

CORONA UND DIGITALISIERUNG

Auf Ignoranz folgt hektische Panik



Zu lange ist es (uns) zu gut gegangen. Zu wenig Veränderungsdruck. Kaum Bewegung. Das ist seit einigen Monaten radikal anders. Corona-bedingt erkennen wir, dass dringend Nachhol- und Handlungsbedarf besteht – nicht nur für jene, die das Thema Digitalisierung bislang ausgesessen haben.

Wir „Digitalen“ haben zwar die ersten Schritte gemacht, etwa den eigenen Onlineshop aufgestellt oder über große Plattformen verkauft. Aber reicht das? Wie steht es um interne Prozesse?

„HAND AUFS HERZ: WER HAT WIRKLICH BEOBACHTET, WAS KUNDEN WOLLEN?“

Wie sieht es mit digitalen Beratungsangeboten aus, mit Support und Service? Selbst wir als native Digitalagentur mussten lernen, dass wir längst nicht komplett in der digitalen Welt angekommen sind – und all ihre Möglichkeiten für virtuelle Meetings, Co-Kreation und Beratung nutzen.

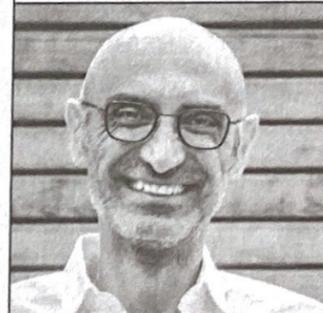
Hand aufs Herz: Wer hat wirklich beachtet, was Kunden wollen? Haben wir verstanden, dass sie nicht nur online kaufen, sondern an Ort und Stelle beraten werden möchten? Oder dass sie diesen schnellen unkomplizierten Weg wählen möchten, damit ihnen bei Fragen geholfen wird?

Gleiches gilt für interne Prozesse. Die meisten Unternehmen mussten improvisieren. Es ging ja nicht anders. Wohl dem, der seine Prozesse bereits nahtlos digital integriert hatte. Lücken im Prozess haben bereits sehr deutlich gemacht, welchen Nachholbedarf Unternehmen noch haben, und im Zweifel veranlasst, dass sie zu besser gerüsteten Anbietern wechselten.

Jetzt fühlt man den Veränderungsdruck und erkennt, dass ein konsequent digitales Vorgehen nicht nur tragfähig, sondern existenziell ist. Wir brauchen diese Aha-Erlebnisse. Sie können aber nur entstehen, wenn wir endlich loslegen!

Mein pragmatischer Vorschlag: Beginnen wir, wo der dringendste Handlungsbedarf besteht – beim Kunden. Lassen wir uns von der Frage leiten: Was brauchen wir, um unsere Kunden wirklich über digitale Touchpoints zu erreichen und zufriedenzustellen? Alle weiteren Fragen ergeben sich dann von allein.

Vor dem Hintergrund der Krise sollten wir endlich begreifen: Digitalisierung ist kein Selbstzweck, Digitalisierung dient der Existenzsicherung! Alles, was bisher auf analogen Kanälen oder physischer Präsenz beruht, gehört auf den Prüfstand. Wie schaffen wir sinnvolle virtuelle Kompensation? Und vor allem: nicht nur reden, sondern machen! ←



Amir Tavakolian
Managing Director
Virtual Identity AG

INTERNET WORLD BUSINESS

ISSN 1433-3309

Ebner Media Group GmbH & Co. KG
Büro München
Bayerstraße 16a, 80335 München

Sitz von Redaktion, Anzeigen, Vertrieb
Bayerstraße 16a, 80335 München
Telefon (089) 74117-0, Fax -101
www.internetworld.de

Sitz des Verlags
Ebner Media Group GmbH & Co. KG,
Karlstraße 3, 89073 Ulm

Geschäftsführer
Marco Parrillo

Managing Director Digital Business
Patrick Schmitt

Chefredaktion
Frank Kemper (V.i.S.d.P.)
frank.kemper@internetworld.de

Susanne Gillner
susanne.gillner@internetworld.de

Redaktion
Christiane Fröhlich
christiane.froehlich@internetworld.de

Dr. Matthias Hell
matthias.hell@internetworld.de

Ingrid Lommer
ingrid.lommer@internetworld.de

Ingrid Schutzmann
ingrid.schutzmann@internetworld.de

Helmut van Rinsum
hvr@internetworld.de

Daniela Zimmer
daniela.zimmer@internetworld.de

Mitarbeiter dieser Ausgabe
Stefan Hofer, Franziska Mozart,
Susann Naumann, Karsten Zunke

Schlussredaktion
Ernst Altmannshofer, Dr. Christa Gogu

Art Directorin
Maria-Luise Steinkühler

Gestaltung
Alfred Agatz, Julia Bergmeister, Dagmar Breitenbauch, Verena Greimel, Daniela Haberlandt, Hedi Hefele, Manuela Keller, Simone Köhnke, Cornelia Pflanzner, Karoly Pokuta, Petra Reichensperner, Sunhild Roth, Ilka Rütther, Sebastian Scharnagl, Christian Schumacher, Nicole Spitzauer, Mathias Vietmeier

Leitung Herstellung | Logistik | Kundenservice
Thomas Heydn
Telefon: (089) 74117-111
th@ebnermedia.de

Kundenservice
Telefon: (089) 74117-205
Fax: (089) 74117-101
kundenservice@ebnermedia.de

Head of Marketing
Theresa Roth
theresa.roth@ebnermedia.de

Director Sales
Carsten Szameitat
carsten.szameitat@ebnermedia.de

Mediaberatung und Content-Marketing-Lösungen
Christina Blanz
Telefon: (089) 74117-120
sales@ebnermedia.de

Thomas Wingenfeld
Telefon: (089) 74117-124
sales@ebnermedia.de

Beratung Stellenmarkt
Reinhold Fritsch
Telefon: (089) 74117-285
reinhold.fritsch@ebnermedia.de

Disposition
Marita Brotz
Telefon: (089) 74117-281
dispo@ebnermedia.de

Es gilt die aktuelle Anzeigenpreisliste.

Bank: Deutsche Bank
IBAN: DE08 7007 0010 0826 4160 00
BIC: DEUTDE33

Druck: L.N. Schaffrath Druckmedien
Marktweg 42-50, 47608 Geldern

INTERNET WORLD BUSINESS erscheint einmal im Monat.

Der Bezug eines Abonnement *Premium Plus* beinhaltet das Print Exemplar sowie den digitalen Zugriff auf Plus-Artikel und Heftarchiv. Der Bezugspreis im Monatsabonnement beträgt 19,90 € pro Monat inkl. Versand und Mehrwertsteuer (AT/EUR/Welt: 21,90 € - CH: 23,90 CHF). Das Abonnement verlängert sich automatisch um einen weiteren Monat, wenn es nicht bis 7 Tage vor Ende des Bezugsmonats schriftlich gekündigt wird.

Veröffentlichung gemäß Art. 8 Abs. 3 BayPrG: Alleinige Gesellschafterin der Ebner Media Group GmbH & Co. KG ist die Ebner Ulm MGW GmbH, Ulm.

