



AGILE GESCHÄFTSMODELLE – HERAUSFORDERUNGEN DER STRATEGIEENTWICKLUNG

Technologischer Fortschritt, verbesserte Rechnerleistungen und die rasant fortschreitende Vernetzung verändern unsere Lebens- und Arbeitswelt in atemberaubender Geschwindigkeit. Sie ermöglichen gänzlich neue Geschäftsmodelle. Die Präsenz der digitalen Transformation in Politik und Medien spiegelt das Bewusstsein um die Bedeutung und den erforderlichen Handlungsbedarf, um auch zukünftig am Wettbewerb erfolgreich teilnehmen zu können.

Chancen und Risiken werden durch anpassungsfähige Geschäftsmodelle bestimmt

Ob Crowdsourcing, Big Data oder etwa die zunehmenden Fortschritte beim Digitaldruck die Marktposition und Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens verbessern oder zur Existenzkrise führen, wird entscheidend dadurch bestimmt, ob das eigene Geschäftsmodell immer wieder hinterfragt, angepasst oder sogar komplett verändert wird – und zwar bevor der Marktdruck die Veränderung fordert. Unternehmer müssen vor dem Hintergrund veränderter Kundenerwartungen, der eigenen Wettbewerbssituation sowie der Potentiale und Grenzen der eigenen Organisation erkennen, wie das Geschäftsmodell zu gestalten ist und wie der Veränderungsprozess konkret aussehen muss.

Agile Geschäftsmodelle erfordern eine agile Organisation

Unternehmen mit einem agilen Geschäftsmodell und einer entsprechend angepassten Organisation, können die Art und Weise, mit der sie ihre Wertschöpfung gestalten und Gewinne erwirtschaften, kontinuierlich an die Marktherausforderungen anpassen. Künstlich eingezogene Leitungsebenen, Abteilungsgrenzen, unnötige Schnittstellen und langwierige Abstimmungsprozesse gehören der Vergangenheit an. Entscheidungen werden schneller getroffen, stets im Interesse des Kunden und der

Wertschöpfung. Dadurch werden Verschwendungen vermieden, Ressourcen effizienter und effektiver genutzt.

Eine professionelle Strategieentwicklung vermeidet agilen Aktionismus

Agiler Aktionismus ist jedoch keine Lösung, sondern riskiert, dass bisher reibungslos funktionierende, einstudierte Routinen und Prozesse ins Stocken geraten und Mitarbeiter sich überrumpelt fühlen. Die Entwicklung eines agilen Geschäftsmodells muss daher das Ergebnis eines Strategieprozesses sein, bei dem alle Hierarchien und Funktionen von Anfang an eingebunden werden. Unternehmen brauchen heute schnellen Zugriff auf kritisches Wissen. Entscheidend sind Offenheit, Vertrauen und Kommunikation über Hierarchien und Funktionen hinweg. Dadurch werden dezentrale und schnelle Entscheidungen möglich und die Unternehmensleitung kann sich auf Führung im eigentlichen Sinne konzentrieren. Erfolgreiche Unternehmen beziehen zudem die Erwartungen ihrer Endkunden und Vertriebspartner in ihre Strategieentwicklung ein. Dadurch wird sichergestellt, dass neue Leistungsangebote oder neue Vertriebsformate auf die notwendige Akzeptanz stoßen.

Das Expertenteam von MFB Resultants hilft Ihnen in allen Phasen der Strategieentwicklung und bei der erfolgreichen Umsetzung Ihres agilen Geschäftsmodells. Wir unterstützen Sie dabei, Konsens über die zukünftige Ausrichtung Ihres Unternehmens zu erreichen, die richtigen Prioritäten zu setzen und Ihre Mitarbeiter auf diesem Weg mitzunehmen.

MFB Resultants - Wir liefern Resultate