

## Fachartikel zu KMU 4.0 und digitale Transformation

### Der Kunde als integraler Teil einer Unternehmung

Was wird alles geschrieben über die 4.0! Die Quadratur des Kreises? Nein! Bei einer der neusten Umfrage haben über 60% der KMU angegeben, dass sie Angst haben kein Geld mehr zu verdienen. Ob die Zahl stimmt oder nicht lässt uns trotzdem aufhorchen. Viele haben die KMU 3.0 noch nicht abgeschlossen und schon kommt die 4.0. Automatisieren und optimieren aller Prozesse muss weiter vorangetrieben werden um die 3.0 zu erfüllen, denn dies bildet die Basis für die 4.0. Was ist neu im 4.0: Wir lassen den Kunden an unseren Prozessen teilhaben. Der Kunde ist nicht mehr König, ist nicht mehr Mittelpunkt, er wird ein integraler Teil unser aller Unternehmungen. Wie geht das: Er ist heute bereits im Bestellprozess eingebunden. Er füllt die benötigten Daten bereits in unser Datensystem ab. Wie das? Heute wird vorwiegend über das Internet bestellt. Dies merken auch unsere grossen Shoppingcenter. Ihre Umsätze gehen zurück. Der Kunde will aber auch beim Einkaufen im Internet Spass haben. Die Vielfalt, die Emotionen sollen nicht zu kurz kommen. Kann er die Produkte auswählen? Ansehen, wie sie wirklich sind? Farben, Formen und Eigenschaften interaktiv anpassen. Wenn die 3-D Brille kommt wird es noch besser. Er kann dann zum Beispiel virtuell Kleider anziehen. Viele Homepage sind statisch. Produktbilder und Informationen fehlen. Da ist der Kunde in ein paar Sekunden wieder weg. Der Kunde will Informationen zur richtigen Zeit und zwar dann, wenn er sie braucht. Hören wir auf mit Bedienungsanleitungen, zeigen wir ihm ein kleines Video wie es geht. Dies ist auch jederzeit auffind- und verfügbar. Warum nicht ein Videochat einrichten, so dass zum Beispiel die Kundin direkt mit ihrer Freundin, die weit weg wohnt, über ein Produkt diskutieren, es gemeinsam ansehen und auswählen können.

Wir müssen uns in den Kunden versetzen wie er sich digital bewegt und wie er sich etwas Neues beschaffen will.

Ein Beispiel: Ich bin Fahrrad Fan. Ich habe den Wunsch ein Unique-Fahrrad zu besitzen. Ich suche also im Internet Anbieter, wo ich Räder, Bremsen, Lenker, Sattel und Gangschaltung auswählen kann. Natürlich auch die Farbe und Form. Es wird schon schwierig. Aber gut, ich habe einen Anbieter gefunden. Leider kann ich die Teile nicht selber zusammenfügen. Ich muss E-Mail schreiben und telefonieren. Was wäre jetzt wirklich Mehrwert für mich gewesen? Ich hätte das Fahrrad interaktiv mit meinen Teilen zusammenbauen können. Der Lieferant hätte mir ein Kunde angeben können, der bereits ein ähnliches Fahrrad hat und in meiner Nähe wohnt. Fahrradfahrer sind sich sehr nah. Mit einem Spritzroboter hätte er mir meinen Namen auf das Fahrrad schreiben können. Und das Tüpfchen wäre gewesen, wenn er mir noch Bilder über den Zusammenbau respektive die Produktion meines Fahrrades in den einzelnen Schritten zugestellt hätte. Was hätte ich getan? Ich hätte die Bilder über Social Media mit meinen Fahrradfreunden geteilt. Was wäre passiert? Meine Freunde wollen das auch. Wenn die Unternehmung in solche Applikationen investiert, dann gewinnen sie Kunden im Schneeballprinzip. Bekommen Daten in Form von Stücklisten und Trends. Das Geld ist auch bereits auf dem Konto, da mit Kreditkarte bezahlt. Weiter gibt es Kosteneinsparungen in den eigenen Prozessen, da viele Daten bereits erfasst sind und direkt den Produktionslinien zur Verfügung stehen. Und die paar zusätzlichen Kameras kosten auch nicht viel.

Ein weiteres Beispiel: Die ewige Entkalkerei meiner Geräte und Apparaturen. Ich suche im Internet nach Lösungen für mein Problem. Muss Anleitungen lesen für was dieser Entkalker gut ist und wie er zu verwenden sei. Eigentlich will ich ein ökologisches Produkt das schnell entkalkt und für meine Geräte und Apparaturen geeignet ist. Schön wäre jetzt doch, ich könnte bei einem Anbieter meine Geräte, die Gebrauchshäufigkeit, die Anzahl Apparaturen und den Härtegrad meines Wassers eingeben und ich bekomme die Produkte die optimal dafür geeignet sind. Diese werden mir regelmässig, wenn es Zeit ist zu entkalken, zugeschickt. Ich muss mich nicht mehr kümmern. Echter Mehrwert. Meine Geräte leben länger und die Anwendung des Produkts hole ich mir natürlich auf dem Anwendervideo. Für die Unternehmung gibt es eine starke Kundenbindung. Sie kennt die Geräte und Apparaturen des Kunden. Daten und Informationen. Mit der richtigen Auswertung und Analyse Gold wert.

Als KMU und Unternehmer können sie sich überraschen lassen wie viele Möglichkeiten sie besitzen in der digitalen Welt zu bestehen. Bauen sie ihre Ängste ab. Besuchen sie die Fachveranstaltung für



Entscheidungsträger KMU Schweiz am 20. Januar 2017 an der FHNW in Brugg/Windisch. Diskutieren Sie mit uns.

Thomas Argast  
Argast & Argast Beratung Engineering  
Schlossbergsteig 197  
5080 Laufenburg  
[www.argast.ch](http://www.argast.ch)  
[thomas.argast@argast.ch](mailto:thomas.argast@argast.ch)  
062 874 30 13