



DIGITALISIERUNGSSTRATEGIEN BEI KMUS:
ZWISCHEN VERDRÄNGUNG UND
TRANSFORMATION

DIGITALE (R-)EVOLUTION



„Computer?
Klar, haben wir.“

„Internet?
Klar, haben wir...“

„Smarte Devices?
Klar, haben wir...“

„Einen Moment, bitte.
Wir digitalisieren gerade.“



1980er

1990er

2000er

2010er

**“Something’s happening,
but ya' don't know what it is...”**

Bob Dylan, Ballad of a Thin Man, 1965

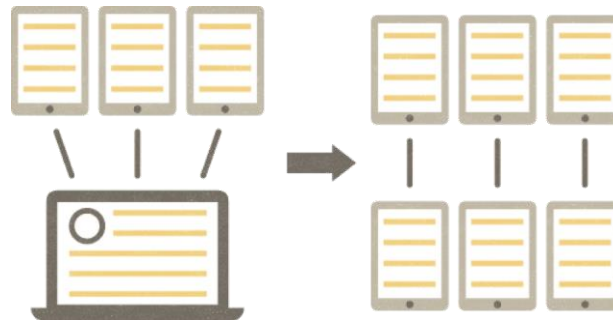


Die digitale (R)evolution verändert die Gewohnheiten der Menschen und damit ganze Märkte.

Einfach losfahren
und wieder abstellen



Das Publizieren von Inhalten ist in den letzten Jahren einfacher geworden und das heutige Web hat sich von einer »one-to-many« zu einer »many-to-many« Methode des Engagements gewandelt



Yahoo/Overture
Google

1998–2003

E-Mail Marketing
Display Marketing
Affiliate Marketing

YouTube
Facebook
Flickr
LinkedIn
myspace
Yahoo/Overture
Google

2004–2005

E-Mail Marketing
Display Marketing
Affiliate Marketing
Performance Marketing
SEO
Behavioral Targeting
Web 2.0

Foursquare
iPhone
Twitter
Slideshare
YouTube
Facebook
Flickr
LinkedIn
myspace
Yahoo/Overture
Google

2006–2009

E-Mail Marketing
Display Marketing
Affiliate Marketing
Performance Marketing
SEO
Behavioral Targeting
Web 2.0

Virales Marketing
User generated Content
Mobile Marketing
Inbound Marketing
Geotargeting
Social Media
Universal Search

instagram
Google+
Pinterest
Foursquare
iPhone
Twitter
Slideshare
YouTube
Facebook
Flickr
LinkedIn
myspace
Yahoo/Overture
Google

2010–2011

E-Mail Marketing
Display Marketing
Affiliate Marketing
Performance Marketing
SEO
Behavioral Targeting
Web 2.0

Virales Marketing
User generated Content
Mobile Marketing
Inbound Marketing
Geotargeting
Social Media
Universal Search

Hashtags
Conversion Optimierung
Near Field Communication

Wearables
instagram
Google+
Pinterest
Foursquare
iPhone
Twitter
Slideshare
YouTube
Facebook
Flickr
LinkedIn
myspace
Yahoo/Overture
Google

2012–2013

E-Mail Marketing
Display Marketing
Affiliate Marketing
Performance Marketing
SEO
Behavioral Targeting
Web 2.0

Virales Marketing
User generated Content
Mobile Marketing
Inbound Marketing
Geotargeting
Social Media
Universal Search

Hashtags
Conversion Optimierung
Near Field Communication
Big Data
Content Marketing
Digital Storytelling
Predictive Analytics

Snapchat
Internet of Things
Wearables
instagram
Google+
Pinterest
Foursquare
iPhone
Twitter
Slideshare
YouTube
Facebook
Flickr
LinkedIn
myspace
Yahoo/Overture
Google

2014–2016

E-Mail Marketing
Display Marketing
Affiliate Marketing
Performance Marketing
SEO
Behavioral Targeting
Web 2.0

Virales Marketing
User generated Content
Mobile Marketing
Inbound Marketing
Geotargeting
Social Media
Universal Search

Hashtags
Conversion Optimierung
Near Field Communication
Big Data
Content Marketing
Digital Storytelling
Predictive Analytics
Universal Analytics
Mobile Payment
Measurement Protocol

