

# DAS ENDE DER DIGITALISIERUNGSLÜCKE

DAS BLOG DER CONTENTSERV GMBH FÜR ALLE, DIE MIT PRODUKTDATEN ARBEITEN

[STARTSEITE](#)

[ZIELSETZUNG](#)

[KONTAKT](#)

[YOUTUBE KANAL](#)

[FACEBOOK](#)

[TWITTER](#)

[ARCHIV](#)

[IMPRESSUM](#)

[DATENSCHUTZ](#)

## TRANSFORMATION AUF KNOPFD RUCK? 4 TIPPS GEGEN DIGITALE ERSCHÖPFUNG

NACH SOPHIA BLANK | 8. FEBRUAR 2018

Hurra! 2018 ist das Jahr, in dem wirklich jeder den Begriff der Digitalisierung kennt. Nicht zuletzt durch den vergangenen Bundestagswahlkampf. Im Frühstücksfernsehen, in der Tagesschau und in Themensendungen wird die digitale Transformation gedreht und gewendet, dass einem schwindelig wird. Amazon, Industrie 4.0, Arbeit 4.0, Breitbandausbau, smart Cities, digitale Demenz – wer will nochmal, wer hat noch nicht?

Tragischerweise bedeutet einen Begriff zu kennen jedoch nicht zwingend selbigen auch zu verstehen. Wenn man genau hinhört, bemerkt man, dass viele Entscheider beim Begriff Digitalisierung hinter vorgehaltener Hand weiterhin nur „Irgendwas mit Internet...“ murmeln.

### Digital bis zur Erschöpfung

Handler und Hersteller, die sich häufig auf Blogs und Konferenzen der digitalen Unternehmenswelt bewegen, werden schnell Profi im Buzzword-Bingo. Performance Marketing, Personalisierung, Content Commerce, Advanced und Predictive Analytics, künstliche Intelligenz, Change Management, Conversational Commerce, Agile Methoden, 360 Grad Kundenbeziehung, Omnichannel Engagement Platform, Consumerisation – BINGO!

Im Ergebnis bleibt ein mulmiges Gefühl. Einerseits fragt man sich, ob man das braucht, gleichzeitig möchte man aber nichts verpassen oder unversucht lassen, um den digitalen Anschluss nicht zu verlieren bzw. digitaler Vorreiter zu bleiben. Die Unsicherheit wächst und die brennenden Fragen „Wie geht das?“ und „Wie nutzt das meinen Kunden?“ bleiben weiter unbeantwortet. Im schlechtesten Fall sind Führungskräfte durch den komplexen Input so überfordert, dass sie lieber weitermachen wie bisher. Transformation, auf Wiedersehen, es hatte so schön werden können mit uns.

Oder sie ergeben sich in Tools.

### Exzellente digitale Tools bleiben ohne Know-how wirkungslos

Marketing hat ein E-Mail-Automation-Tool. Vertrieb ein CRM. Der Kundenservice nutzt ein Wiki. Die Personalabteilung digitalisiert die Personalakten. Onlineshop und Social Media betreuen die beiden Mitarbeiter vom Onlinemarketing. Den Forecast für die Aktionäre gibt es in aufwändig gestalteter Powerpoint. Der Vorstand fährt jetzt Tesla. Sieht so digitale Transformation aus? Nein.

Digitale Transformation ist Kopfsache, doch das datengetriebene vernetzte Denken erfordert Mut und Übung. Die Unternehmenssilos müssen aufgelöst, Hierarchien und Prozesse minimiert werden. Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit muss gefördert und Experimentierfreude sowie Fehlertoleranz von oben in das gesamte Unternehmen vorgelebt werden. Das ist ein Marathon und lässt sich durch die Implementierung mächtiger Tools in jeder Organisationseinheit nur bedingt beschleunigen.

Klar ist aber auch, dass es ganz ohne digitale Werkzeuge auch nicht geht. Doch was hilft gegen digitale Erschöpfung?

### 1. Rücken Sie die Nutzer in den Mittelpunkt!

Vermutlich gibt es kein Unternehmen, das ohne das Ziel Kundenzentrierung auskommt. Das Ziel ist auch weiterhin edel, aber es greift zu kurz. Beispielsweise, wenn Kunden Beratung angeboten wird, die Beratungsqualität jedoch wegen überkomplexer Prozesse im Kundenservice leidet, sollte man intern optimieren, anstatt am Konzept der Kundenberatung zu feilen. Kennen die Berater die Historie des Kunden? Können Sie Mehrwert liefern, der über Google-Suchergebnisse hinausgeht? Sind die Informationen im Servicetool aktuell, vollständig und in Echtzeit nutzbar? Was nützt der teure Webshop, wenn Endkunden wegen höherer Rabatte weiterhin telefonisch bestellen?

Der langfristige Erfolg beim Kunden ist die Summe der positiven Erfahrungen mit einer Marke über alle Marketing-, Vertriebs- und Servicekanäle. Behandeln Sie die internen Nutzer so gemeinsam, wie der Kunde sie wahrnimmt.

