

Digitalisierung

Das grosse Experiment

Digitalisierung ist mehr als nur Informationstechnik – die Kundschaft ist im Netz und am Drücker. Das wirkt sich auf Geschäftsmodelle, Arbeitsabläufe, Kundinnen und Mitarbeiter aus. Und das in einem nie dagewesenen Tempo. Das Wichtigste unserer Jahresserie in Kürze.

TEXT Denise Yannoulis ILLUSTRATION Mark Sasvary

Die Umbrüche, die die Digitalisierung mit sich bringt, sind gewaltig. In Sekundenschnelle haben wir Zugang zu Informationen, können vergleichen und vom Handy aus reagieren. Musik, Taxis, Hotels und Reisen werden per Click downgeloaded, gebucht und geshoppt. Begehrlichkeiten entstehen nicht mehr ausschliesslich vor dem Laden, sondern neu digital im Netz. Wer dort als Anbieter nicht auffindbar oder mit einem unattraktiven Auftritt präsent ist, verschwindet für eine immer grösser werdende Kundschaft vom Radar.

So funktioniert Weitersagen heute

«Lage, Lage, Lage!» war früher das Zauberwort für den Geschäftserfolg, heute heisst es «Der Kunde ist das Business». Das Kundenverhalten hat sich mit dem Internet und mobilen Geräten komplett verändert: Die Kundschaft ist informiert, verwöhnt, vergleicht, will unterhalten und sofort beliefert werden. Zuerst wird

im Internet geschaut, dort nach Angeboten gesucht, auf Online-Empfehlungen reagiert und mit Bewertungen juriert. Erst dann folgt auf den virtuellen Traum das wahre Erlebnis im Blumengeschäft um die Ecke. Ein neues Verkaufsspiel das bekannt und beherrscht sein will.

Hier kochen Chef und Stift

Die Anpassung der Geschäftsaktivitäten an das neue System ist wie ein zweites Start-up des eigenen Geschäftes. Die Strategie ist Chefsache und ein «Business Canvas» ist ein gutes Instrument, um sich ein genaues Bild von seiner eigenen Unternehmung zu machen. Für die Umsetzung empfiehlt sich dann Teamwork mit der Generation Smartphone. Lernende haben in dieser Welt zum ersten Mal oft mehr Erfahrung als der Chef und sind bei der Umsetzung der geplanten Massnahmen Gold wert. Es heisst also, das Potenzial des ganzen Teams, des Familien- und Freundeskreises und der freien Mitarbeiter zu nutzen – je jünger desto besser.

«Das Internet ist das erste von Menschenhand erschaffene Ding, das der Mensch nicht versteht. Es ist das grösste Experiment in Sachen Anarchie, das es je gab.»

Eric Schmidt, ehemaliger CEO von Google

Viele Wege führen zum Kunden

Für das Überleben eines Geschäfts ist es wichtig, raschmöglichst einen Zugang zu dieser veränderten Verkaufswelt herzustellen. Ein My-Business-Account auf Google ist gratis und stellt sicher, dass ein Geschäft gefunden wird. Die Website sollte ansprechend und aktuell sein und auf allen Geräten richtig dargestellt werden. Interaktionen und Austausch von Informationen werden über Social-Media-Kanäle, Newsletter und E-Mails erzeugt. Und Kunden-Posts gezielt als Werbemittel eingesetzt.

Ein Stück vom Kuchen

Der Online-Handel wächst und hat immer mehr Frischblumen auf Abruf im Sortiment. Marktteilnehmer wie Fleurop, lesfleurs.ch/dieblumen.ch, panamy.ch, flower24.ch oder das Zürcher Start-up tomflowers.ch liefern Blumen ohne Laden aus. Auch immer mehr Blumengeschäfte betreiben einen eigenen Webshop. Fertige Website-Lösungen wie von trimell.ch unterstützen sie dabei; je nach Geschäfts-



TIPP

Die Serie verpasst?
Hier gibt es noch eine Chance: Alle Beiträge stehen einzeln sowie gesammelt zum Herunterladen bereit:
> florist.ch/mitgliedernutzen/unterlagen-downloads

volumen und Anforderungen bieten sich auch individuelle Lösungen an. Der Kosten- und Aufwandbedarf ist hoch und will gut überlegt und organisiert sein.

Big Brother im Gewächshaus

Landauf, landab stehen Produzenten mitten in der digitalen Arena, um von Neuentwicklungen zu profitieren und im harten Konkurrenzkampf mithalten zu können. Neue Verfahren wie zur Unkrauterkennung oder Schädlingsbekämpfung in Gewächshäusern und kleine Roboter werden nun für die grüne Branche angeboten und getestet. App-Lösungen steuern die automatisierbaren Prozesse und senken die Produktionskosten.

Neue Heinzelmännchen aus dem Netz

Digitalisierte Anwendungen vereinfachen die Abläufe und steigern die Effizienz. Im Verkaufsraum sind Tablets, elektronische Zahlterminals, Kassensysteme und eine Online-Terminverwaltung bald der Stan-

dard; im Büro Kalkulationsprogramme, Buchhaltungssysteme und Abwicklungssaplikationen wie zum Beispiel für E-Rechnungen. Mit ihnen verändern sich Jobprofile und Kompetenzanforderungen.

E-Learning: Weg vom Papier

Digitale Werkzeuge eignen sich bestens als Lehrmittel. Der Unterrichtsstoff kann ansprechend präsentiert und laufend aktualisiert werden; Interaktivität ist zudem lernfördernd. Lernplattformen werden als virtuelle Räume für Lernende, Lehrerinnen und Berufsbildner verwendet. Im Klassenzimmer wird der Unterricht umgedreht: die Theorie wird zu Hause erarbeitet und im Klassenzimmer geübt. In Onlinekursen und Webseminaren kann sich jeder von überall her zuschalten

Das war unsere Digital-Serie – nun sind Sie an der Reihe. Legen Sie los! Nutzen Sie die Digitalisierung in Ihrem Geschäft und Ihre Möglichkeiten, um:

- die eigene Strategie und das eigene Geschäftsmodell neu zu justieren,
- schneller zu werden und Prozesse zu verbessern,
- mit zusätzlichen Serviceleistungen bestehende Kunden zu binden und neue zu gewinnen und
- sich mit Hilfe digitaler Kanäle als attraktive Arbeitgebende zu positionieren.

Die Digitalisierung ist die totale Umwälzung des bisherigen Systems – und eine gigantische Innovation. Ihre unternehmerische Auseinandersetzung mit ihr ist jetzt wichtig und dringend für Ihren wirtschaftlichen Erfolg der nächsten fünf Jahre, genauso wie für die Zufriedenheit Ihrer Kundschaft, Ihrer Mitarbeitenden und damit auch die Ihrige als Unternehmer. Natürlich ist es auch möglich, keine digitalen Lösungen zu nutzen. Doch dann ist sofort in andere Massnahmen für Kundenverständnis und -kommunikation zu investieren. Denn das grösste Experiment in Sachen Anarchie ist voll angelaufen. ♣