Business Messenger
Snapchat
Internet of Things
Wearables
instagram
Google+
Pinterest
Foursquare
iPhone
Twitter
Slideshare
YouTube
Facebook
Flickr
LinkedIn
myspace
Yahoo/Overture
Google

2016–2018

E-Mail Marketing
Display Marketing
Affiliate Marketing
Performance Marketing
SEO
Behavioral Targeting
Web 2.0

Virales Marketing
User generated Content
Mobile Marketing
Inbound Marketing
Geotargeting
Social Media
Universal Search

Hashtags
Conversion Optimierung
Near Field Communication
Big Data
Content Marketing
Digital Storytelling
Predictive Analytics
Universal Analytics
Mobile Payment
Measurement Protocol
Programmatic Buying
Google 360

Die digitale (R)evolution verbindet Maschinen, Autos und andere Dinge über das Internet



Pro Monat werden in Österreich
schätzungsweise
630.000.000 Suchen
von 6,3 Mio. Internet Nutzern
durchgeführt

Monthly Active Users (MAUs)

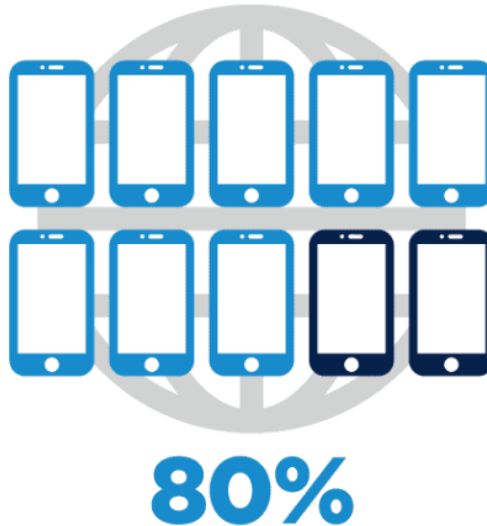
In Millions

- Rest of World
- Asia-Pacific
- Europe
- US & Canada



Please see Facebook's most recent quarterly or annual report filed with the SEC for definitions of user activity used to determine the number of our DAUs and MAUs. The numbers for DAUs and MAUs do not include Instagram, WhatsApp, or Oculus users unless they would otherwise qualify as such users, respectively, based on their other activities on Facebook.

facebook



der weltweiten Internet-Nutzung wird
mit Ende 2018 mobil sein.
Treiber: Emerging Markets & Afrika

„This telephone has too many shortcomings to be seriously considered as a means of communication.“

Internal Memo Western Union, 1876

“The horse is here to stay, but the automobile is only a novelty, a fad.”

Präsident der Michigan Savings Bank, 1903

**Im Jahr 2000 wird es in den USA einen Markt für ca. 900.000 Mobiltelefone geben.
(tatsächlich: 109M)**

McKinsey-Prognose für AT&T, Mitte der 80er Jahre

**“There's no chance that the iPhone is going to get any significant market share.
No chance.“**

Microsoft CEO Steve Ballmer, 2007



Treiber der Digitalisierung



NEUE TECHNOLOGIEN

VERNETZUNG

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

OFFENE SCHNITTSTELLEN (APIs)

