



Bild: Sashkin/Fotolia

bvik-Experten informieren über digitale Transformation

Intelligente Prozesse für Big Data

Digitalisierung | In der B2B-Landschaft werden Prozesse und Wege zunehmend digitalisiert, automatisiert und dadurch beschleunigt. Dies hat große Auswirkungen auf Marketing und Kommunikation. B2B-Marketer müssen hierfür gerüstet sein.

Heutzutage kann sich kein Unternehmen mehr dem digitalen Wandel entziehen. Für die Verantwortlichen ist es deshalb essenziell, immer am Puls der Zeit zu sein und aktuelle Trends und Entwicklungen frühzeitig zu erkennen. Denn klar ist: Die digitale Transformation führt zu einschneidenden Veränderungen. Dies zu erkennen, darauf zu reagieren und die richtigen Entscheidungen zu treffen, ist eine große Herausforderung für B2B-Unternehmen.

Christoph Burkhardt, Wirtschaftspsychologe und Experte für Innovation & Kreativität, der als Keynote-Speaker beim Tag der Industriekommunikation 2017 (TIK 2017), dem großen B2B-Marketing-Event des

Bundesverband Industriekommunikation e.V. (bvik) auf der Bühne stehen wird, macht deutlich, welche großen Auswirkungen der Veränderungsprozess haben wird: „Wir stehen an der Schwelle zu einem massiven Paradigmenwechsel. Dieser kann Unternehmen entweder ins Abseits stellen oder ihnen die Chance bieten, sich neu zu erfinden.“

Megatrend „Realtime Logistics“

Der im Silicon Valley lebende Innovation Lead und Partner des Beratungsunternehmens Plot Inc. bringt Innovationsstrategien zu Unternehmen weltweit und ist hautnah dabei, wenn Durchbruchsideen entstehen. Zu den Megatrends, mit denen sich B2B-Unternehmen zukünftig beschäftigen müssen, zählt seiner Meinung nach vor allem die sogenannte „Realtime Logistics“. Da sich die Daten generierende Sensorik, wie beispielsweise beim automatisierten Tracking von Kaufverhalten, mit rasender Geschwindigkeit entwickelt, ist es notwendig, Strukturen zu schaffen, um den Überblick nicht zu verlieren. „Schon heute stehen in vielen Bereichen mehr Daten zur Verfügung als es Menschen gibt, die wüssten, was man mit ihnen macht. Mit fortschreitender Technologie werden Systeme immer besser darin, in Echtzeit zu optimieren und Frühwarnsysteme, zum Beispiel im Projektmanagement, sind schon heute fest in der Hand derjenigen, die sich mit Big Data auseinandersetzen“, erklärt Burkhardt.

Daten als Rückgrat der digitalen Transformation

Die große Bedeutung von Big Data sieht auch Eva-Maria Bieda, Principal Change Manager von Roche Pharmaceuticals, die beim TIK 2017 einen Praxisvortrag zum Thema „Big data versus useful data“ hält: „Daten sind das Rückgrat jeder digitalen Transformation, sowohl interne wie auch externe Daten. Die Kombination verschiedener Daten-Töpfe erlaubt neue, bessere und tiefere Einblicke in Kundenbedürfnisse und -verhalten, aber auch in die eigenen Prozesse und deren Verbesserungspotenziale.“ Voraussetzung hierfür sei, dass alle Systeme und Personen im Unternehmen, die Daten sammeln und pflegen, in diesen Veränderungsprozess eingebunden sind und eine angemessene Weitsicht vorherrscht. „Es darf nicht sein, dass ein Projekt bei der Fertigstellung nicht mehr den aktuellen Anforderungen genügt“, warnt sie.

Damit Unternehmen im B2B-Bereich ressourcenschonend und mittelfristig planungssicher investieren können, ist es nötig, die Projektziele von Anfang an genau zu definieren und die hierfür notwendigen Daten innerhalb der Firma aufzuspüren, also in Daten anstatt in Anwendungen zu denken. „Vielleicht ist die Lösung nicht, die vorhandenen Systeme miteinander zu verbinden, sondern ein neues und übergreifendes System oder eine Datenbank zu schaffen, die alle Systeme zentral speist“, erklärt Bieda, die mehr als 25 Jahre Erfahrung in verschiedenen Kommunikations- und Marketingpositionen bei international agierenden Firmen hat.

Marketing-Abteilungen fordern digitale Kompetenzen

Durch die zunehmende Digitalisierung und Globalisierung werden sich aber nicht nur die Strukturen, Systeme und Prozesse innerhalb der Unternehmen ändern, sondern auch die Anforderungen an die Mitarbeiter – ganz besonders in den Marketing-Abteilungen. Der Veränderungsprozess führt nämlich dazu, dass viele verschiedene Kompetenzfelder besetzt werden müssen, die nach speziellem Fachwissen und besonderen Skills der Mitarbeiter verlangen. Aus diesem Grund beschäftigte sich der bvik im Sonderteil seiner aktuellen Studie „B2B-Marketing-Budgets 2016“ mit dem Thema „Personalentwicklung und Kompetenzmanagement in Marketing- und

Tag der Industriekommunikation 2017

Unter dem Motto „Digitale Transformation – B2B-Marketing der Zukunft“ findet am 22. Juni 2017 im Veranstaltungsforum Fürstenfeld in Fürstenfeldbruck (bei München) der Tag der Industriekommunikation statt. Im Rahmen der großen bvik-Leuchtturmveranstaltung erklären hochkarätige Speaker aus Wissenschaft und Praxis, wie die digitale Transformation das B2B-Umfeld verändern wird und welche Trends Industrieunternehmen auf keinen Fall verpassen dürfen.

Informationen und Anmeldung unter www.bvik.org.

Kommunikations-Abteilungen“. Dabei zeigen die Ergebnisse der Ende März veröffentlichten Erhebung, dass das wichtigste Kompetenzfeld in Marketing- und Kommunikations-Abteilungen ganz eindeutig das digitale Marketing ist. So gaben 96 % der Befragten an, dass Mitarbeiter zukünftig Spezialkenntnisse in diesem Bereich benötigen. Dies macht deutlich, dass Unternehmen, die erfolgreich am Markt agieren möchten, die hierfür notwendigen Strukturen schaffen und in diesem Zuge bereit sein müssen, die eigenen Kommunikationskompetenzen zu überdenken und gegebenenfalls neu auszurichten. „Unsere Sicht auf die Welt, Märkte, Konkurrenten und Stakeholder sowie unsere Überzeugung davon, was funktioniert, wird sich alle fünf Jahre radikal ändern. Die Zeiten allgemein gültiger unternehmerischer Wahrheiten sind vorbei. Deshalb müssen Unternehmen ihre eigenen Regeln verlernen, um mitzuhalten“, erklärt Burkhardt, worauf es in Zukunft ankommt. ●

.....
Dominik Schubert
PR-Referent bvik



Die Zeiten allgemein gültiger unternehmerischer Wahrheiten sind vorbei.“

Christoph Burkhardt, Wirtschaftspsychologe und Experte für Innovation & Kreativität

.....