

Michael Kraewing

Digital Business Strategie für den Mittelstand

Entwicklung und Konzeption mit internationaler Ausrichtung

1. Auflage

Haufe Gruppe
Freiburg · München · Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Einführung	9
Herausforderungen einer Digital-Business-Strategie	9
Was Ihnen dieses Buch bietet	12
1 Analyse der Ausgangssituation Ihres Unternehmens	15
1.1 Mandat erhalten, was nun?	15
1.2 Interne Analyse	21
1.2.1 Systematik der internen Analyse	22
1.2.2 Die wertschöpfenden Elemente Ihres Unternehmens	23
1.2.3 Analyse der Wertschöpfungskette	26
1.3 Externe Analyse	29
1.3.1 Systematik der externen Analyse	29
1.3.2 Die Kunden	30
1.3.3 Die Wettbewerber	37
1.4 Vom Mandat zur Strategie	41
1.4.1 Das Fünf-Kräfte-Modell nach Porter	41
1.4.2 Strategische Optionen identifizieren	43
1.4.3 Die SWOT-Analyse	46
1.4.4 Welche Strategie passt zu Ihrem Unternehmen?	52
1.5 Checkliste zur Analyse der Ausgangssituation	55
2 Formulierung Ihrer Digital-Business-Strategie	57
2.1 Vorüberlegungen zum Strategiebegriff	57
2.2 Phasen des Strategieprozesses	61
2.2.1 Strategische Ziele definieren	62
2.2.2 Die Umsetzung der Strategie	62
2.3 Was zeichnet eine Digital-Business-Strategie aus?	63
2.3.1 Eigenschaften der Digitalisierung	64
2.3.2 Komplexität der Arbeitsprozesse	66
2.3.3 Die vier Stufen der digitalen Reife eines Unternehmens	68
2.4 Entwicklung einer digitalen Vision	71
2.4.1 Vergleich von Mission und Vision Statements	74
2.4.2 So entwickeln Sie eine digitale Vision	76
2.4.3 Beispiele für gute und schlechte Vision Statements	77
2.4.4 Beispiele für gute und schlechte Mission Statements	78

2.5	Definition der Digital-Business-Strategie	79
2.5.1	Die strategische Ausrichtung Ihrer Digitalstrategie	80
2.5.2	Fünf Prinzipien für die Umsetzung der Strategie	82
2.5.3	Die Formulierung von strategischen Zielen	84
2.6	Kommunikation der Digitalstrategie im Unternehmen	85
2.7	Checkliste zur Strategieformulierung	86
3	Umsetzung Ihrer Digital-Business-Strategie	87
3.1	Das Digital-Business-Team	87
3.1.1	Der Führungsstil im Digital-Business-Team	88
3.1.2	Plädoyer für selbstorganisierte Teams	89
3.1.3	Zum Begriff <i>Digital Leadership</i>	90
3.1.4	Anforderungen an das Digital-Business-Team	90
3.1.5	Die glorreichen Sieben – Archetypen eines Digital-Business-Teams	92
3.2	Organisation des Digital-Business-Teams	95
3.2.1	Scrum als agile Methode des Projektmanagements	96
3.2.2	Organisationstypen eines Digital-Business-Teams	97
3.2.3	Dezentrale Organisation und Internationalisierung	100
3.3	Change Management	101
3.3.1	So gehen Sie mit unternehmensinternem Widerstand um	101
3.3.2	Acht Grundsätze für eine erfolgreiche digitale Transformation	103
3.4	Interaktion mit Ihren Kunden	105
3.4.1	Welches Problem lösen Sie für Ihre Kunden?	107
3.4.2	Finden Sie Ihre Kunden	111
3.4.3	Machen Sie Ihre Kunden glücklich	115
3.4.4	Machen Sie Ihre Kunden loyal	118
3.5	Digitale Wertschöpfung	120
3.5.1	Modell einer digitalisierten Wertschöpfungskette	120
3.5.2	Drei Bereiche der digitalen Wertschöpfung	123
3.5.3	Digitale Wertschöpfungskette und Datenmanagement	124
3.6	Messen, Analysieren, Verbessern	126
3.7	Checkliste zur Umsetzung der Digital-Business-Strategie	129
4	Internationale Beispiele für Ihr Digital Business	131
4.1	Zur Auswahl der internationalen Beispiele	131
4.2	Japan – Tor zum asiatischen Markt	131
4.2.1	Fakten zu Japan	132
4.2.2	Kulturelle Besonderheiten	136
4.2.3	Online-Shopping in Japan	140
4.2.4	Ableitungen und Empfehlungen	149

4.3	China – das Land der Superlative	152
4.3.1	Fakten zu China	153
4.3.2	Kulturelle Besonderheiten	161
4.3.3	Online-Shopping in China	165
4.3.4	Ableitungen und Empfehlungen	169
4.4	USA – Das digitale Mutterland	172
4.4.1	Fakten zu den USA	172
4.4.2	Kulturelle Besonderheiten	173
4.4.3	Online-Shopping in den USA	173
4.4.4	Ableitungen und Empfehlungen	176
	Dank	179
	Literaturverzeichnis	181
	Stichwortverzeichnis	183
	Der Autor	187