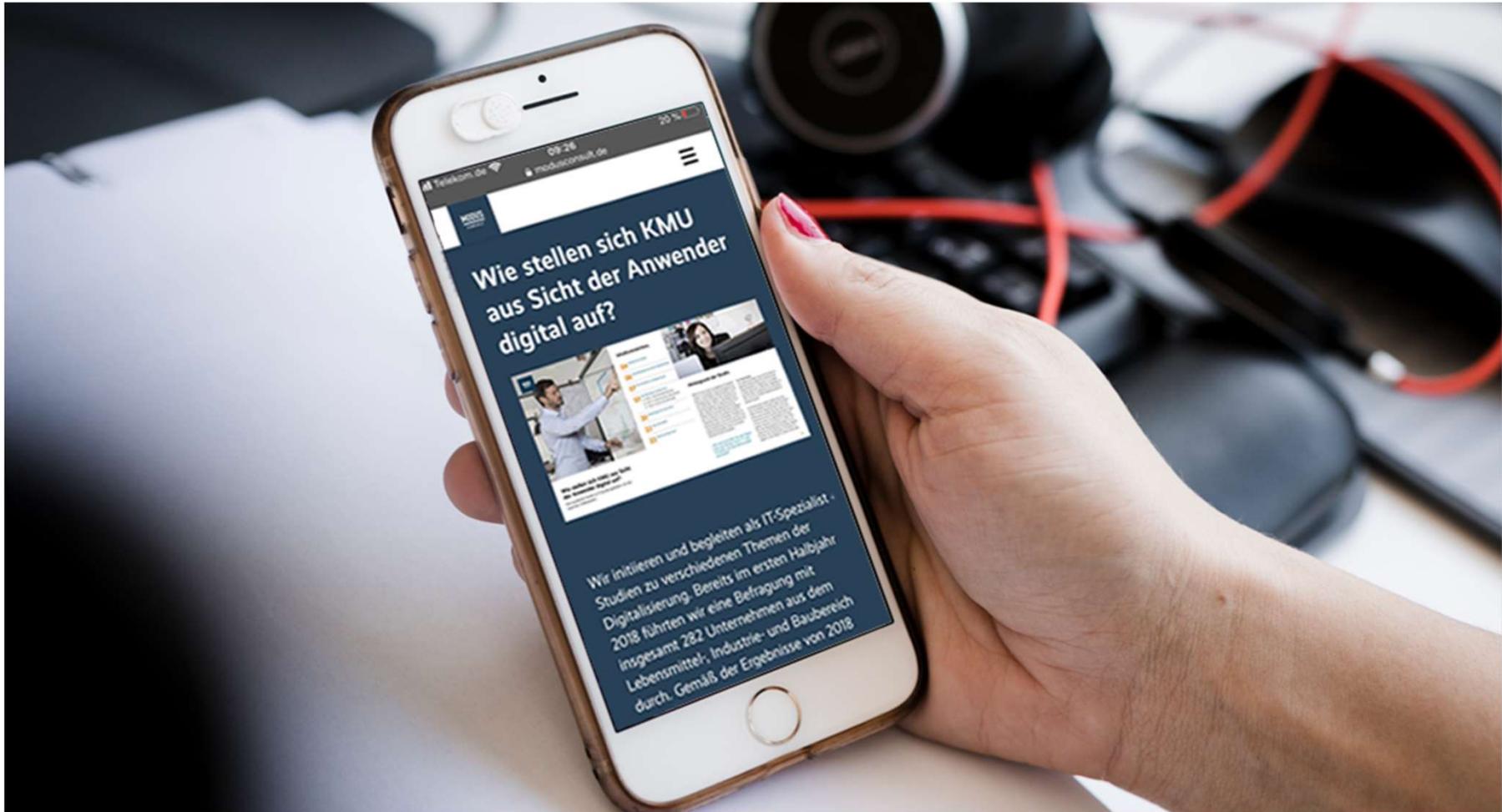




## Studie zu IT-Handlungsfeldern: Blickaufnahme bis zum April 2020



[Whitepaper\\_Digitalisierungsstudie \(modusconsult.de\)](https://www.modusconsult.de)

