozessautomatisierung/Digitalisierung	132
Prozess-Management	132
Prozesse optimieren und digitalisieren	134
Prozessführung und -qualität	140
Checkliste 5: Strategische Themen/Fragen zum Prozess-Management	141
Handlungsfeld 6: Moderne Arbeitswelt	142
1: Dimension Mitarbeitende	144
2. Dimension Arbeitsumfeld	148
3. Dimension Technologien	151
Checkliste 6: Strategische Themen/Fragen zur modernen Arbeitswelt	153
Handlungsfeld 7: Digitales Marketing	154
Vom traditionellen zum digitalen Marketing	155
Was hat sich im Marketing verändert?	155
Content-Marketing	157
Online-Gemeinschaften	160
Die eigene Website	161
E-Mail-Marketing	161
Mobiles Marketing	161
Video-Marketing	162
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	163
Suchmaschinenwerbung (SEA)	163
Social Media	164
Social Paid	165
Erfolgskontrollen im digitalen Marketing	166

Marketing-Automation	166
E-Commerce	167
Checkliste 7: Strategische Themen/Fragen zum digitalen Marketing	168
 Der Weg zum digitalen Masterplan	 171
Die wichtigsten Methoden im Überblick	172
Workshop-Canvas und ACT-Methode	174
Der Startpunkt: Einschätzung der digitalen Reife	177
Workshop-Canvas zur digitalen Transformation	179
Schritt 1: Workshops	180
Schritt 2: Ideen und Prioritäten	180
Schritt 3: Der digitale Masterplan	180
Digitale Strategieentwicklung mit der ACT-Methode	183
Analyse: Daten gewinnen und nutzen	184
Create: Kompetenzen aufbauen und Innovationen schaffen	185
Transform: Strategien umsetzen, prüfen und optimieren	186
Prozess zur Anwendung der ACT-Methode	187
Die zehn Prozessschritte der Strategieentwicklung	189
 Umsetzung des digitalen Masterplans	 195
Barrieren und Risiken proaktiv thematisieren	196
Erfolgsfaktoren: So gelingt die digitale Transformation	199
1. Projekt-Management: Projekte professionell begleiten	200
2: Change-Management: Den Wandel begleiten	203
3: Digital Leadership: Energie und Motivation für die Transformation ...	207
Stresstest: Ist der digitale Masterplan erfolgreich?	211
Geschäftsmodell einem Stresstest unterziehen	211
Erfolgsmessung der Strategieumsetzung	213
Nachhaltigkeit – eine Priorität	215
Der Aufbruch ins digitale Zeitalter	219

Anhang	221
Workshop-Canvas Digitale Transformation	222
ACT-Methode – Workshop-Canvas	222
ACT-Methode – Checkliste	223
Digitaler Masterplan	223
Stichwortverzeichnis	224
Quellenverzeichnis/Literatur	226
Beobachter-Ratgeber für KMU	228
Forschungs- und Projektteams	229