

DIGITALISIERUNG

DENKANSTÖSSE
FÜR VERWALTUNGSRAT UND GESCHÄFTSLEITUNG

Experten-Roundtable und Spiegelung
des Hitchman Executive Panels

ROY C. HITCHMAN AG
CONSULTANTS IN EXECUTIVE SEARCH

DIGITALISIERUNG.

DENKANSTÖSSE FÜR VR UND GL

GESCHÄFTSMODELL & STRATEGIE

- Was ist unsere breit getragene Vision (Leitgedanke) und wie determiniert diese unser Handeln? Ist unsere Vision noch erstrebenswert und dazu geeignet, die Mitarbeitenden und die weiteren Stakeholders zu mobilisieren?
- Tragen wir der 4. Industriellen Revolution Rechnung und entwickeln wir eine digitale DNA? Sind wir uns der neuen Risiken der Verschmelzung der physischen mit der digitalen Welt im Klaren und wurde die Risiko-Map entsprechend justiert?
- Wie sieht unser Geschäftsmodell in 5 Jahren aus? Mit welchen Produkten und Dienstleistungen verdienen wir dann Geld? Welche Vertriebskanäle und Allianzen werden wir dann nutzen? Welches Wissen und welche Fähigkeiten als Organisation benötigen wir dann?
- Welches Wissen und geistige Eigentum ist schützenswert und mit welcher Konsequenz schützen wir es? Könnten wir unser Wissen bilanzieren? Welche Prozesse für die Mehrung und die Teilung haben wir installiert?
- Wie sieht unser Krisenszenario bei einem unerwarteten und markanten Umsatz- oder Gewinnrückgang aus? Wie variabel sind unsere Kosten, wie flexibel die Strukturen und wie schnell können wir uns von nicht Mehrwert schaffenden Fixkosten lösen?
- Wie stark werden die Kunden und Geschäftspartner in die Entwicklung des Ertragsmodells und in die Strategiefindung eingebunden? Verstehen wir die Kundenerwartungen bezüglich Angebot, Bezugskanal, Service und Bindung?
- Wie fördern wir Kreativität? Wie werden Schnittstellen zu externen Kreativitätsquellen geschaffen? Korreliert der Forschungs- und Entwicklungsaufwand mit der Innovationsrate?
- Welche Kundenprobleme lösen wir und schaffen wir damit Mehrwert? Wie betreiben wir eine systematische, kontinuierliche Geschäftsmodell- und Produkte-Innovation?

FÜHRUNG & LEADERSHIP

- Wie reflektiert unsere Führungskultur die Erwartungen hochqualifizierter Arbeitnehmer bezüglich Inspiration, Förderung, Coaching, Kooperation und Vertrauen?
- Wie wecken wir die Neugier und fördern wir die Lernfähigkeit der Mitarbeitenden und wie schaffen wir ein Führungssystem, welches vernetztes Denken und bereichsübergreifendes und unternehmerisches Handeln belohnt?
- Ist uns bewusst, dass hierarchiearme und offenere Organisationsformen nicht weniger, sondern spezifischere (empathische) Führung benötigen?
- Ist erkannt, dass in unplanbareren Zeiten eine hohe Transparenz, mutige Entscheidungen und eine sichtbare Leadership mit starkem Involvement des Top-Management-Teams in den massgeblichen Projekten besonders geschätzt und gewürdigt werden?
- Hat der VR als Gremium in Fragen der Digitalisierung die nötige Plausibilisierungskompetenz, und kennt die operative Führung die (technologischen) Einflussfaktoren, welche das Geschäfts- und Ertragsmodell der Zukunft determinieren?
- Besteht bei unseren Führungskräften genügend Kongruenz zwischen Verantwortung und möglicher Einflussnahme? Wie attraktiv werden unsere Führungspositionen im Markt bewertet?
- Wissen wir, welche Führungsqualitäten wir künftig benötigen und haben wir ein Management-Entwicklungssystem im Einsatz, welches die zunehmende digitale Expertise berücksichtigt?
- Wie stellen wir effektives Teamwork von VR und GL sicher und haben wir ein Management-System, welches Systematik in der Führung garantiert? Wie stellen wir dessen kontinuierliche Weiterentwicklung sicher?

