

Digital Transformation Management – Do-It-Yourself Workshop

Workshop: 2 Tage mit Dr. Albert Thienel

Ziele

Der Workshop Digital Transformation Management führt Sie über die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle zur Ableitung des konkreten Transformationsbedarfs. Auf der Basis eines Fallbeispiels werden Sie anschaulich durch die Vorgehensweise zur Ableitung des Transformationsbedarfs geführt. Sie wenden Management-Tools an, die Ihnen die Übertragung der Seminarinhalte auf die digitalen Entwicklungsmöglichkeiten ihres Unternehmens ermöglichen.

In praktischen Übungen erlernen Sie die Erstellung von digitalen Geschäftsmodellen, digitalen Kundennutzenprofilen, die Erarbeitung der konkreten Transformationsthemen auf der Basis eines praktischen Transformationsmodells, die Durchführung einer digitalen Reifegradüberprüfung ihres Unternehmens und die Erstellung eines Transformationsplanes.

Sie erleben eine führende Methode zur Gestaltung des Transformationsprozesses. Damit lernen Sie die Schritte des Veränderungsprozesses mit dem Managementteam zu entwickeln und zu steuern.

Sie lernen die Teamplayer des Veränderungsprozesses in ihren bevorzugten Teamrollen und ihre Motivation zur Veränderung oder persönliche Widerstandsursachen einzuschätzen. Daraus können Sie die den Entwicklungsbedarf ihres heutigen Teams oder die passende Zusammenstellung der Transformationsteams ableiten

Agenda

I.: Vom digitalen Geschäftsmodell zur digitalen Transformation

- Von der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle bis zur Ableitung des Transformationsbedarfs:
 - Im goldenen Innovationsdreieck zwischen neuem Kundennutzen, digitalen Enablern und neuen Ertrags-/Geschäftsmodellen
 - Im internen Optimierungsdreieck zwischen Prozessdigitalisierung, digitalen Assistenzsystemen und Mitarbeiter-/Unternehmensnutzen
- Neue Kunden und Kundennutzen entwickeln
- Digitale Lösungen ermöglichen neuen Kundennutzen, z.B. Plattformen, Digital Twins, Cloud, Data Analytics, Künstliche Intelligenz, 3-D Druck, Assistenzsysteme, Sprachsteuerung
- 55+ Muster erfolgreicher Ertrags-/Geschäftsmodelle
- Wie lässt sich Mitarbeiternutzen schaffen in der digitalen Transformation?

II.: „Customer Experience First“: Kundennutzen analysieren und Wertangebote definieren

+++ Steve Jobs „You’ve got to start with the customer experience and work back toward technology – not the other way around!“

- Customer Discovery und Customer Development
- Customer Experience Journey und Touchpoints
- Erarbeiten Sie sich das heutige und das zukünftig digitale Value Proposition Canvas ihres Unternehmens und wählen Sie die erforderlichen digitalen Enabler aus.
- Entwickeln Sie ein digitales Geschäftsmodell ihres Unternehmens mit dem Business Model Canvas
 - Welche Hypothesen liegen eigentlich ihrem digitalen Geschäftsmodell zugrunde?
Welche Geschäftsannahmen müssen Sie wie überprüfen, um das Erfolgspotenzial zu bestätigen und die Risiken deutlich zu minimieren?

III. Die Transformationsthemen von ihrem heutigen zu ihrem digitalen Geschäftsmodell

- Die konkreten Gestaltungselemente ihrer digitalen Transformation: Wenden Sie einen praktischen Transformationsmodell an! Sind Zwischenschritte erforderlich und möglich?
- Von welchem Reifegrad startet ihr Unternehmen auf dem Weg zur digitalen Transformation?
Bestimmen Sie den Reifegrad und die nächsten Entwicklungsschritte
Ist die Zusammenarbeit mit Startups, die Gründung von Inkubatoren und Acceleratoren oder gar interner, cross-funktionaler Organisationseinheiten sinnvoll?

IV: Das Transformationsmanagement

- Die Kommunikation, Ableitung und Vereinbarung der Veränderungsmaßnahmen auf der Ebene der Organisationseinheiten, Teams und ggf. einzelner Personen
- Digital Team Leadership
 - Die Präferenzen in der Teamarbeit von cross-funktionalen Digitalteams und die Auswirkungen auf die Zusammenarbeit und Leistungsfähigkeit
 - Ihre Leadership-Präferenzen im Change Management
 - Wie setzt man ein gutes Veränderungsteam zusammen und entwickle es?
- Die ChangeSetter Vorgehensweise im digitalen Transformationsprozess
- Planung, Steuerung und Review des Transformationsprozesses in der Führungskoalition
- Welche Widerstände sind zu erwarten und wie geht man damit um?

Fazit: Key Learnings und persönliche Todos

Interesse? Standardworkshop oder unternehmensspezifische Workshopdesign nach Briefing?

Kontakt: Dr. Albert Thienel, Dr.Thienel-Consulting@t-online.de, 0171 6414739