

Digitale Transformation

**Warum die deutsche Wirtschaft gerade
die digitale Zukunft verschläft
und was jetzt getan werden muss!**

von

Tim Cole

2., erweiterte Auflage

Verlag Franz Vahlen München

Vorwort: Mehr Mut!	13
Der perfekte Sturm	16
Brücken zwischen digitalen Inseln bauen	18
„Hen die denn koi Schnur?“	20
Vernetzung als Unternehmensprinzip	22
Digitale Transformation ist Chefsache	26
Kapitel 1: Neue Chefs braucht das Land!	27
Geschäftsmodelle gehören auf den Prüfstand!	29
Warten auf den Mittelstand	32
Schöpferische Zerstörung und disruptiver Wandel	33
Die neue Welt der Arbeit	34
Das Unternehmen als Netzwerk	35
Das Büro von morgen ist kein Büro!	36
Digitaler Beduine sucht digitale Oase	38
Der Arbeitgeber als Marke	39
Talente – verzweifelt gesucht	40
Das Unternehmen erfindet sich neu	43
eEnabling: Fit für die digitale Zukunft	44
Service als Geschäftsmodell	46
Keiner bleibt ungeschoren	48
Kapitel 2: Der digitale Durchblick	51
Big Data ist kein Selbstzweck	54
Ein Computer, der wie ein Mensch denkt	56
Management durch Vertrauen	58
Vernetzung als Unternehmensprinzip	60
Digitale Transformation ist Chefsache – aber nicht nur!	64

Kapitel 3: Verkaufen war gestern	67
Eine kurze Geschichte des E-Commerce	70
Die neue Macht des Kunden	74
Fragen kostet (fast) nichts	77
Der neue Weg zur Ware	78
Verkaufen auf allen Kanälen	80
Social Selling: Der Kunde als Freund	83
Handel im Wandel	85
Auch Firmenkunden sind Menschen	88
Kundenbindung 2.0: Der Kunde bindet sich selbst	91
Kapitel 4: Hoflieferant von König Kunde	93
Was Online-Marketing mit Fußball zu tun hat	97
Beziehungspflege per Internet	99
Momente, die man nie vergisst	101
Big Data – Little Brother	102
Kunde, verzweifelt gesucht	104
Ist der Ruf erst ruiniert	107
Kapitel 5: Oer neue Weg zum Kunden	113
Verkaufen auf allen Kanälen	117
Retouren als Chance	120
Fliegende Kisten und Brummis ohne Steuermann	126
Der Kunde als Paketbote	127
Global oder regional? Egal!	129
Nachhaltigkeit ist Trumpf	134
Kapitel 6: Machen Sie's den Kunden nach!	137
Einmaleins und ABC	139

Die Maus, die brüllt	144
Einkauf verkehrt: Das „Kunden-Universum“	146
Einkauf treibt Industrie 4.0	151
Smarter einkaufen	153

Kapitel 7: Smarte Produkte brauchen smarte Hersteller 157

Smart Factory sucht smarte Mitarbeiter	161
Roboter sind die besseren Chefs	164
Das Ende der Massenfertigung	169
Demokratisierung der Fertigung	172
Der Ruf nach „sozialen Maschinen“	174
Roboter haften nicht	177
Ingenieure verzweifelt gesucht	180
Fünf Faktoren für die Fabrik der Zukunft	182

Kapitel 8: Der neue Mitarbeiter 187

Die neue Macht der Bewerber	191
Der Arbeitgeber als Marke	193
Die neue Welt der Arbeit	195
Arbeitsplatz ohne Grenzen	197
Der Preis der Flexibilität	199
Personaler werden digitaler	202
Entlassung per Mausklick ist schlechter Stil	205
Aufwerten statt anheuern	208

Kapitel 9: Die Herren der Daten 211

Reporting – Unternehmensführung im Rückspiegel. . .	214
Computer können besser Erbsen zählen	216
Daten sind nicht immer gleich Daten	217

12 I *Inhaltsverzeichnis*

Controlling und Business Analytics – zwei Welten begegnen sich	219
Die Königsdisziplin: Automatische Entscheidungen . . .	221
Ein Computer, der wie ein Mensch denkt	223
Nachwort: Quo vadis digitales Deutschland? . .	227
Literaturverzeichnis	235
Stichwortverzeichnis	241