

EXPERTsuisse abiliCor

Überblick zur Methodik

Ein Resultat des EXPERTsuisse Schwerpunktprojekts
«Digitalisierungs- und Transformationsunterstützung für KMU-Mitglieder»

EXPERTsuisse Treuhandtagung 2019

Stella Gatzju Grivas
Daniel Herzog

Zürich, 16. April 2019

Ordnungsrahmen – Die Dimensionen welche durch die Methodik abgedeckt werden



Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Analyse – Optionen – Plan

01 Entdecken

- Wo bin ich heute und wie gut bin ich unterwegs?
- Welcher ist mein Rucksack?
- Wo habe ich Handlungsbedarf?



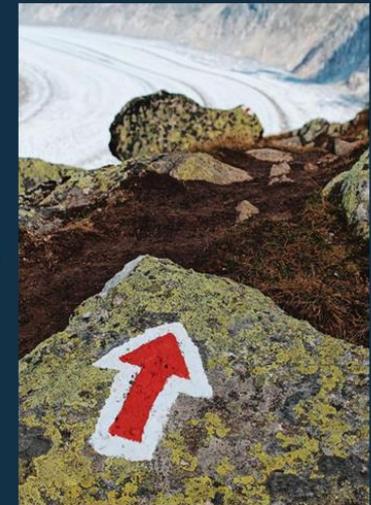
02 Orientieren

Welches ist mein Transformations-ziel?



03 Navigieren

Wie komme ich zu meinem Ziel?



Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Schritt 1: Entdecken



Interne Analyse mit dem **Digital Backpack Assessment** Tool und die **Einbindung von Trends** um den Blick auf Neues oder bisher Unbekanntes zu richten



Relevanter Handlungsbedarf für die Digitale Transformation des Unternehmens



Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Schritt 1: Entdecken

Digital Backpack Assessment



Fragebogen

Fragebogen zu **100%** abgeschlossen

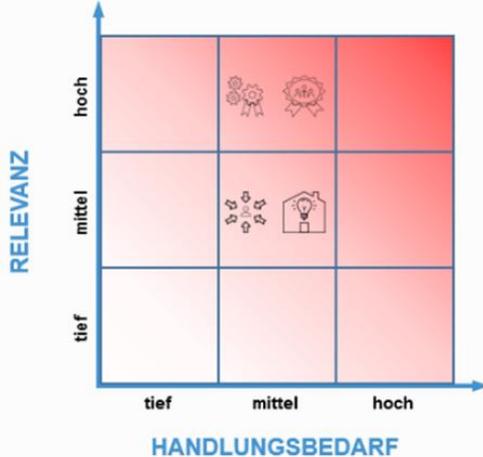


Handlungsbedarf

Wie bewerten Sie die folgenden Strategien für Ihr Unternehmen, um langfristig auf dem Markt zu wachsen?

	sehr gut	gut	verbesserungswürdigen	zufriedenstellend	nicht genutzt	kann ich nicht beurteilen
Fokussierung auf bestehende Kundensegmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausschöpfen von zusätzlichem Potenzial im bestehenden Kundenportfolio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Optimierung des eigenen Angebots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erschliessen neuer Kundensegmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Übernahme von anderen Unternehmen/Zusammenschluss	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geografische Expansion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kooperationen mit anderen im Leistungsportfolio ergänzenden Unternehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Zurück](#)
[Zurück zur Übersicht](#)
[Weiter](#)



