

Transformation Day

Workshop

Wie erkenne ich meinen Handlungsbedarf in der
Digitalen Transformation?

Manuela Graf

Online, 2. September 2020

abiliCor

ein Spin-Off der **n|w** Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

WHO – Ihr Guide für die digitale Transformationsreise

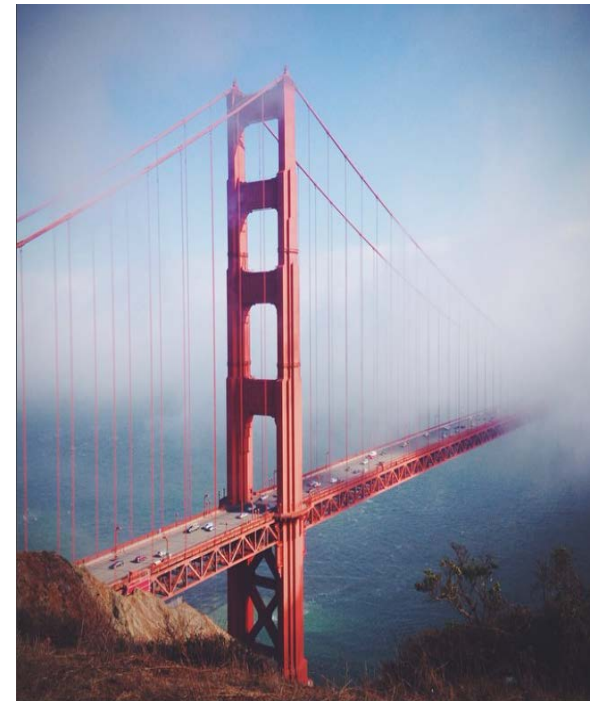
abiliCor kurz vorgestellt



SPIN-OFF

- Gegründet 2018
- Fokus auf die Digitale Transformation
- Angebot von diversen online Tools auf einer Plattform
- Ausbildung von Transformation Guides
- Diverse Branchen wie IT-Fachhandel, Hotellerie und Treuhand

THEORIE MEETS PRAXIS



„Mit unserer **wissenschaftlich fundierten**, **innovativen** und **einfach anwendbaren** Vorgehensweise, meistern Sie die Digitale Transformation **erfolgreich** und **nachhaltig**.“

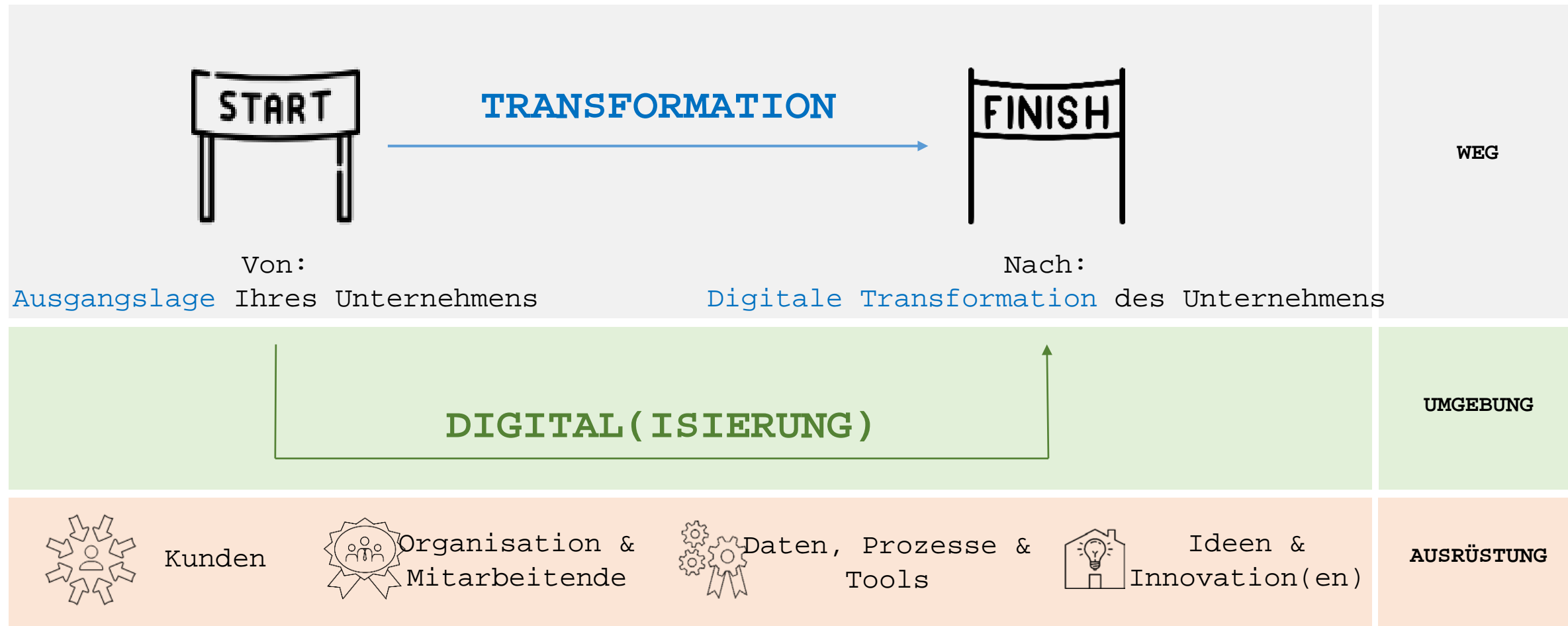
WARM UP – Wohin geht die heutige Reise?