BLOCKCHAIN



(NEUE) KONKURRENZ

NEUE PLAYER

KUNDENBINDUNG SCHWINDET



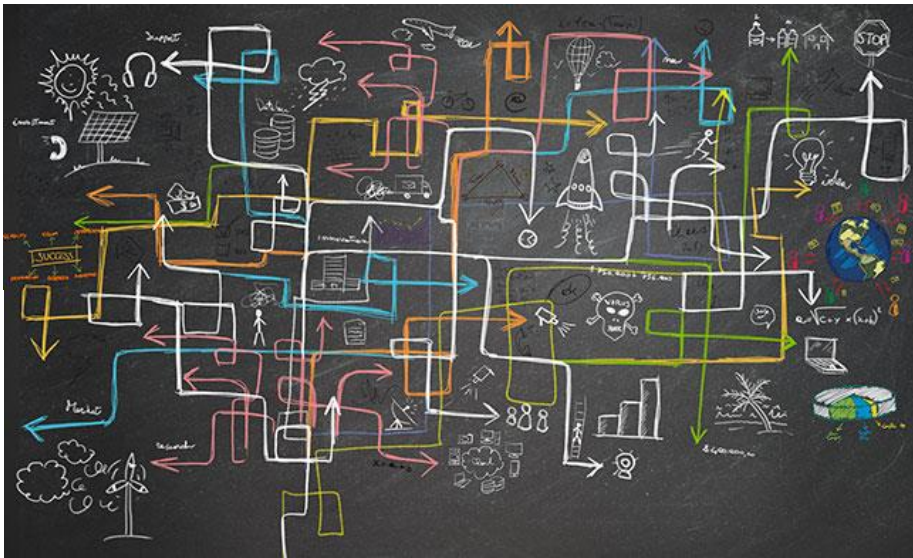
KOSTEN ↑ | UMSATZ ↓

(KEINE) KUNDEN-SYSTEME (CRM)

ERTRAGSSTEIGERUNG (-ERHALT)

MARGEN SCHWINDEN

TIME TO MARKET VERKÜRZEN



COMPLIANCE

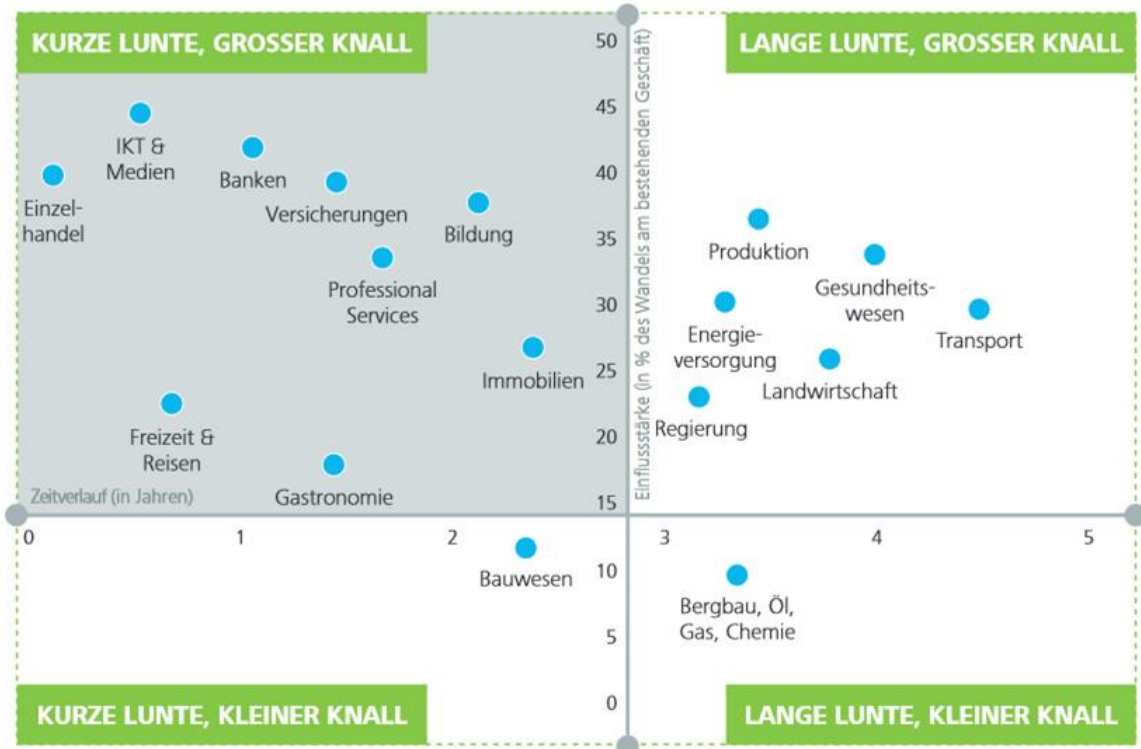
NEUE RECHTSVORSCHRIFTEN

ALTSYSTEME ERSCHWEREN
IMPLEMENTIERUNG



Die DIGITALISIERUNG betrifft
~~mich nicht~~
jedes Unternehmen

Welche Branchen werden sich in den nächsten 5 Jahren drastisch durch Digitalisierung verändern?



Was bedeutet Digitalisierung?