TECHNOLOGIE

- Muss in einer „Mobile First“-Welt unser Leistungsangebot in Zukunft interaktiver werden und kennen und nutzen wir die Chancen der Informatik, der semantischen Technologien sowie der Mikroelektronik?
- Entspricht unsere digitale Visitenkarte dem Image, das wir haben wollen und wie präsentieren wir uns unseren (künftigen) Kunden und Geschäftspartnern?
- Wie verändern mächtige Plattformen sowie das Internet der Dinge und somit eine „denkende Umwelt“ unser Leistungsangebot und den Go-to-Market?
- Welche allfälligen Chancen und Gefahren bergen die Robotik, die Sensorik sowie die künstliche Intelligenz für die Produktion sowie für die Art der Leistungserbringung?
- Nutzen wir die Chancen neuer Kommunikationskanäle genügend und haben wir dafür die Zielgruppen klar definiert? Messen wir die Effektivität unserer digitalen Kampagnen?
- Kennen wir die IT-Sicherheitsrisiken und haben wir ein Dispositiv erstellt, welches unsere Mitarbeitenden, unsere Infrastruktur und unser Geschäft adäquat schützt?
- Haben wir Daten- und Wissensmanagement-Technologie installiert, welche die kollektive Intelligenz des Unternehmens nutzt und setzen wir Analytics zur besseren Entscheidungsbildung ein?
- Welche bestehenden oder künftigen Kundenprobleme lassen sich durch relevante Technologie lösen und wie schaffen wir damit eine wertvollere Kundenerfahrung und stärkere Bindung?

HUMAN RESOURCES & SKILLS

- Kennen wir die Fähigkeiten und Erfahrungen, welche wir für die Leistungserbringung von morgen benötigen? Haben wir Zugang zu diesem Talentmarkt und pflegen wir die Beziehungen zu den entsprechenden Hochschulen und Ausbildungsstätten?
- Sind wir auf eine alternde Belegschaft vorbereitet und wie gestalten wir den Mix von Jung und Alt bezüglich Umgang, Wertesystem und Leistungserwartung?
- Nutzen wir den liquiden, internationalen Talent- und Expertenmarkt und wie gut sind wir auf die Integration von anderen Kulturen vorbereitet?
- Bewirtschaften (sammeln, teilen und mehren) wir das kollektive Wissen und sind wir als Unternehmung für Top-Talente und für die Wissensgesellschaft attraktiv?
- Ist uns bewusst, dass das Employer Branding wichtiger wird und dass Beurteilungsplattformen für jegliche Unternehmung (analog zu Trip Advisor für die Reisebranche), durch (Ex-)Mitarbeiter bewirtschaftet, zum öffentlichen Zeugnis werden?
- Tragen wir dem unabhängigen Arbeitsstil der Generation Y entsprechend Rechnung? Fühlt sich ein Digital Native in unserem Unternehmen wohl?
- Fördern wir die in der digitalen Welt wichtigen Fähigkeiten wie das lebenslange Lernen, das vernetzte Denken, die Neugier sowie agiles Verhalten? Prüfen wir Kandidaten vor allem auch auf ihre diesbezüglichen Potentiale?
- Wie lösen wir uns von traditionellen/sozialisierten Denkmustern? Schaffen wir es vom traditionellen „Command and Control“-Mode in eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe?

KULTUR

- Schafft unsere Firmenkultur eine spürbare Identität und gibt sie für die Mitarbeitenden sowie für die Stakeholder Orientierung?
- Wie fehlertolerant ist unsere Unternehmenskultur und wie gehen wir mit Misserfolgen um?
- Verhalten wir uns im VR und in der GL so, dass das Meiste öffentlich gemacht werden könnte? Ist die Transparenz Teil unseres Wertesystems?
- Vertrauen wir unseren Mitarbeitenden oder kontrollieren wir sie? Ist Vertrauen Teil unserer Firmenkultur? Delegieren wir Verantwortungen und Entscheidungskompetenz genügend?
- Schafft unsere Kultur den für Innovation und Höchstleistung wichtigen angstfreien Raum?
- Wie kommunizieren wir mit unseren Mitarbeitenden? Sind unsere Türen wirklich offen für Anliegen und Ideen? Sind unsere Management-Entscheidungen genügend begründet?
- Wie nehmen uns unsere Stakeholder wahr? Gehen wir auf deren Bedürfnisse genügend ein und betrachten diese unsere Beziehung als wertvoll?
- Unterstützt unsere Kultur das Geschäftsmodell sowie die Strategie? Wie stellen wir kontinuierlich sicher, dass die kulturbildenden Werte durch das Management und die Mitarbeitenden gelebt und von den Kunden erfahren werden?

© Roy C. Hitchman AG – Alle Rechte vorbehalten