### 2. Wagen Sie Experimente!

Entscheider sind Unsicherheiten gewohnt. Über Jahre haben viele gelernt sich auf ihr Bauchgefühl zu verlassen. Häufig erfolgreich. Die Stellschrauben, Veränderungen und Optionen sind durch die Digitalisierung jedoch individueller geworden. Der große Plan ist vor dem ersten Handgriff schon veraltet und nicht jede Lösung hat denselben Mehrwert.

Beispiel Sprachsteuerung: Nutzer, die dauerhaft am PC oder Tablet arbeiten werden nur wenig Nutzen durch Sprachbefehle spüren. An schmutzbelasteten Arbeitsplätzen ist das anders. Im Gegensatz zum Hand mit Arbeitshandschuh ist die Stimme ein bequemeres Werkzeug. Unternehmen sollten in Sachen digitaler Trends auf Prototypen und steile Lernkurven anstatt Perfektionismus setzen. Fail early, learn fast.

### 3. Setzen Sie sich erreichbare Ziele!

Jeder, der behauptet, dass digitale Transformation einfach ist, lügt! Der organisatorische Wandel, die Verknüpfung bestehender Daten, die Einführung neuer Systeme und die Vision des digitalen Geschäftsmodells sind Veränderungen, die oft Jahre benötigen. Wer sich keine Etappenziele setzt wird Zeit und Geld verbrennen, um am Ende auf halben Weg zu scheitern.

Agenturen und agile Methoden unterstützen Organisationen ihre Ziele und User-Stories so zu entwickeln, dass sie erreichbar sind und die flexible Anpassung an neue Gegebenheiten jederzeit möglich ist. Die Voraussetzung ist eine klare Strategie der eigenen digitalen Transformation.

### 4. Gehen Sie neue Wege zum erfolgreichen Handel! Treffen Sie CONTENTSERV am 20.02. zur Handelskraft Konferenz in der BMW Welt München!

Nur die wenigsten Handler und Hersteller gehen den Weg der Digitalisierung erfolgreich allein. Um das Rennen im Digital-Business zu gewinnen brauchen Unternehmen ein starkes Team aus verlässlichen Partnern und ein hochwertiges Netzwerk aus Branchenkollegen. Was 2015 als dotSource-Kundentag begann, um den Austausch untereinander in den Mittelpunkt zu stellen, wurde schnell eine Konferenz auch für weitere Handler, Hersteller und Verlage, um voneinander zu lernen und eigene Ideen herausfordern zu lassen.

Die Grundidee ist es trotz des harten Wettbewerbs Digital-Entscheider zusammenzubringen, denn nur gemeinsam sind wir stark. Die Konferenz ist eine Chance über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und von exklusiven Insights und konkreten Best-Practices ohne unnötige Buzzwords in Keynotes, Sessions und Roundtables sowie individuellen Digital-Sprechstunden zu profitieren, denn: Nur wer seine digitale Umwelt kennt, kann sich seiner digitalen Umwelt auch anpassen.

[Jetzt Tickets sichern!](#)



Christian Otto Grötsch, Gründer und Geschäftsführer dotSource

**Zum Autor:** Christian Otto Grötsch ist Gründer und Geschäftsführer der Full-Service-Digitalagentur dotSource. Er startete seine Karriere beim multinationalen Onlineauktionshaus auXion und wechselte im Jahr 2000 in die Kernproduktentwicklung und Presales-Beratung der Intershop Communications AG. Seit 2006 berät er als Geschäftsführer der Agentur dotSource auf Top-Management-Ebene Unternehmen aus dem Mittelstand sowie international operierende Konzerne zu Strategien und Technologien im E-Commerce und der Digitalisierung von Marketing, Vertrieb und Services.

### Teilen mit:



### Gefällt mir:

★ Gefällt mir

Sei der Erste dem dies gefällt.

### DIE WICHTIGSTEN BEGRIFFE

A&F Across Agile Methoden Agiles Verfahren

Biel Brand Celona Commerce

Contentserv <sup>CS17</sup>

Customer Experience digitale

Transformation

Digitalisierung

E-Commerce edding Gassmann Digital

Handelskraft Herausforderungen hmnh

Intersport IoT KI Künstliche

Intelligenz Leifheit Marco Olavarria

Marketing Power Conference mediawave

Mehrsprachigkeit MEYLE Michael Kugler

MIM Motivation MPC 2017 Netnode OSudio

Partner Partnernetzwerk PIM PIM

Projekt: Produktdaten

projektmanagement Usermeeting VR

Workflow Übersetzungsmanagement

### DIE NÄCHSTEN TERMINE

20.02.: Handelskraft, München

06./07.03.: Internet World, München

14.03.: Digital Transformers Roadshow, München

22.03.: Digital Transformers, Stuttgart

18.04.: B2B Transformation Boot Camp, München

18./19.04.: SOM 2018, Zürich

03./04.07.: K5 Conference, Berlin

### ARCHIV

[Februar 2018](#)

[Januar 2018](#)

[Dezember 2017](#)

[November 2017](#)