RELEVANZ

hoch

mittel

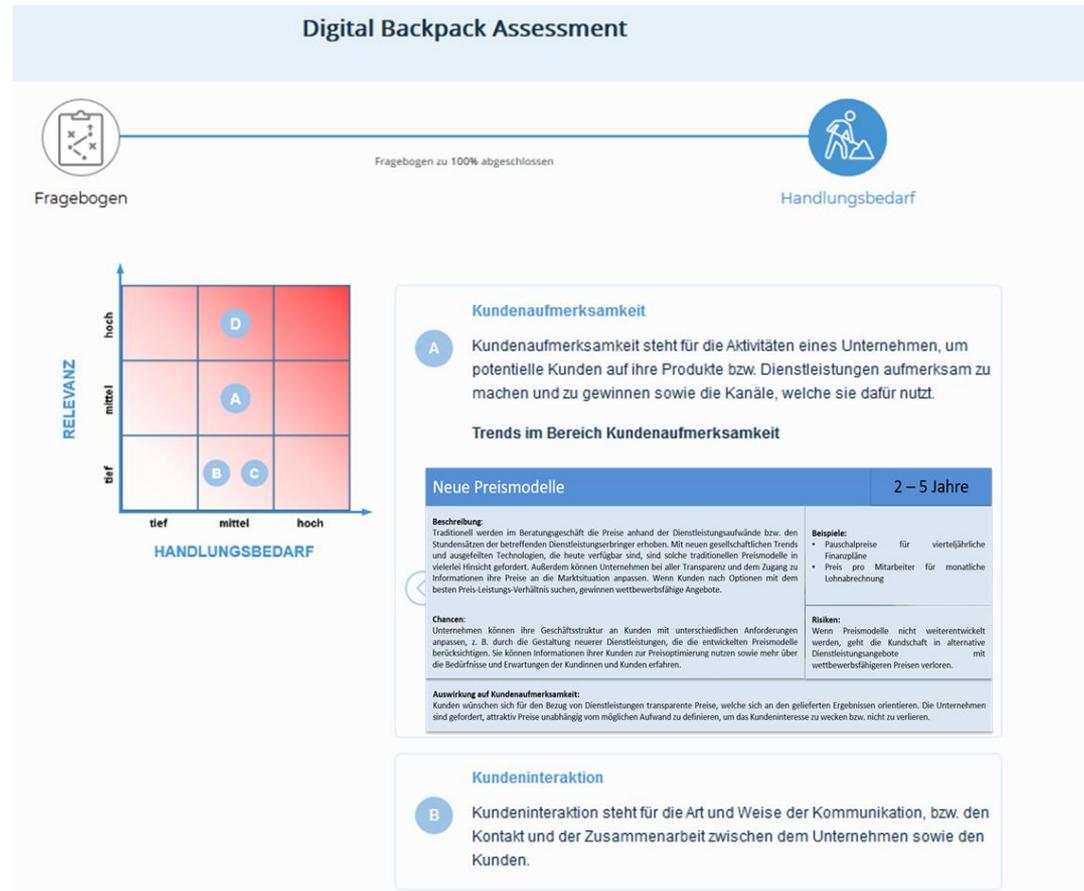
tief

tief mittel hoch

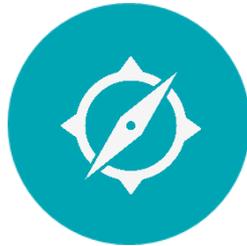
HANDLUNGSBEDARF

Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Schritt 1: Entdecken

Die externe Umfeldanalyse werden als Trends im Digital Backpack eingebunden



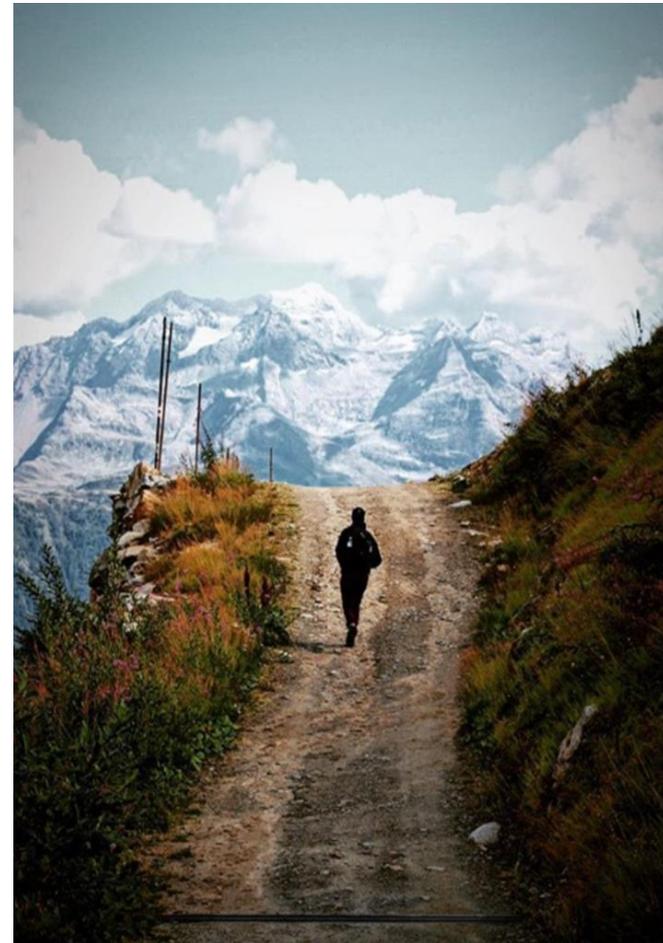
Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Schritt 2: Orientieren



Festlegung der strategischen Stossrichtung aufgrund einer ausführlichen Standortbestimmung mit dem **Transformation Compass**.
Darin sind alle Aspekte einer Transformation vereint.