# Experteninterviews



Zielgruppe: KMU aus der Industriefertigung/Maschinenbau

## Explorative Vorgehensweise

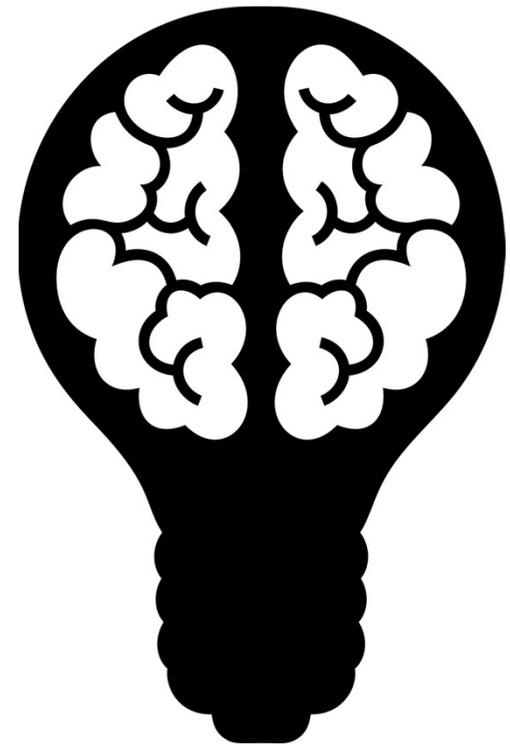
- Themenblock A:  
Entscheidungswege und Digitalisierungsstrategie
- Themenblock B:  
Welche Themen sind mit der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen verbunden?  
  
Welche digitale Herausforderungen sollten in den kommenden 12-24 Monaten gelöst werden?
- Themenblock C:  
Welche Verbesserungsbedarfe sehen Sie in konkreten Projekten zur Digitalisierung?
- Themenblock D:  
Digitale Trends: Wie stehen Sie dazu und was haben Sie schon konkret in Ihrem Unternehmen umgesetzt?



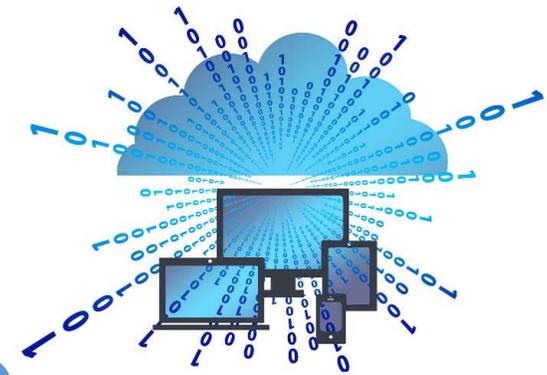
Leitfaden ≠ strukturierte Umfrage

## **Einschätzung der digitalen Trends: Künstliche Intelligenz als langfristiges Ziel**

- Zur Zeit noch nicht relevant
- Konkrete Projekte sind Ausnahmen, z.B. KI-basierter Viren-Scanner



# Einschätzung der digitalen Trends: Cloud-Readiness ist unterschiedlich ausgeprägt



## Hybrider Ansatz (Office 365/ Private Cloud)

- Offen für den Umzug in die Cloud in den nächsten 3-10 Jahre
- Rahmenbedingungen in Fragen Datensicherheit für den deutschen Raum sollten geklärt werden

## On-Premise

- Beobachten den Markt, forcieren nicht aktiv
- Herrscht viel Skepsis über die Datensicherheit

# Einschätzung der digitalen Trends: Industrie 4.0



Entwicklung der letzten 10 Jahren ≠  
neuer digitaler Trend  
Zum Teil ist Industrie 4.0 ein negativ  
besetzter Begriff aus Sicht der KMU