KUNDENNÄHE

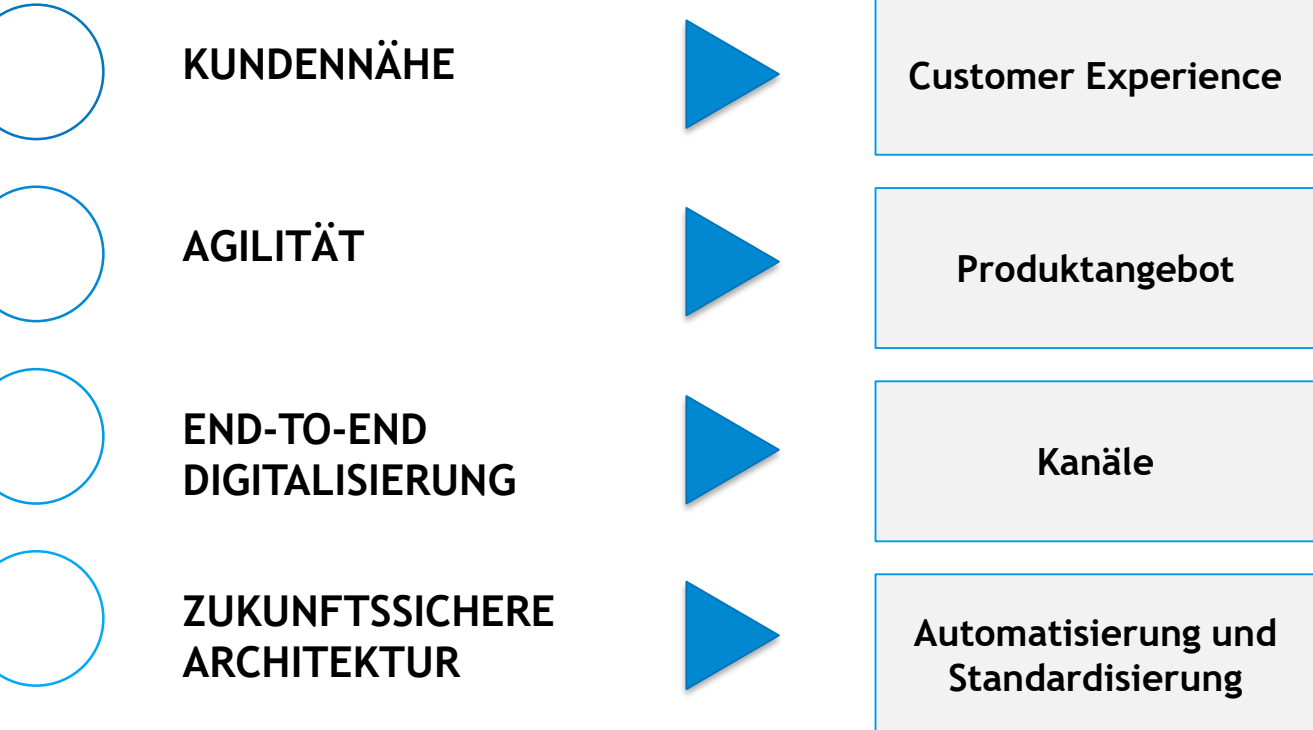
AGILITÄT

**END-TO-END
DIGITALISIERUNG**

**ZUKUNFTSSICHERE
ARCHITEKTUR**



DIGITALE HEBEL



DIGITALE HEBEL

Customer Experience

Produktangebot

Kanäle

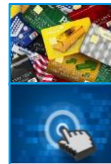
Automatisierung und
Standardisierung

BEISPIELE



Web 4.0 Customer UX

Big Data Analyse, CRM



Produkt- und Preis-Differenzierung

„Digitale“ Produktpalette



Digitales Marketing



Nutzung aller Kanäle
(„Multichannel“)



Digitale Prozesse



Automatisierung

Das klingt alles
kompliziert...

Wie digitalisiere ich nun
mein Unternehmen?





Abläufe digitalisieren

Formelle und informelle Abläufe zwischen Unternehmen, Ihrem Team und Kunden lassen sich mit digitalen Helfern automatisieren.



