



Digital Agenda – Die Kunst ist es, die richtigen Fragen zu stellen!

Was wird nicht alles diskutiert über Disruption, Robotics und Predictive! Dabei ist die Fragestellung häufig falsch: Was kann ich digitalisieren?

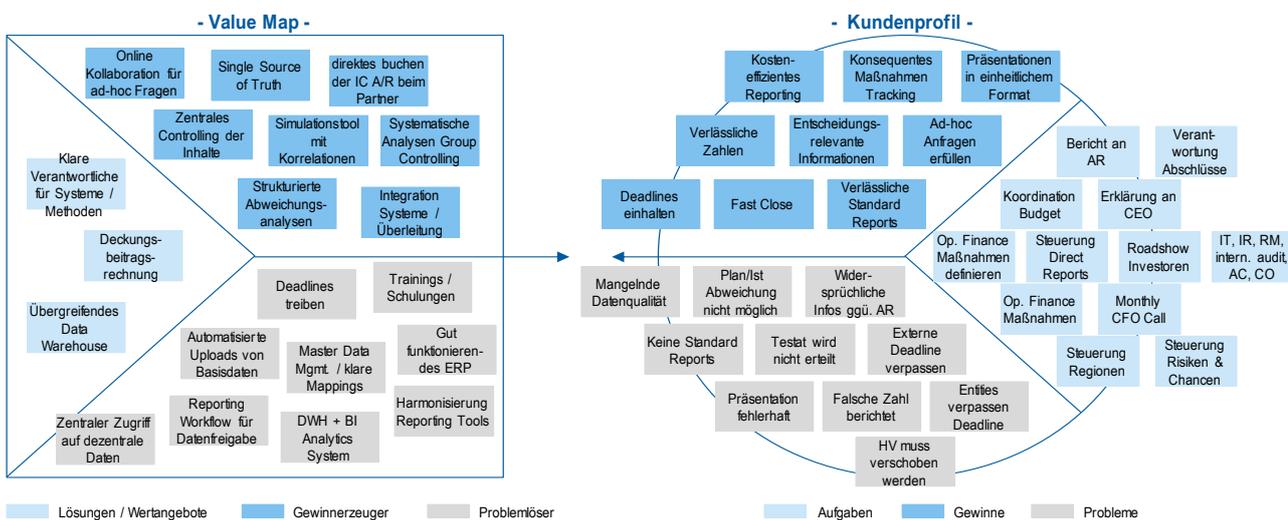
Richtig gestellt lautet die Frage: Was möchte ich verbessern und wie bzw. wo kann mich die Digitalisierung dabei unterstützen, um den Mehrwert für meinen Kunden zu maximieren?

Von der Finance Vision ...

Die Digitalisierung verfolgt keinen Selbstzweck! Ein Projekt zu starten, nur um zu digitalisieren, führt bei allen Beteiligten zu Frust und leider auch zu Ablehnung neuer Initiativen. Die Maßnahmen müssen aufeinander abgestimmt sein, sollten einen konkreten Zweck verfolgen sowie für den Kunden und damit auch für das Unternehmen einen messbaren Mehrwert generieren.

Mit der Entwicklung einer Finance Vision stellen Sie Ihre Ideen, Wünsche und konkreten Anforderungen den Erwartungen Ihrer Finance-Kunden gegenüber!

Durch die Analyse des Kundenprofils werden konkrete Aufgaben, Probleme und Gewinne Ihrer Finance-Kunden transparent. Mithilfe einer Value Map können darüberhinaus die werttreibenden Komponenten Ihres Geschäftsmodells gesammelt und strukturiert werden. Ziel ist es, das Mehrwertangebot zu identifizieren, das die passenden Lösungen zur Erfüllung der Kundenbedürfnisse liefert.



Die Fragestellungen sind dabei grundlegend und vielseitig. Unser gemeinsames Ziel ist es, konkrete Lösungen mit den Anforderungen des Finance-Kunden zu vereinen. Dabei stehen vor allem die Fragen im Vordergrund: Welches Problem wird gelöst und welcher Gewinn entsteht bei der Zielgruppe?

Ist ein **Self-Service-Reporting** wirklich vom Top-Management gewünscht oder geht es vielmehr darum die **richtigen** Informationen kurz, **prägnant** und anschaulich darzustellen?

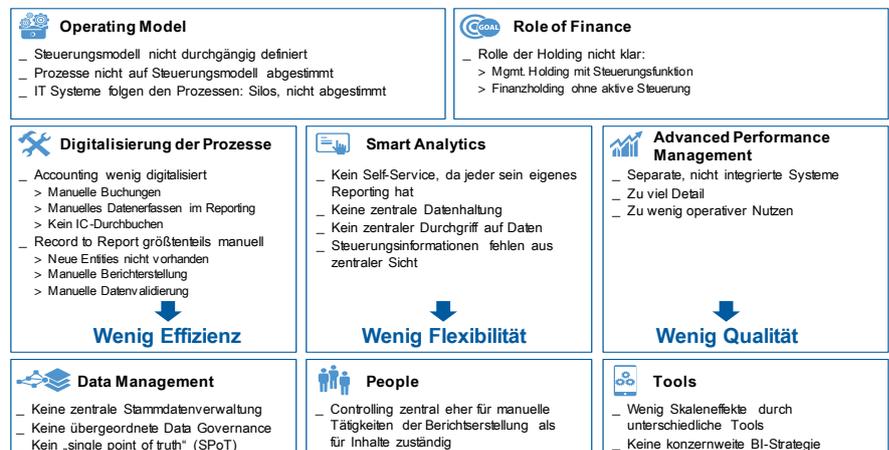
Wofür steht das **Controlling** eigentlich noch, wenn die Fachabteilungen künftig **selbst** ihre **Daten** analysieren und bewerten?