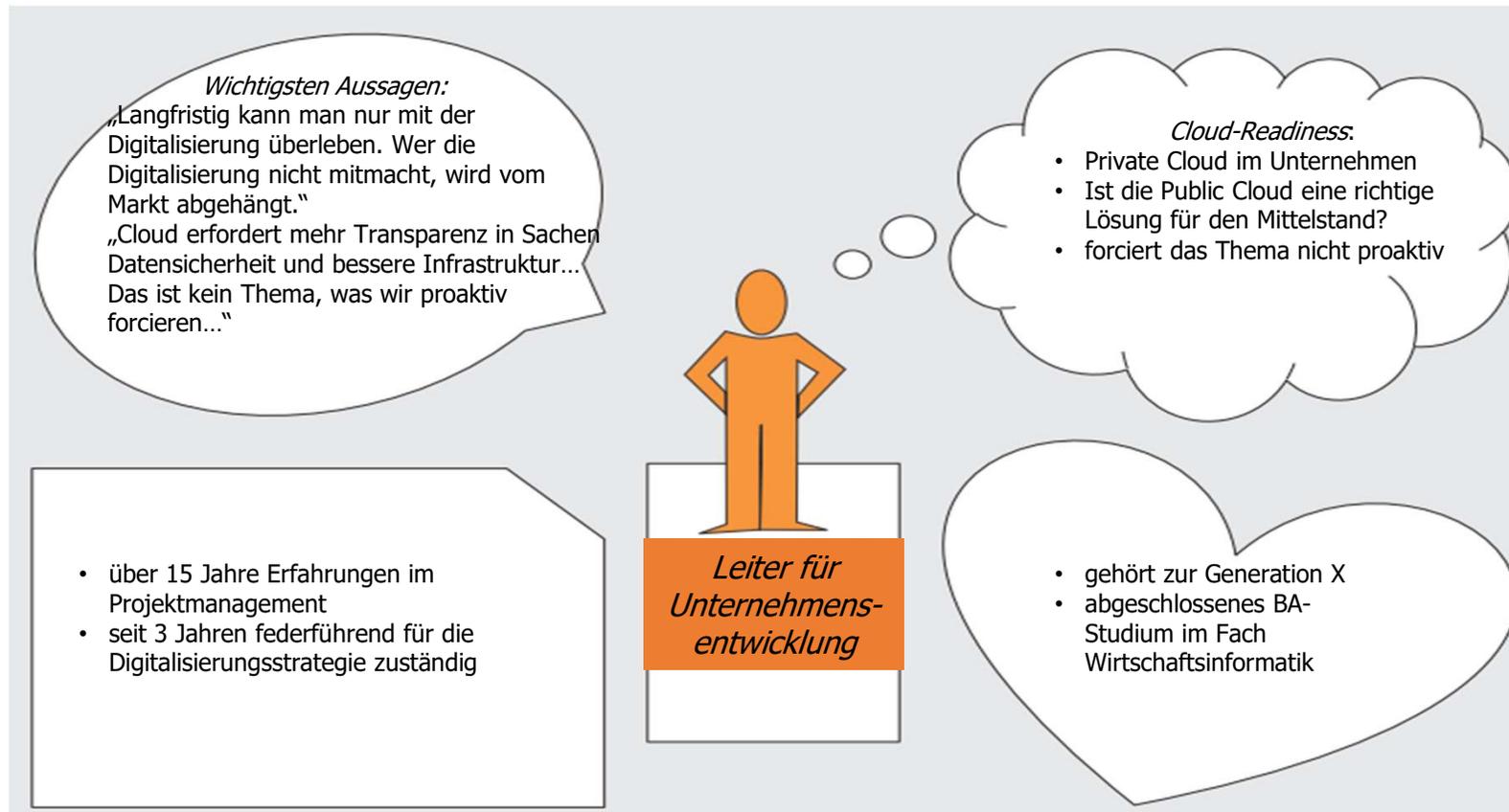


Unternehmen testen IoT-Pilotprojekte  
für ihre Kunden



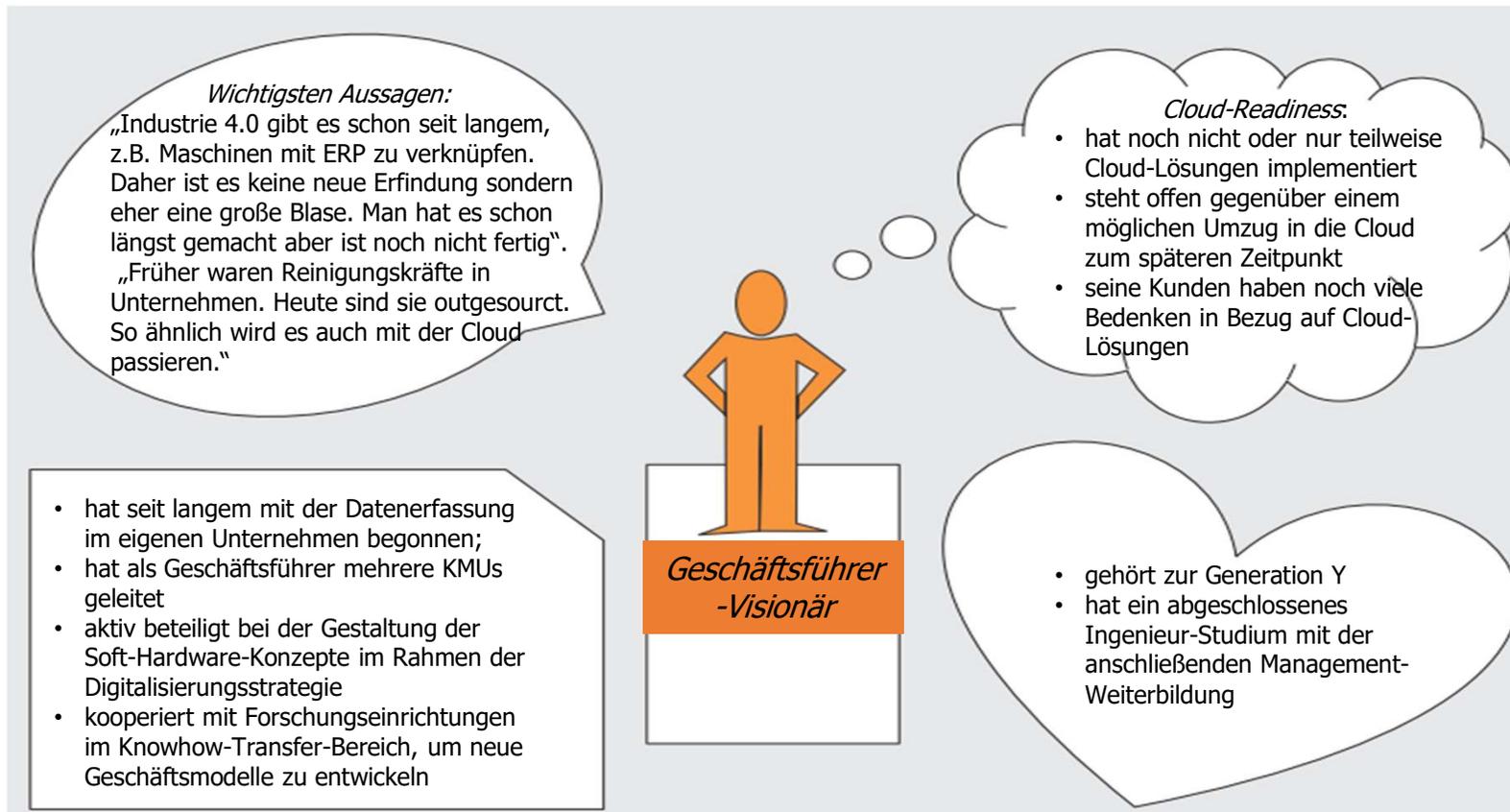
In KMU wird nur ansatzweise umgesetzt  
wegen der schlechten Versorgung mit  
Internet, des veralteten Zustands der  
Maschinen oder eines hohen Anteils der  
Handarbeit in der Fertigung