Produkte digitalisieren

Vom Bleistift bis zum Türschloss: Jedes Produkt erhält durch die Verbindung mit dem Netz neue Möglichkeiten, die Ihr Wettbewerber nicht anbietet.



Neue Services entwickeln

Mit digitalen Abläufen und Produkten können Sie neue Services für Ihre aktuellen Kunden oder neue Wachstumsmärkte erschaffen.

1

BESTANDSAUFNAHME “DIGITAL ASSESSMENT”

2

MACHEN SIE IHRE IT “DIGITAL-FIT”

3

IMPLEMENTIEREN SIE DIGITALE „USE CASES“

4

„LEBEN“ SIE DIGITALISIERUNG VOR

1

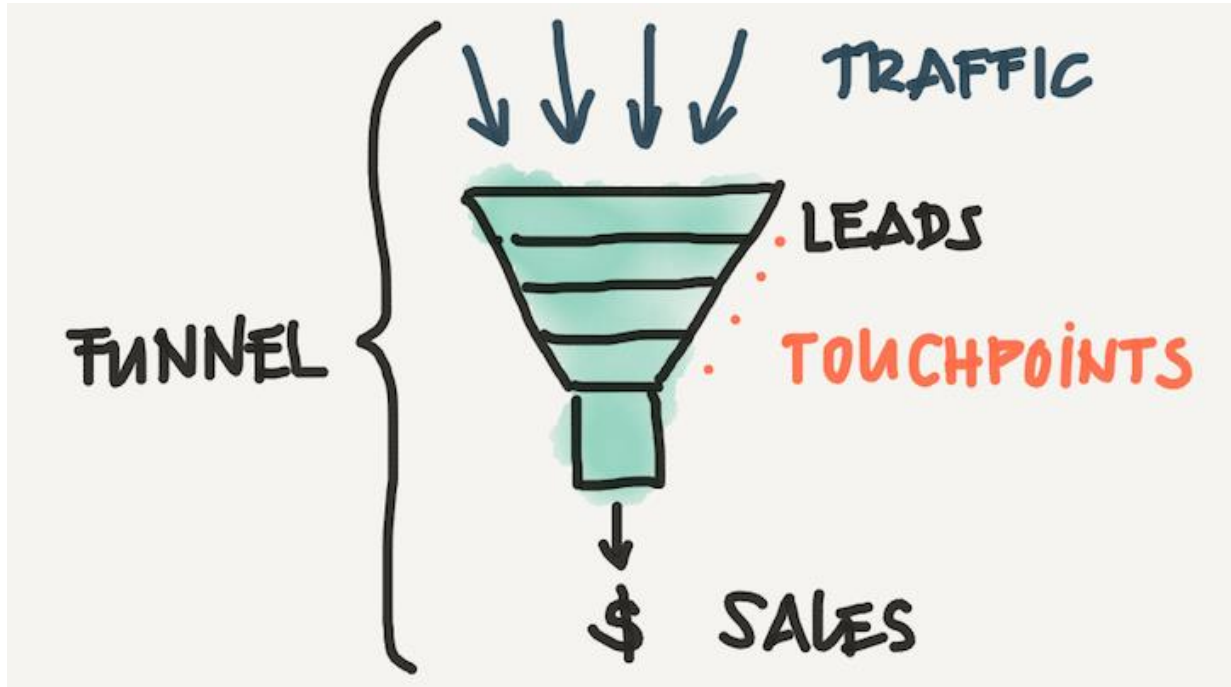
BESTANDSAUFNAHME “DIGITAL ASSESSMENT”

- Welche Digital-Initiativen gibt es bereits?
- Welche Prozesse sind nicht/wenig digital?
- Welche IT-Infrastruktur haben Sie?
- **Fragen Sie Ihre Kunden/User!**

2

MACHEN SIE IHRE IT “DIGITAL-FIT”

- Definieren Sie Kennzahlen – und dann **Messen, Optimieren, Testen, Messen....**
- Agile Arbeitsweise, kleine Teams, QuickWins
- Einheitliche technische Infrastruktur
- Erkennen Sie Ihre Funnels (Marketing, Sales,...)
→ AARRR Pirate Metric



Acquisition

Activation

Retention

Revenue

Referral

A diagram of the AARRR metric. It consists of five overlapping diamonds arranged in a horizontal line. Each diamond contains a white letter: 'A', 'A', 'R', 'R', and 'R' from left to right. The diamonds are colored in a gradient from dark blue on the left to light blue on the right. The letters are centered within each diamond.

