



# fit4value

Ihre Anforderungen – Ihre Digitalisierung

ein kurzes Briefing

Christian Engel, Gründer von fit4value

## Mehr als optimierte Prozesse und Tools

Angesichts des Bedarfes nach neuen Geschäftsmodellen steht Digitalisierung im Einzelhandel und generell bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) weiterhin ganz oben auf der Agenda. Doch was genau bedeutet Digitalisierung? Sicher ist, dass Digitalisierung viel mehr umfasst, als nur eine Homepage zu implementieren oder zu optimieren oder ein neues Analyse-Tool anzuschaffen. Digitalisierung muss geplant werden. Sie braucht eine Strategie, Geld und natürlich Menschen, die sie umsetzen und mit Leben füllen.

Dabei haben die „Business Owner“, zum Beispiel die Gründer und Geschäftsführer der Unternehmen, oft nicht die Zeit oder die Ressourcen und zumeist auch nicht den IT-Background, um drei oder mehr Dienstleister erfolgreich über die Ziellinie ihres Digitalisierungsprojektes zu steuern. Ein erfolgreiches Projekt steht aber und fällt auch mit einer strukturierten und professionellen Steuerung. Und diese bietet fit4value an.

Diesbezüglich stehen die Idee und der Spirit des Unternehmens im Vordergrund. Daraus leiten sich alle Aktivitäten und Kennzahlen ab.

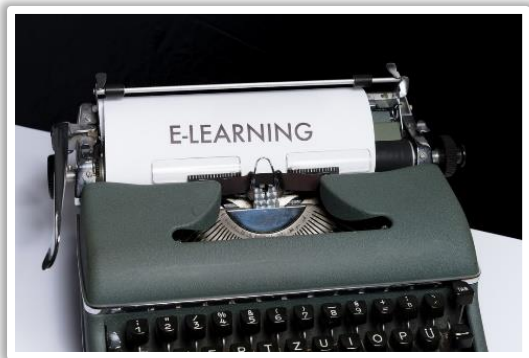


## Eine Strategie für alle?

Die eine Digitalisierungsstrategie für alle Geschäftsführer und Händler gibt es nicht. Ein regional stark verankertes Outdoor Outlet in Oberhessen hat andere Ziele als ein deutschlandweit aufgestellter Sporthandel. Um eine individuelle Strategie zu entwickeln, müssen zunächst die Rahmenbedingungen analysiert werden. In welchem Umfeld bewege ich mich? Wer sind meine Kundinnen und Kunden und was wünschen sie? Daraus leiten sich die strategischen Ziele ab. Neben den Klassikern wie mehr Ertrag und geringere Kosten könnten andere Aspekte wichtig sein: eine höhere Kundenzufriedenheit, eine geringere Absprungrate auf der Internetseite, ein moderneres Image bei jüngeren Zielgruppen oder mehr Attraktivität für neue Mitarbeiter.

## Neue Ertragsquellen

Häufig erhoffen sich Händler und Unternehmer von der Digitalisierung neue Ertragsquellen. Digital und stationär gehen hier Hand in Hand. Um Kundinnen und Kunden zu halten und neue zu gewinnen, könnte sich das Unternehmen über eine Plattform für andere Marktplätze öffnen und mit weiteren Strategien jenseits des reinen stationären Geschäftspunktes. Der Fantasie dürfen keine Grenzen gesetzt sein: Design und Vertriebsstrategie einer Eigenmarke, Beratung über Videochat, Verkauf der eigenen Produkte auf europäischen Marktplätzen in Polen und Schweden sowie Google Shopping Optimierung für den eigenen Online Shop.



## Messbarkeit der Digitalisierung

Schlussendlich müssen die Ergebnisse jeder einzelnen Maßnahme gemessen werden. Zwanzig Prozesse digitalisiert zu haben, ist noch kein Erfolg. Erst wenn dadurch die Kundenzufriedenheit in den Umfragen um 25 Prozent gestiegen ist, der Ertrag um zehn Prozent zugelegt hat oder fünf neue Talente gewonnen werden konnten, wurde das Geld sinnvoll investiert. In den deutschen Unternehmen gibt es bereits gute Beispiele für ausgefeilte Reporting-Systeme, die auf Knopfdruck zeigen, wie weit das Institut von seinen selbstgesteckten Digitalisierungszielen entfernt ist.

Aber auch ein Reporting-System und Kennzahlen sind immer darauf angewiesen, dass Ziele granular und passend definiert und nachgehalten werden – passend zur jeweiligen Digitalisierungsstrategie.



Dabei ist es wichtig zu definieren, welche technische Infrastruktur nötig ist, wie Prozesse standardisiert und automatisiert werden können und wie eine kanalübergreifende Analyse von Kundendaten aussehen kann.

Weiterhin ist wichtig, die eigenen Produkte in Bezug auf den Verkauf auf Marktplätzen zu analysieren – passt mein Sortiment zum Beispiel auf den polnischen oder französischen Marktplatz?

### Einstieg Beispiel 1:

fit4value Service: Digital Assessment

Dauer: 2 Workshops, jeweils 4 Stunden

Ergebnistyp: Strategie-Entwurf für einen 6-Monatsplan, Budget-Abschätzung, Kompetenzplanung (Personal)

### Einstieg Beispiel 2:

fit4value Service: Request der Fördermittel

Dauer: je nach Umfang des geplanten Projektes

Ergebnistyp: Digitalisierungsplan und Fördermittel-Budget

### Einstieg Beispiel 3:

fit4value Service: Interims Management

Dauer: je nach Umfang des Projektes

Ergebnistyp: Steuerung der Digitalisierung und aller beteiligten Dienstleister bis zu einer erfolgreichen Implementierung