# Case 1: IT-Roadmap vom klassisch aufgestellten Mittelständler



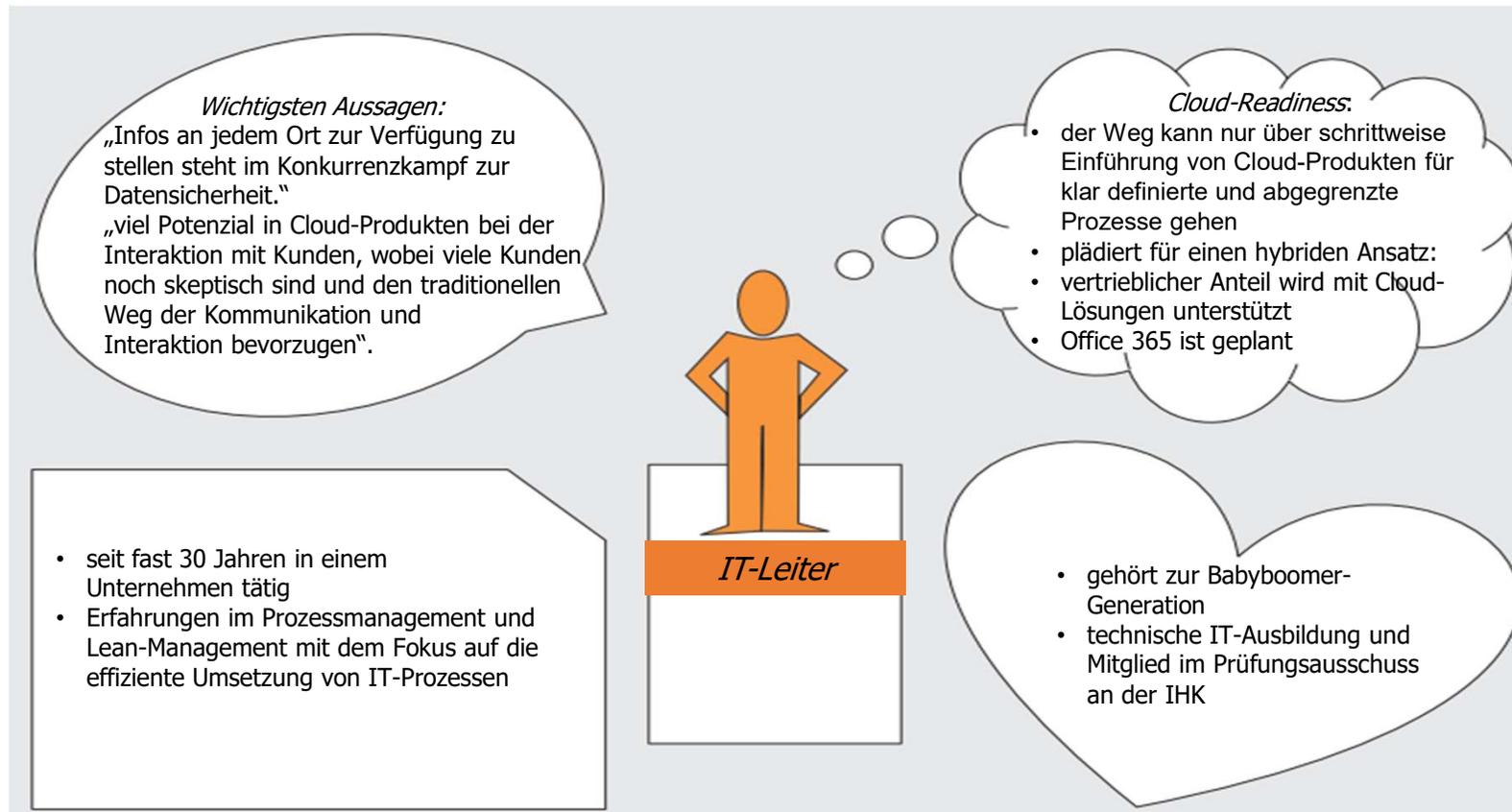
*Unternehmen (Größe, Branche):*  
Maschinenbau, 110 MA und 15 Mio. Umsatz  
*Entscheidungsweg in Sachen Digitalisierung:* zentral

# Case 1: Datenerfassung auf der Fahne der Unternehmensstrategie



*Unternehmen (Größe, Branche):  
Maschinenbau mit 350 MA und 55 Mio. Umsatz  
Entscheidungsweg in Sachen Digitalisierung: differenziert*