Motivation & Ziel der Reise sowie Reiseplan kurz erläutert



Digitale Transformation

unser **Verständnis** der Digitalen Transformation als **Reise**



Digitale Transformation

Wie planen wir eine **Reise**, um den **digitalen Wandel** einzuleiten?

01 Entdecken

Bestimmung der aktuellen Ausgangslage mit dem **Digital Backpack Assessment**



02 Orientieren

Festlegung der strategischen Stossrichtung mit dem **Transformation Compass**



03 Navigieren

Steuerung der Umsetzung mit der **Strategy Map**



diverse **datenbasierte Tools** auf einer

digitalen Plattform als Unterstützung bei der **Digitalen Transformation** von Unternehmen





entlang eines **holistischen Vorgehensmodells**

abiliCor Programm

Datum: Mittwoch, 2. September 2020 Dauer: 1 Stunde

Von: Ausgangslage Ihres Unternehmens

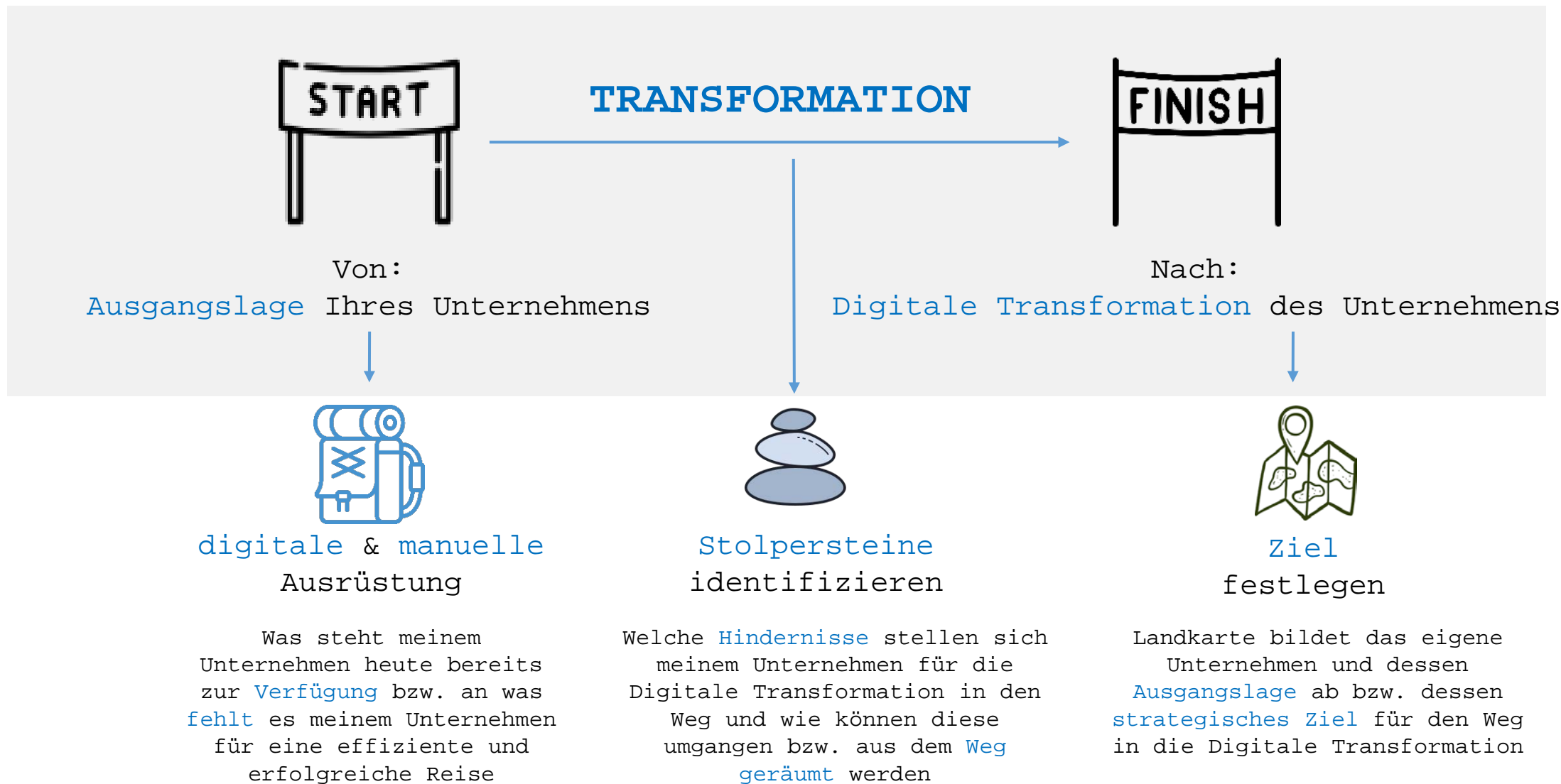
Nach: Handlungsbedarf für Ihr Unternehmen

ETAPPENZIEL (STATIONEN)	ETAPPE	UHR	BEMERKUNG (EN)
Warm-Up	0	13.00	<ul style="list-style-type: none"> Vorkenntnisse sind keine notwendig
Kundenzentrierung 	1	13.10	<ul style="list-style-type: none"> Intensives Programm
Geschäftsmodell 	2	13.25	<ul style="list-style-type: none"> Interaktion erwünscht
Operative Exzellenz 	3	13.30	<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsam sehen und erleben wir mehr!
Organisationelle Exzellenz 	4	13.45	<ul style="list-style-type: none"> Wir nutzen das Tool «Mentimeter»
Wrap-Up	1 - 4	13.55	<p>www.menti.com CODE - siehe Folien</p>



Warm Up

Vorbereitung für die heutige Reise bzw. die einzelnen Etappen





Auf geht's zur Station 1

Wir starten mit der ersten Etappe unseres Weges in die Digitale Transformation mit Fokus auf die **Kunden**



Die **Gewinnung** von potentiellen Kunden, die entsprechende **Pflege der Beziehung** mit den Kunden sowie den **Einbezug** dieser in die Aktivitäten der Unternehmung, um den Kunden die **bestmögliche Erfahrung** zu bieten.