Mithilfe der richtigen Fragen und dem Einsatz zielgerichteter Methoden werden die relevanten Treiber des Erfolgs erkannt.

... über Design-Thinking-Workshop

In interdisziplinären Workshops wird – ausgehend von klar definierten Problembereichen – gemeinsam an kreativen Lösungen gearbeitet.

Mit dem Ansatz des Design-Thinking werden neue Ideen und Problemlösungen entwickelt, die aus Anwendersicht einen überzeugenden Vorteil bieten:



1. Verständnis schaffen für die tatsächlichen Herausforderungen
2. Ableitung und Artikulation der damit zusammenhängenden und zu lösenden Probleme
3. Mit Kreativmethoden potentielle Lösungen und Mehrwerte für seine „Kunden“ erarbeiten

Darauf basierend kann evaluiert und priorisiert werden, welche Prozesse, Inhalte und Strukturen optimiert werden müssen, um diesem Anspruch gerecht zu werden. Alles noch ohne Digitalisierung!

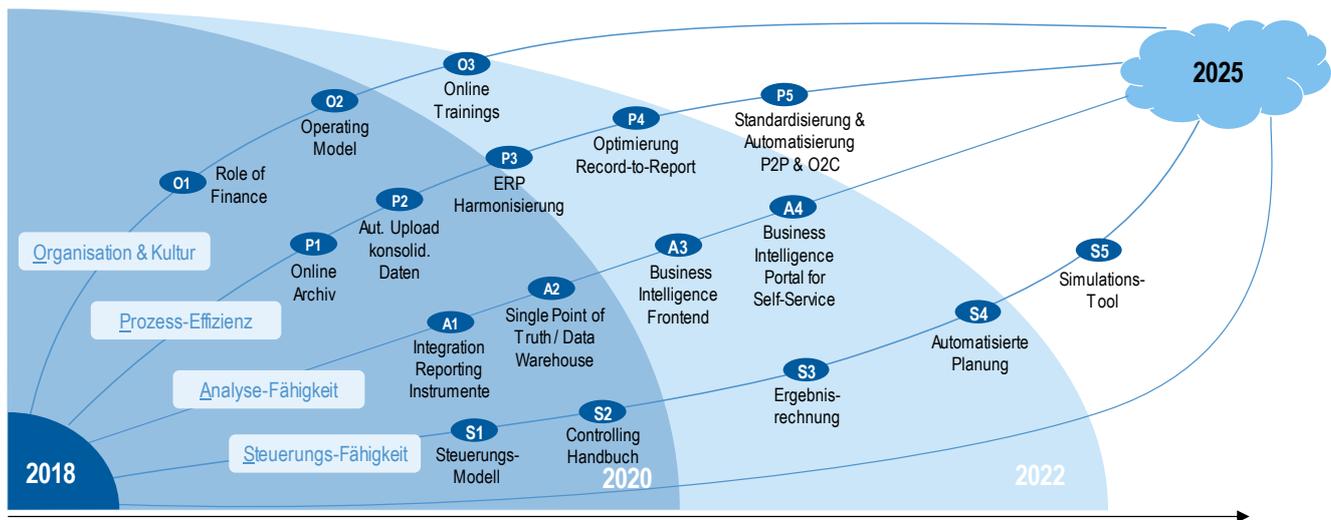
... zur Digital Agenda!

Erst bei der Ableitung der Maßnahmen kommt die Digitalisierung ins Spiel. An diesem Punkt ist es entscheidend, die Möglichkeiten der Digitalisierung, deren Voraussetzungen sowie deren Wirkungsweise zu kennen, um wesentliche kurz-, mittel- und langfristige Ziele zu definieren. Die richtige Frage lautet hier: wie kann ich die Digitalisierung nutzen, um den vorab definierten „Service“ für meinen Kunden effektiv und effizient erbringen zu können?

Die Digital Agenda hilft, die hierfür notwendigen vorgelagerten Aufgabentätigkeiten und Abhängigkeiten abzustecken, bevor der Fokus auf digitale Implementierungsmaßnahmen gelegt wird.

Beispiel: Der Einsatz von Robotik in der Buchhaltung funktioniert nur bei harmonisierten Stammdaten und angepassten Prozessabläufen.

Beispiel: Das Instrument des predictive Forecasting setzt ein methodisches Know-How, veränderte Prozessabläufe sowie eine hohe Qualität der Basisdaten voraus. Da werden aus einer Initiative ganz schnell mehrere Teilprojekte!



Es gilt der Grundsatz, eine Struktur aller relevanten Basistätigkeiten zu schaffen, um auf lange Sicht die Ziele der Digital Agenda erfolgreich zu erreichen.

Schaffen Sie sich deshalb Transparenz über Ihre Projekte, deren Abhängigkeiten untereinander sowie deren zeitliche Abfolge.

Nutzen Sie die Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung, aber lassen Sie sich nicht blind von ihr treiben. Stellen Sie die richtigen Fragen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Gerne konzipieren wir mit Ihnen gemeinsam eine individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene **Workshopreihe**, um die **digitale Agenda** gemeinsam zu erarbeiten. Konkrete **Maßnahmenpakete** werden formuliert und Sie können diese darauf aufbauend selbstständig über die Zeit in Ihr Projektportfolio einsteuern.

Sprechen Sie uns an und Sie erhalten weitere Informationen.

4C GROUP AG

Peter Keefer
Mobil +49 173 346 58 33
peter.keef@4cgroup.com



4C GROUP AG

Balint Simon
Mobil +49 173 346 58 53
balint.simon@4cgroup.com

