

DIGITAL MATURITY ASSESSMENT (DMA)

Digitale Due Dilligence und Statusbestimmung für Automobilhersteller

Wie Automobilzulieferer die Digitalisierung nutzen können, um die Wahrnehmung ihrer Produkte beim Endkunden zu stärken sowie durch neue Möglichkeiten der Automatisierung die Kosten nachhaltig zu senken.

Chancen durch Industrie 4.0

Der technologische Fortschritt macht möglich, was noch vor wenigen Jahren wie Zukunftsmusik klang: Maschinen kommunizieren miteinander, Werkstücke kennen ihre Identität und ihren Status, einzelne Prozessschritte werden immer stärker miteinander verzahnt. So entstehen neue Möglichkeiten zu einer deutlich stärkeren Automatisierung innerhalb einzelner Fertigungsstätten. Aber auch darüber hinaus können die nun verfügbaren Informationen zur Optimierung von Logistikketten oder in weiterverarbeitenden Produktionsschritten zur Kostenreduzierung und Qualitätssteigerung genutzt werden.

Lückenlose Information während des Lebenszyklus

Während Industrie 4.0 vorwiegend auf die Produktionsprozesse fokussiert, können auch in der Phase der eigentlichen Nutzung erhebliche Potenziale realisiert werden – und dies über Jahre oder sogar Jahrzehnte hinweg. Ob Motor, Bremse oder Tankanlage: kontinuierlich entstehen Informationen, die über eine Vernetzung zu anderen Systemen genutzt werden können. Hierzu kann die zukünftig verfügbare Kommunikationsinfrastruktur im Fahrzeug genutzt werden – oder einfach das Smartphone des Fahrers.

Optimieren Sie Angebote und Prozesse im Service

Dank drahtlos verfügbarer Informationen gehören ein aufwändiger Ausbau von Komponenten oder der umständliche Anschluss einer Diagnoseeinheit der Vergangenheit an. Der Zustand Ihres Produktes ist über Internet verfügbar. Dank passender Softwarelösungen – von der App bis zum Dealer Management System – können Standardgeräte wie Laptop oder Smartphone verwendet werden. Und noch besser: Dank der Verfügbarkeit von Daten können Ihre Spezialisten den Produktzustand proaktiv überwachen und sowohl Kunden als auch Werkstatt im Bedarfsfall informieren. So sind Art und Umfang für War-

tungs- und Reparaturarbeiten im Vorfeld klar, Ersatzteile liegen bereits passend bereit. Dies spart Aufwand in der Werkstatt – und reduziert die wertvolle Wartezeit des Kunden.

Lernen Sie Ihr Produkt kennen

Durch ständig verfügbare Informationen über den Zustand Ihres Produktes stehen nie geahnte Möglichkeiten zum Lernen bereit. Wie sieht das konkrete Nutzungsverhalten aus, welche Verschleißerscheinungen treten auf, was bringt Ihr Produkt an seine Leistungsgrenze? Strukturieren Sie Ihre Big Data und ziehen Sie die richtigen Schlussfolgerungen für Ihre kontinuierliche Verbesserung.

Näher am Endkunden

Der Fahrer nimmt in der Regel nur wenige Komponenten seines Fahrzeugs bewusst wahr. Dies ändert sich, wenn Informationen über den aktuellen Zustand oder anstehende Wartungs- und Reparaturarbeiten zum Anlass für eine Interaktion mit dem Kunden genommen werden. Ist dieser Kontakt einmal hergestellt, so kann ein systematischer Kundendialog etabliert werden, um bei Bedarf weitere und neue Vertriebswege etablieren zu können.

