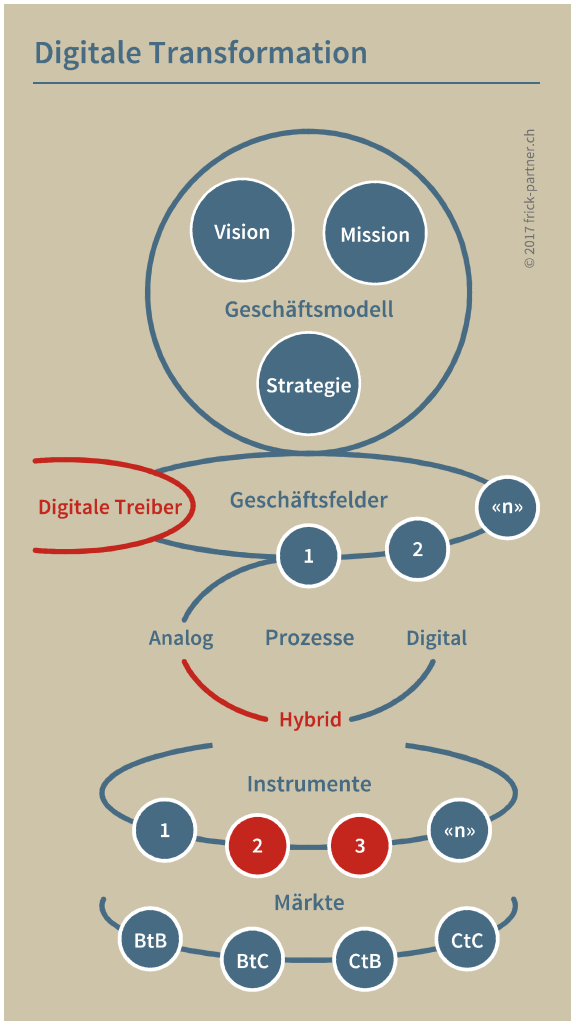
DIGITALE TRANSFORMATION

Jedes Unternehmen muss sich den Herausforderungen der Treiber der Digitalisierung stellen. Tut es das nicht, wird es von einem Start-Up oder einem reformfreudigen Mitbewerber aus dem Markt gedrängt.



Der Weg zum hybriden Unternehmen.

Welches sind die digitalen Treiber?

> Selbstlernende Prozesse
> Selbsterledigende Technologien
> Robotik
> Sensorik
> 3D-Printing
> Geolocation
> Digitale Informationsflüsse
> und weitere

Ein Beispiel von vielen

Drohnen vermessen ein Grundstück, GPS-gesteuerte Bagger heben die Baugrube aus, ein 3D-Drucker baut die Gebäudehülle und Roboter ziehen die Haustechnik ein und stellen die Gebäudehülle innen und aussen fertig.

Welche Daseinsberechtigung bleibt bei diesem Beispiel für

> Bauunternehmer
> Gerüstbauer
> Elektro-Installateure
> Sanitäre
> Dachdecker
> Geometer
> Maler
> Gipser
> und andere?

Frick & Partner GmbH Drusbergstrasse 18 Postfach 537 CH 8703 Erlenbach Zürich
Telefon +41 44 991 61 11 www.frick-partner.ch

Wie müssen Unternehmen agieren?

> Das Undenkbare in Betracht ziehen.

> Geschäftsfelder und -prozesse analysieren und mit Blick auf die (Teil)Digitalisierung hinterfragen.

> Schrittweise Transformation vom analogen zum hybriden (oder gar digitalen) Unternehmen einleiten.

Wie die digitale Transformation anpacken?

Lassen Sie das Undenkbare denken und nehmen Sie die Herausforderungen der Digitalisierung ernst!

In der Regel können nur Aussenstehende die benötigte «disruptive» Sichtweise einbringen. Eigene Mitarbeitende setzen auf Erfahrungs-Muster und neigen dazu, die Zukunft in linearer Denkweise aus der Vergangenheit abzuleiten. Das funktioniert jedoch im Fall der rasanten Digitalisierung der Gesellschaft nicht, weil die Vergangenheit nicht digital war.

Welches sind die grössten Hürden?

> Weiterhin störungsfrei im Haus «Unternehmen» arbeiten können, während es umgebaut (teil-/digitalisiert) wird.

