

# DIGITALE LANDKARTE 2018

## MARKTPositionierung und Wettbewerb



- Globale statt lokale Konkurrenz
- Neue Art von Synergien und gewinnbringenden Partnerschaften
- Positionierungsentscheidung **Me2** oder **Vorreiter**
- Wettbewerbsvorteile durch **digitale Kernkompetenzen**

## DIGITALE KUNDENBEZIEHUNG



- Digitale Erweiterung der Produkt- und Leistungspalette
- Einbindung des Kunden in die Wertschöpfung statt klassischer Kundenbeziehung (z.B. als Prosumer oder über Plattformen)
- **Kundenbedürfnis-Orientierung:** Nutzung Lifecycle und Customer Touch Point

## DIGITALE PROZESSE UND METHODEN



- Digitale Prozesse wandeln das Unternehmen und den Wettbewerb
- **Zusammenarbeit** umdenken
- Gezielte **modulare Prozessoptimierung** und „atmende Wertschöpfungstiefe“
- **Innovationsmut** als Differenzierungsvoraussetzung

## DIGITALE ORGANISATION



- **Neue Arbeitsmittel und Strukturen**
- Flexibilität, Agilität und **atmende Organisation**
- **Neue Ansätze der Führung:** von der Hierarchie zur Holocracy
- **Neue Aufgaben, Rollen und Teams**
- Vom Dienstleister zum echten strategischen **Partnergedanken**

## DIGITALES DATENMANAGEMENT



- Beobachtung, Erfassung und Auswertung in **Echtzeit und Mobil**
- **Neuer Umgang mit Kundendaten**
- **Datenschutz**
- Potenzial für innovative Geschäftsmodelle
- Einsatz **datenbasierter Instrumente und Methoden**

## DIGITALE FÄHIGKEITEN



- **Digitale Fähigkeiten und Wissen** als Erfolgsfaktor auf dem digitalen Markt
- **Skill-Wettbewerb** im Recruiting
- **Interdisziplinäres Arbeiten**
- **Datenbasiertes Arbeiten**

## DIGITALE INFRASTRUKTUR



- **Neuerungen und Erweiterungen in der Infrastruktur** durch neue Herausforderungen im Datenmanagement
- **Reale und virtuelle Infrastruktur**
- **Flexibilität, Agilität** und „atmende Infrastruktur“

## DIGITALE KOMMUNIKATION



- Neue Kommunikationswege mit dem Unternehmen: **aktiv oder passiv**
- **Omnichannel Management**
- Kundenkommunikation als zentraler Faktor: **Word of Mouth**
- Direkter Einbezug der Mitarbeiter durch Kommunikationskanäle: **Digital Democracy**

## VIRTUELLE ERLEBNISWELT



- **Verschmelzung von realem und digitalem Raum**
- **Neues Erleben** des (Kunden-) Kontakts
- **Neue Umgebung** als Potenzial für Geschäftsmodelle
- Nicht ausgeschöpftes Potential für Unternehmen

## DIGITALE KULTUR



- Digitalisierung **ändert Grundsätze der Unternehmenskultur** als zentraler Faktor
- **Methodik und Miteinander in der Arbeitswelt** auf allen Ebenen
- **Förderung einer gelebten digitalen Kultur** im Unternehmen