Detaillierte Zusammenstellung der aktuellen Situation und der **angestrebten Transformationszielen** entlang der 196 Optionen von Transformation Compass.



Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Schritt 2: Orientieren

Der Transformation Compass als strategisches self service online Transformationstool bündelt strukturiert die 196 Transformationsoptionen und unterstützt Unternehmen bei der Festlegung der aktuellen und der anvisierten strategischen Ausrichtung.

→ Transformationsziele werden bestimmt



Deutsch ▾ Coach Account

abiliCor

Transformation Compass

- 1 - Relevanz bestimmen
- 2 - Positionierung festlegen
 - Kundenzentrierung
 - Kundenaufmerksamkeit
 - Kundeninteraktion
 - Kundeneinbindung
 - Geschäftsmodell
 - Kooperation
 - Marktwachstum
 - Operative Exzellenz
 - Prozess Exzellenz
 - Organisationelle Exzellenz
 - Führungsmanagement
- 3 - Analyse auswerten

Positionierung festlegen

Kundenzentrierung	Geschäftsmodell	Operative Exzellenz	Organisationelle Exzellenz
<p>Kundenzentrierung steht für die Gewinnung von potentiellen Kunden, die entsprechende Pflege der Beziehung mit den Kunden sowie den Einbezug der Kunden in die Aktivitäten der Unternehmung, um den Kunden die bestmögliche Erfahrung zu bieten.</p>	<p>Geschäftsmodell steht für die Fokussierung bzw. die Neuausrichtung der Geschäftsaktivitäten, welche u.a. durch Kooperationen, Akquisitionen sowie Innovationen erzielt werden und dadurch der Unternehmung zu einem Wachstum auf dem Markt verhelfen.</p>	<p>Operative Exzellenz steht für die Abgleichung der internen Prozesse und Systeme mit den Unternehmenszielen bzw. der Unternehmensvision sowie die Überwachung der Geschäftsaktivitäten, die zur Erreichung dieser führen.</p>	<p>Organisationelle Exzellenz steht für die Fähigkeit der Unternehmung bzw. der entsprechenden Führungskräfte, die Mitarbeitenden in alle Geschäftsaktivitäten zu integrieren sowie durch Veränderungen zu führen, auf Basis einer gemeinsamen Wissensbasis sowie einer allgemein gelebten Unternehmenskultur.</p>
<p>Fortschritt</p> <div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #0070c0; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">8/8 beantwortet</p>	<p>Fortschritt</p> <div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #0070c0; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">10/6 beantwortet</p>	<p>Fortschritt</p> <div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #0070c0; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">2/4 beantwortet</p>	<p>Fortschritt</p> <div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #0070c0; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">2/4 beantwortet</p>
<p>Analyse fortführen</p>	<p>Analyse fortführen</p>	<p>Analyse fortführen</p>	<p>Analyse fortführen</p>

Eine der 196 Transformationsmöglichkeiten als Beispiel

abiliCor

Deutsch ▾ Coach Account

Transformation Compass

- 1 - Relevanz bestimmen
- 2 - Positionierung festlegen
 - Kundenzentrierung
 - Kundenaufmerksamkeit
 - Kundeninteraktion
 - Kundeneinbindung
- Geschäftsmodell
 - Kooperation
 - Marktwachstum**
 - Operative Exzellenz
 - Prozess Exzellenz
 - Organisationelle Exzellenz
 - Führungsmanagement
- 3 - Analyse auswerten

Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen zur Kategorie:

Marktwachstum

Ausrichtung der Marktwachstumsstrategie

Sicherung der Marktposition

Entwicklung der Wertschöpfungskette

Ihre Priorität für dieses Thema

Mittel ▾

Bestimmung Ihres IST-Zustands

A - Marktdurchdringung ▾

Bestimmung Ihres SOLL-Zustands

B - Marktentwicklung ▾

IST (A)
Marktdurchdringung

Ziel ist, den aktuellen Marktanteil im Rahmen des bestehenden Marktes mit den bestehenden Produkten oder Dienstleistungen zu erhöhen