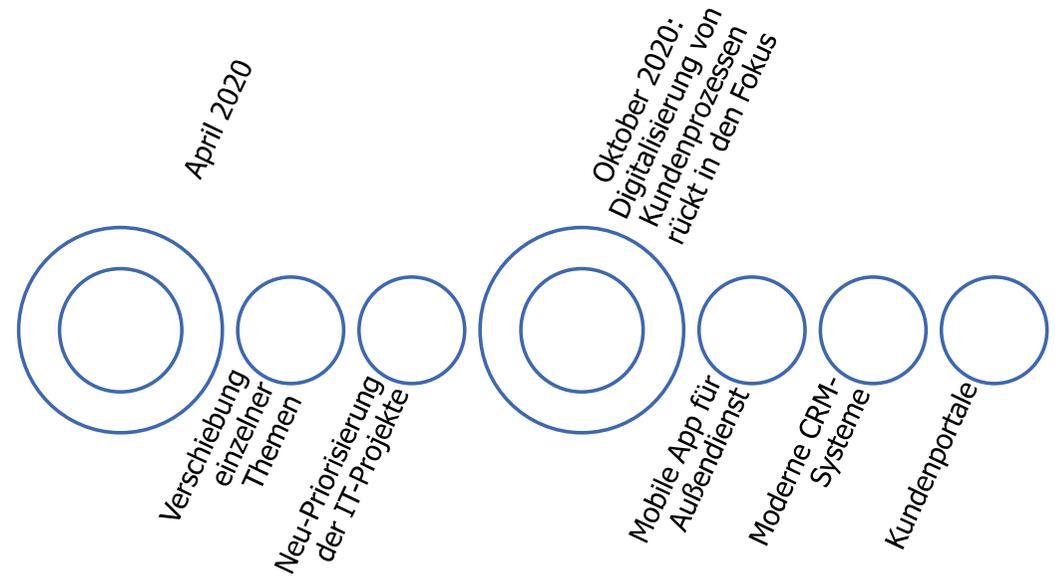
## Case 2: Cloud-Potenziale bei der Interaktion mit Kunden



*Unternehmen (Größe, Branche):*  
Industriefertigung, 250 MA und 35 Mio. Umsatz  
*Entscheidungsweg in Sachen Digitalisierung:* dezentral



## Blickaufnahme: Beschleunigung der Digitalisierung von Kundenprozessen im Laufe der Pandemie



**Wie nehmen Sie Ihre Kunden auf digitalen Transformationsreisen mit?**



# Herausforderungen der Kundenorientierung

Ziel: Das Unternehmen XY möchte sein Kundenerlebnis verbessern, sein Geschäft ausbauen und vor Unterbrechungen schützen

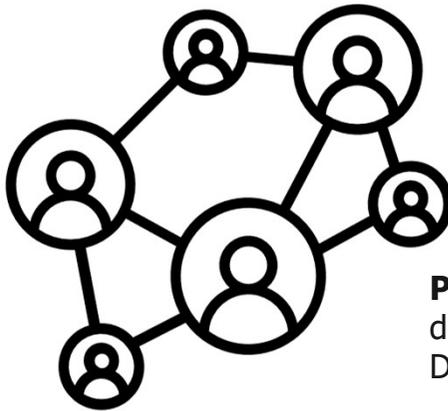


Das Geschäftsproblem ist nicht vollständig geklärt

## Multiperspektivität

**CEO** möchte mit seiner Vision für das Unternehmen überzeugen

**Marketing-Manager** möchte die Marktbedeutung des Unternehmens steigern



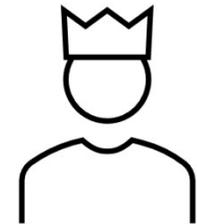
**Kundenservicemanager** möchte den Kunden einen personalisierten Service bieten

**Produktmanager** möchte die Produkte und Dienstleistungen verbessern

**Vertriebsleiter** möchte wissen, wo die größten Verkaufschancen liegen, um das Produkt auf die Bedürfnisse der Kunden abzustimmen



## Bedarfe



**Kunde** auf der Suche nach der Lösung fürs Problem

# Design Thinking als Digitalisierungs-Grundlage

**Was?** Design Thinking ist ein Ansatz zum Verstehen, wie viel wert eine mögliche Problemlösung für Ihren Kunden ist, um schnell darauf reagieren zu können.

**Warum?** Im Design Thinking-Workshop entwickeln Sie eine Zukunftsvision der Digitalisierungsprojekte, um die Akzeptanz der Digitalisierung sicherzustellen:

- Sie erlernen den Perspektivenwechsel, um die Möglichkeiten zur Problemlösung zu offenbaren
- Sie bringen interne Stakeholder zusammen, um Silodenken aufzubrechen und Kundenorientierung im Unternehmen zu stärken
- Sie lernen Kundeninteraktionen als Mehrwert zu gestalten
- Sie bekommen Tools an die Hand, die das Kundenfeedbackmanagement verbessern

