

DIGITAL MATURITY ASSESSMENT (DMA)

Digitale Due Dilligence & Statusbestimmung für den deutschen Mittelstand

Die Digitale Transformation ist für Unternehmen unerlässlich, um am Markt wettbewerbsfähig und innovativ zu bleiben. Doch deutsche Firmen tun sich immer noch schwer, das Thema überhaupt in Angriff zu nehmen. Gerade führende deutsche Mittelständler, die durch innovative technisch hochwertige Produkte in vielen Branchen seit Jahren auf dem Weltmarkt sehr erfolgreich sind, müssen zusehen, dass sie auch in Zukunft den Anschluss nicht verlieren. Die Frage, die sich für viele stellt, ist: **Wie fange ich an und: Wo steht mein Unternehmen überhaupt im Rahmen der Digitalen Transformation?** Hier kommt das „Digital Maturity Assessment“ zum Einsatz: **Es hilft zu analysieren, wie es um die digitale Reife in der Firma bestellt ist.**

Aktuelle Herausforderungen

Digitale Technologien verändern die Art, wie wir leben, arbeiten und einkaufen. Fast jedes Unternehmen weltweit steht vor der Herausforderung, sein Produkt- und Serviceangebot auch in der Onlinewelt verfügbar zu machen. Umso wichtiger wird dieser Schritt, wenn man die immensen Chancen bedenkt, welche die Digitale Transformation mit sich bringt! Dies gilt auch für deutsche Mittelständler, die durch innovative technisch hochwertige Produkte in vielen Branchen seit Jahren auf dem Weltmarkt sehr erfolgreich sind. Auch sie müssen zusehen, dass sie in Zukunft den Anschluss nicht verlieren. Doch mit einer zukunftsfähigen Digitalstrategie tut sich laut einer aktuellen Studie der deutsche Mittelstand schwer: In der aktuellen „Digital Business Readiness“- Studie wurden rund 100 überwiegend mittelständische Unternehmen von Crisp Research im Auftrag der Dimension Data Germany befragt. Im Fokus standen dabei die produzierende Industrie, professionelle Dienstleister, der Finanzsektor sowie der Groß- und Einzelhandel. Die Ergebnisse daraus belegten, dass es dem überwiegenden Teil der befragten Firmen an einer Digitalstrategie mangelt. Dies liegt oftmals an den fehlenden Ressourcen und den notwendigen Fähigkeiten, die Digitale Transformation für Geschäftsmodell, Operating Model und innovative Marktbearbeitung zu vollziehen.

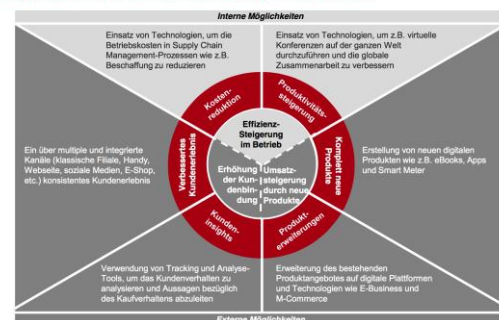
Lösungsansätze

Der deutsche Mittelstand sollte die **Chancen der digitalen Transformation nutzen**, um schnellstmöglich **neue digitale Geschäftsmodelle** zu **entwickeln**. Damit lassen sich zusätzliche Einnahmequellen identifizieren. Zusätzlich sollten Mittelständler das **Kundenerlebnis durch pfiffige Integration der digitalen Kanäle verbessern**. Unternehmen kön-

nen heute über ein nie dagewesenes Spektrum an Schnittstellen mit dem Kunden in Kontakt treten, dabei ein **nahtloses und integriertes Mehrkanal-Erlebnis anbieten** und sich damit **von Wettbewerbern unterscheiden**. Ziel ist es, durch das Web 2.0 wertvollen Input für Vertrieb, Kundenbetreuung und Kundenbindungsmaßnahmen zu gewinnen. **Zusätzlich ermöglichen neue Technologien eine Absenkung der Betriebskosten in Produktion und Kundenbeziehungsmanagement. Aufgaben und Arbeitsabläufe in der Verwaltung mit geringer Wertschöpfung können automatisiert werden** und ermöglichen dadurch eine Reallokation der frei werdenden Mitarbeiter zu Tätigkeiten mit einer höheren Wertschöpfung.

Unternehmen sollten daher schnell reagieren, um die Chancen welche die Digitale Transformation schafft für sich zu nutzen

Neue Möglichkeiten für Unternehmen durch die digitale Transformation



STRATEGY

& Transformation Consulting

© 2015 www.strategy-transformation.com

Copyright © 2015 www.strategy-transformation.com

Digitale Transformation ist hochkomplex. Umso wichtiger ist die digitale Statusbestimmung

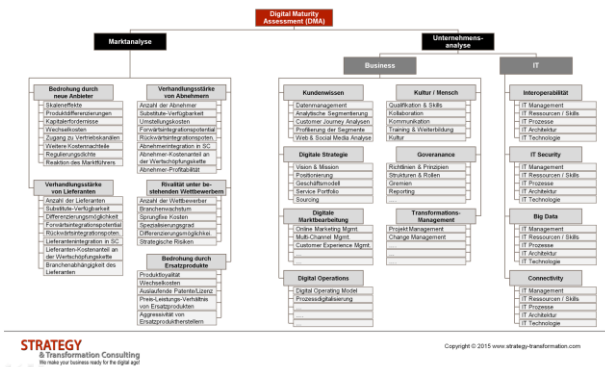
Im Rahmen der digitalen Transformation ergibt sich eine Vielzahl von Fragen: **Sind Geschäftsmodell, Leistungsportfolio, Marketing-, Sales und Service-Aktivitäten fit für die Kundenansprüche auch in der digitalen Welt?**

Um die Komplexität zu reduzieren und um mehr Transparenz bei der Ist-Situation zu gewinnen, empfehlen wir, zunächst den „digitalen Status“ im Unternehmen zu prüfen: Wie weit ist das eigene Unternehmen im Rahmen der Digitalen Transformation? Diese Frage wird mit einer gründlichen und strukturierten Analyse beantwortet. Unser **Digital Maturity Assessment (DMA)** ist eine solche digitale Statusbestimmung und 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**

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

Digital Maturity Assessment – Modelstruktur



II) Detaillierungsebene:

Fokussierung auf identifizierte Handlungsfelder, welche 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.

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. Weiterführende Informationen erhalten Sie unter www.strategy-transformation.com/digital-maturity-assessment/

Das **Digital Maturity Assessment** 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:

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.

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