> Bisherige Denkhaltungen und die Unternehmenskultur werden sich verändern.

> (Passiver) Widerstand von Mitarbeitenden oder ganzen Abteilungen, die auf dem digitalen Prüfstand stehen.

Was kann das bedeuten?

> Geschäftsfelder ohne Zukunft werden ausgelagert, verkauft oder aufgegeben.

> Ungeeignete Mitarbeitende werden die Firma verlassen

> Phasen der Unsicherheit müssen durchgestanden werden.

Wie sieht das Ergebnis aus?

> Die Digitalisierung ist keine Bedrohung mehr, sondern ein Wettbewerbsvorsprung.

> Das Unternehmen gestaltet seine Zukunft selber.

> Der interne Zusammenhalt wird gestärkt.

> Das Unternehmensprofil wird geschärft und damit auch die Marke, was wiederum die Kommunikation effektiver macht.

> Ertragsschwache Geschäftsfelder und solche ohne Zukunft belasten nicht weiter die Ressourcen.

> Branchenpioniere können bessere Konditionen durchsetzen.

Wie weiter?

> Nehmen Sie die rasant voranschreitende Digitalisierung der Gesellschaft ernst.

> Schieben Sie unternehmerische Entscheide im Sinn des gesamten Unternehmens und seiner Zukunft nicht weiter vor sich her.

> Lassen Sie sich aufzeigen, wo Sie mit Ihrem Unternehmen aus digitaler Sicht stehen und wo die Reise hingeht.

Konkret

Wir bieten auf Ebene Verwaltungsrat und/oder Geschäftsleitung eine «Auslegeordnung Digitale Transformation» (ca. 60 Minuten) an und zeigen Entscheidungsgremien auf, wo die grössten Chancen und Gefahren der Teil-/Digitalisierung in ihrer Branche liegen.
Kosten innerhalb der Schweiz: CHF 1'800, inkl. Reisespesen, zzgl. MWSt.

Frick & Partner GmbH Drusbergstrasse 18 Postfach 537 CH 8703 Erlenbach Zürich
Telefon +41 44 991 61 11 www.frick-partner.ch

AGENTURPORTRAIT

Kontakt

Frick & Partner GmbH
Drusbergstrasse 18, Postfach
CH 8703 Erlenbach Zürich
Tel. +41 44 991 61 11
www.frick-partner.ch

Benno Frick, Geschäftsführer

Gründung

1987 als Einzelgesellschaft
1996 Umwandlung in GmbH

Mitglied

KS-CS Kommunikation Schweiz, Dachverband der kommerziellen Kommunikation

Zertifizierung

Frick & Partner war von 1996 bis 2014 zertifiziertes Mitglied der ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen. Diese Aktiv-Mitgliedschaft haben wir 2015 in eine Passiv-Mitgliedschaft umgewandelt, weil Benno Frick das Teilzeit-Mandat zur Führung der ASW-Geschäftsstelle übernommen hat. Damit wollen wir mögliche Interessenskonflikte präventiv ausschliessen.

Mitarbeitende

Feste	2
Feste Freie	3

Unsere Stärken

Wir identifizieren uns mit den Anliegen unserer Auftraggeber, sind bekannt für Termintreue und Kostenbewusstsein sowie für das Mitdenken vor, während und nach der Arbeit.

Unsere Schwächen

Wir schmeissen keine Champagner-Partys, schenken Ihnen zu Weihnachten keinen Kaviar und laden Sie auch nie zu einem Strategie-Meeting auf die Malediven ein.

Besondere Erfahrungen

- Informatik und Hightech
- Reisen, Touristik und Freizeit
- Körperpflege, Beauty und Health Care
- Versand- und Grosshandel Nonfood
- Finanzdienstleister
- Telekommunikation
- Neue Technologien
- Hochwertige Genussmittel
- Bau- und Baunebenbranche
- Mittelständisches Gewerbe

Spezielles

Der Spin-off **BoomGeneration** befasst sich ausschliesslich mit der Marketingzielgruppe der reifen Konsumenten im Alter zwischen 50 und 75 Jahren.
www.boomgeneration.ch

Neue Datenschutzgesetze, neue Herausforderungen. Unsere Unit //**WECHSELZONE** begleitet Schweizer Unternehmen auf den nächsten Streckenabschnitt.
wechselzone.ch