

Von Anfang an auf Kundenbedürfnis ausgerichtet

Digitale Produkte, Services und seit neuem auch digitale Geschäftsmodelle werden heute gezielt von Kunden gefordert und von Unternehmen innoviert. Am RhyTalk erfuhren die Teilnehmenden, wie sich die KMU-dominierte Geschäftswelt darauf einstellen kann und welche Chancen und Herausforderungen sich für das bestehende Innovationsmanagement ergeben.

Der Titel „Innovationsmanagement im Zeitalter der Digitalisierung“ lockte rund 30 Teilnehmende zum sechsten „RhyTalk – Wissen über Mittag“ vom 14.11. diesmal nach Grösch. In den modernen Räumlichkeiten des Sponsors Gritec AG richtete der Referent, Dr. Christoph Meister, BGW AG, einem Spin-Off der HSG, den Fokus auf das Innovationsmanagement in unserer zunehmend digitalisierten Geschäftswelt. Er zeigte auf, was Unternehmen beachten sollten um erfolgreich zu innovieren.

Mit der zunehmenden Digitalisierung wird die Geschäftswelt agiler. Entsprechend verändert sich das Innovationsmanagement für die Unternehmen. Ihre Herausforderung besteht darin, die bestehenden physischen Produkte mit ihrem digitalen Zwilling zu vereinen und passende Geschäftsmodelle zu entwickeln. Gemäss Gary Hamel, einem amerikanischen Ökonomen wird „der Wettbewerb der Zukunft nicht zwischen Produkten sondern zwischen Geschäftsmodellen stattfinden“.

Teilweise könne man von bestehenden digitalen Modellen lernen und versuchen, sie für die eigenen Zwecke anzuwenden. So könne man versuchen, eigene Geräte preisgünstig anzubieten und das einträgliche Geschäft mit den Nachfüllpackungen zu machen - analog zur Firma Gillette mit ihren Rasierern und Klingen. In jedem Fall solle der Kunde früh in Entwicklungen und Veränderungen einbezogen werden.

Viele Firmen, die heute noch stark auf ihr Produkt fokussiert sind, sollten sich stärker auch um Kundenlösungen für den Service und um ein entsprechendes Geschäftsmodell kümmern. Denn diese drei Faktoren sind künftig nicht mehr trennbar, man braucht sie alle!

„Immer stärker kommen jetzt Industriepattformen auf, welche Kunden und Anbieter auf einem neuen Marktplatz digital verbinden“, so der Referent. Firmen müssten sich hier genau überlegen, welchen Nutzen sie ihrem Kunden mit ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung hier versprechen und welche Rolle sie entsprechend auf der Plattform spielen sollten. Entscheidend wird sein, dass Ihre Fähigkeiten leicht aufgefunden werden – unabhängig von der Firmengrösse – und dass sie, allenfalls gemeinsam mit anderen Anbietern im Ökosystem, die Lösung für den Kunden direkt

über digitale Angebote bedienen. Dabei muss von Anfang an klar herausgearbeitet werden, was verkauft wird und womit Geld verdient wird.

Damit die regionale Wirtschaft nicht von Konkurrenten überrascht wird, welche aus ganz unerwarteten Branchen heraus aufkommen können, sollten sich Firmen agil aufstellen und sich konsequent an Kundenbedürfnissen orientieren. Sie sollen sowohl in industriellen Plattformen denken und zudem versuchen, Lösungen radikal neu zu denken. Um sich den zu erwartenden grossen Veränderungen zu stellen, ist es zuerst wichtig, diese Herausforderung anzunehmen und mit überschaubar grossen Schritten in die richtige Richtung zu starten. Das verheissungsvolle Fazit des Events ist: Betriebe, welche die Herausforderung der Digitalisierung proaktiv anpacken, haben eine ausgezeichnete Zukunftsperspektive.

RhyTalk wird als Veranstaltungsserie 3-4 mal jährlich durchgeführt; jeweils über Mittag zu Gast bei einem regionalen Unternehmen. Der erste RhyTalk hat am 20. Juni 2016 bei Leica Geosystems AG in Heerbrugg stattgefunden, wo Prof. Dr. W. Brenner der Universität St. Gallen über die Bedeutung der Kundenorientierung im Zeitalter der Digitalisierung gesprochen hatte.

Ansprechperson:

Bärbel Selm

RhySearch

baerbel.selm@rhysearch.ch

T +41 81 755 49 51