[Beispiel](#)

(B) SOLL
Marktentwicklung

Ziel ist, die Produkte und Dienstleistungen auf einem neuen Markt anzubieten, wobei der Fokus auf der Erschließung neuer Marktsegmente oder geographischen Regionen liegt

[Beispiel](#)

(C)
Produktentwicklung

Ziel ist, neue Produkte und Dienstleistungen auf einem bereits vorhandenen Markt anzubieten, wobei der Fokus auf der Erfüllung der Kundenbedürfnisse liegt

[Beispiel](#)

(D)
Diversifikation

Vereinigung der Kanäle steht für die Integration der einzelnen Kanäle, um den Kunden ein einheitliches Kundenerlebnis zu bieten.

[Beispiel](#)

[Zurück zu Kooperation](#)

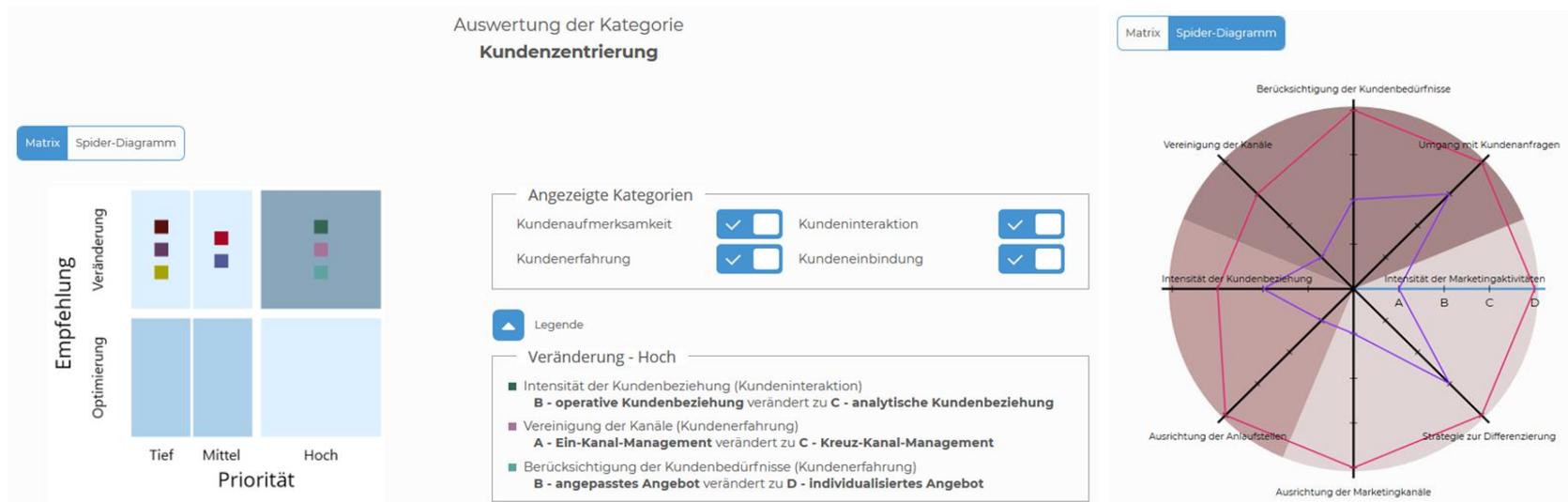
[Weitere Inhalte zu diesen Aussagen](#)

[Weiter zu Sicherung der Marktposition](#)

Ich habe alle relevanten Aussagen beantwortet.

[Resultat Ansehen](#)

Ein möglicher Output von Transformationszielen als Beispiel



Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Schritt 3: Navigieren



Definition der Planungsagenda mit dem **Digital Navigation Canvas** in Abhängigkeit zu den Ressourcen, Fähigkeiten, Prozessen und Systemen entlang der anvisierten Transformationszielen eruiert mit dem Transformation Compass



Planungsagenda pro Transformationsziel



Vorgehensmodell zur Digitalen Transformation: Schritt 3: Navigieren

Im Rahmen von Strategieworkshops mit der Geschäftsleitung eines Unternehmens wird die individuelle Planungsagenda pro Transformationsziel definiert.

Der Digital Navigation Canvas unterstützt die Strukturierung des Workshops und leitet mit entsprechenden Fragen die Durchführung.