Die Digitale Transformation hat enorme Auswirkungen auf die Automobilindustrie und zwingt OEMs zu nachhaltigen Veränderungen

Top Trends in der Automobilindustrie



Die Digitale Transformation ist hochkomplex. Umso wichtiger ist die digitale Statusbestimmung

Im Rahmen der digitalen Transformation ergibt sich eine Vielzahl von Fragen. **Um die Komplexität zu reduzieren und um mehr Transparenz bei der Ist-Situation zu gewinnen**, empfehlen wir, **die digitale Transformation mit einer gründlichen und strukturierten digitalen Statusbestimmung zu beginnen**. Unser **Digital Maturity Assessment (DMA)** ist eine solche digitale Statusbestimmung. Sie **besteht aus 3 Teilen mit über 16 Themenblöcken und mehr als 200 Einzelfragen, welche alle Aspekte der Digitalisierung abdecken**. Dazu zählen:

- **Unternehmensbezogene Analyse aus Business Sicht**
- **Marktbezogene Analyse**
- **Unternehmensbezogene Analyse aus IT Sicht.**

I) Indikationsebene:

100 geschlossene sowie einige offene Fragen bieten eine Metrik zur Beurteilung sowohl der digitalen Reife des Unternehmens sowie auch des Bedrohungspotentials des Marktumfeldes, in dem das Unternehmen tätig ist.

II) Detaillierungsebene:

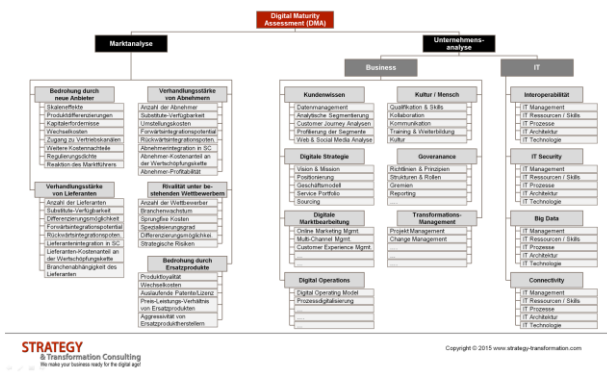
Fokussierung auf identifizierte Handlungsfelder, die einer tieferen Analyse unterzogen werden. Hier stehen weitere 100+ offene und geschlossene Fragen zur Detailanalyse zur Verfügung.

III) Ursache-Wirkungs-Analysen:

Detaillierte Opportunity- bzw. Problemstrukturierung sowie Analyse von Ursachen-Wirkungszusammenhängen z.B. mittels Ishikawa Diagrammen. Diese Phase dient auch als Materialsammlung für die Ausarbeitung einer Digitalstrategie im Anschluss an die Statusbestimmung.

Das Digital Maturity Assessment umfasst eine ausführliche Markt- und Trendanalyse sowie eine detaillierte Unternehmensanalyse

Digital Maturity Assessment – Modelstruktur



Mehrwert und Differenzierung

Unser digitales Reifegradmodell **differenziert sich im Vergleich zum Wettbewerb durch Ganzheitlichkeit und Vollständigkeit**. Im Gegensatz zu anderen digitalen Reifegradmodellen fokussiert unser Model nicht ausschließlich auf einzelne Unternehmensfunktionen bzw. Perspektiven, sondern **deckt alle für die digitale Transformation relevanten Funktionsbereiche eines Unternehmens ab**. Als **Alleinstellungsmerkmal im Markt** erfasst unser Model **zusätzlich das marktbezogene Bedrohungspotential** durch Erfassung und Bewertung von Veränderungen in der Markt- und Branchenstruktur.

Das **Digital Maturity Assessment (DMA)** schafft somit die **Grundlage für die Ausarbeitung einer ganzheitlichen Digitalstrategie** mit anschließender Transformations-Roadmap. Final folgt die Umsetzung der digitalen Transformation.

Vorgehen Digital Maturity Assessment (DMA)

Das DMA bieten ein **Vorgehen in drei Stufen** an, welche sich wie folgt gestalten:

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann schreiben Sie uns per Email oder rufen Sie uns an. Sehr gerne stellen wir Ihnen unsere Beratungsprodukte sowie Fach- und Branchenkompetenzen in einem persönlichen Gespräch detailliert vor. Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen!

STRATEGY & TRANSFORMATION CONSULTING

Marc R. Esser, Managing Partner
+49 151 230 37748

Marc.Esser@strategy-transformation.com
www.strategy-transformation.com