A

A

R

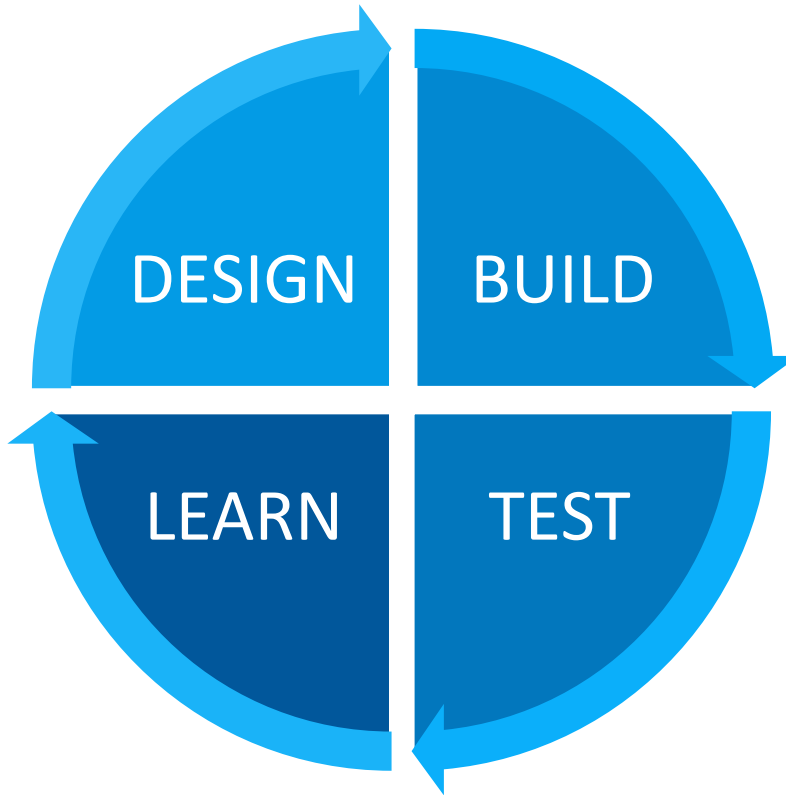
R

R

3

IMPLEMENTIEREN SIE DIGITALE „USE CASES“

- Identifizieren Sie in Ihrem Unternehmen Use Cases die strategisch und technologisch Mehrwert liefern
- Testen/implementieren Sie Proof-of-Concepts (PoC)...
- ...bei einer kleinen Zielgruppe und rollen Sie es bei Erfolg über das ganze Unternehmen aus



4

„LEBEN“ SIE DIGITALISIERUNG VOR

- Identifizieren Sie Startups und lernen Sie voneinander
- Leben Sie die Digitalisierung vor (Vorträge, Workshops, etc.)
- Kommunizieren Sie auf relevanten digitalen Kanälen mit Ihren Kunden
- Bringen Sie das Thema in die Geschäftsführung

Verstehen Sie die
DIGITALISIERUNG
als **große Chance** für
Ihr Unternehmen

UNSERE MISSION

Wir leben **WACHSTUM** und **DIGITALISIERUNG**.
Als Growth Ninjas **NUTZEN** wir unsere
Fähigkeiten, um **IHRE ZIELE** zu erreichen. Wir
begleiten Sie am Weg dorthin, **SETZEN UM**, und
LIEFERN ERGEBNISSE - ob verdeckt im
HINTERGRUND oder in der ersten Reihe.

IHRE MISSION is our Mission.
Wir sind **NINJAS**.

DANKESCHÖN.

MERCI VILMAL.

Mit Ninja ♥ für Sie erstellt

“

I CAN'T UNDERSTAND WHY PEOPLE ARE
FRIGHTENED OF NEW IDEAS.
I'M FRIGHTENED OF THE OLD ONES.

– *John Cage*

Stefan Greunz

+ 43 (0) 664 96 43 637

stefan.greunz@growth-ninjas.com

Growth Ninjas GmbH

Goldschlagstraße 172/4/Unit 7

1140 Wien, Österreich