



AUGMENTED REALITY: Mehrwert durch Anreicherung der realen Welt mit digitaler Information.

WISSEN, WAS DER KUNDE BRAUCHT

Die Umsetzung eines Transformationsprozesses gemeinsam mit der Syngroup erfolgt in drei Stufen:



Syngroup-Geschäftsführer Heinz Marx forciert Digitalisierungslösungen mit Fokus auf Bedürfnissen der Konsumenten.

- Am Anfang steht der **Digitalisierungs-Check**: Wo steht das Unternehmen, welche Entwicklungen gibt es in der jeweiligen Branche, und was könnte aus anderen Bereichen „herüberschwappen“?
- Auf der Basis dieser Analyse wird dann die Digitalisierungsstrategie inklusive eines detaillierten **Umsetzungsplans** entwickelt.
- Schließlich begleiten die Berater den **Veränderungsprozess** in allen Details.

5 Schritte zum digitalen Geschäftsmodell

Industrieberater Syngroup hat einen Masterplan mit 5 Schritten zum digitalen Geschäftsmodell entwickelt.

Der Wandel in Richtung Industrie 4.0 besteht aus 5 Bausteinen und hat einen Treiber, den die Unternehmen noch viel zu wenig im Blickfeld haben, nämlich die Konsumenten.

DIGITALISIERUNGSPROJEKT

Ein strategisch aufgebautes Digitalisierungsprojekt sieht so aus:

1. Intelligente Produkte verfügen über Sensoren, die Nutzungsdaten liefern und diese von einer Vielzahl von Nutzern verknüpfen, um daraus Schlüsse ziehen zu können.
2. Auf der Basis der Daten werden die Produkte vernetzt und damit verbundene Dienstleistungen online zur Verfügung gestellt.
3. Eine Plattform wird geschaffen, über die alle Prozesse und Services abgewickelt werden. Diese Plattform ist die Drehscheibe für neue digitale Geschäftsmodelle.

4. Die Produktion wird auf die neuen Anforderungen durch intelligente Produkte und das neue Geschäftsmodell abgestimmt.
5. Die Organisation im Betrieb wird angepasst. Sinnvoll ist die Schaffung interner Netzwerke für Projekte.

KONSUMENTEN IM BLICKFELD

Die Verbraucher sind längst weiter als viele Manager: Ihr geändertes Konsumverhalten fordert den Erfindungsreichtum heraus. Unternehmen müssen sich so rasch wie möglich mit der Frage auseinandersetzen, wie Produkt, Produktion, Geschäftsmodell und Organisation in die digitale Zukunft gebracht werden können, mahnt Syngroup-Geschäftsführer Heinz Marx. „Die zentrale Frage ist: Was will und was braucht der Kunde? Das verlangt nach einer neuen Innovationskultur“, ist Heinz Marx überzeugt.



AUTONOME Logistik