Ausrüstung

Kundenaufmerksamkeit / Kundeninteraktion

- Persönlicher Kontakt
- Soziale Medien / Soziale Netzwerke
- Kundenportale
- E-Commerce-Lösungen / Webshop
- Apps
- Webseite
- Newsletter
- E-Mail

Kundenerfahrung / Kundeneinbindung

- Kundenbeziehungsmanagementsystem (CRM)
- Bewertungsplattformen
- Workshops / Kundenevents
- Webinare
- Soziale Medien / Soziale Netzwerke



	😊	😐	😞	🚫
<input type="checkbox"/> Persönlicher Kontakt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Soziale Medien / Soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Kundenportale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> E-Commerce-Lösungen / Webshop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Apps	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Webseite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Newsletter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Kundenbeziehungsmanagementsystem (CRM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Bewertungsplattformen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Workshops / Kundenevents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Webinare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Soziale Medien / Soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Marketingplan erstellen

Kanäle & Anlaufstellen definieren durch **Einsatz digitaler Technologien**

Ausrichtung auf Kundenanfragen & Kundenbedürfnisse mittels **Analytics**

Interaktion mit Kunden **«Digital aber persönlich»**

Einbindung der Kunden in **Wertschöpfungsprozess**

Differenzierung & Kundenloyalität

Stolpersteine

Track 1

- User wollen keine Veränderung
- Starre Prozesse
- Veränderungsfähigkeit der Mitarbeitenden
- Mindset gewisser Führungskräfte
- Kundendefinition -
- Komplizierter für den Kunden
- Mitarbeiter welche nicht digital affin sind
- Politik (Schwerfälligkeit)
- Zeitliche Unabhängigkeit des Kundenkontaktes wird wichtiger
- Datenschutz
- Strategie für die Daten - was wollen wir mit den Daten erreichen
- DSGVO je nach dem wo Marketing eingesetzt wird
- Kunden wünschen mehr digitale Tools zur Unterstützung

Track 2

- Produktediversifizierung - kommen immer neue rein
- Produktfokus (was ich verkaufen will) vs. Kundennutzen
- Finanzielle Mittel
- Einbindung und Dahinterstehen vom Management (Top-Down)
- interne Kultur, um überhaupt auf den Kunden zu zugehen
- Reagieren anstatt agieren
- Datenschutz, Security Themen

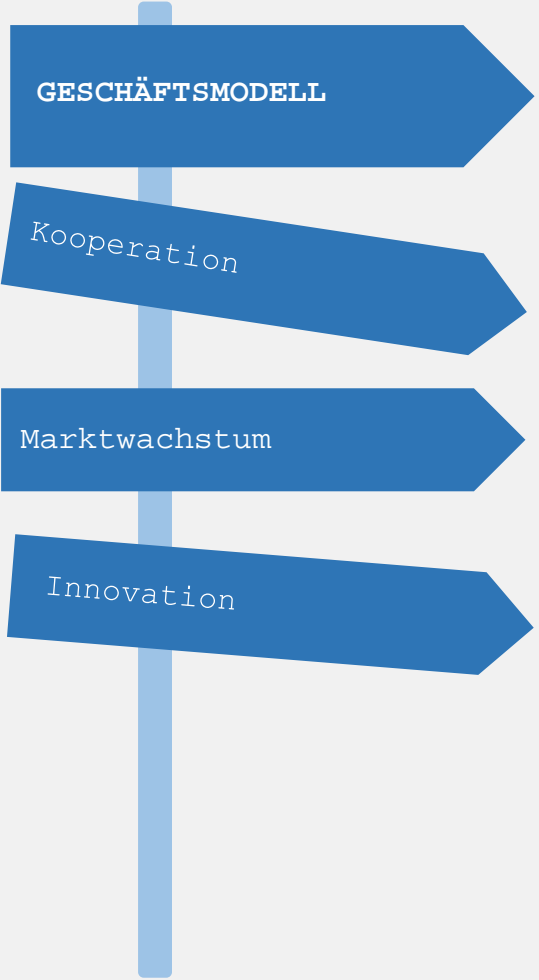
Track 3

- Mangelndes Wissen innerhalb der Unternehmung
- festgefahrene Prozesse und Denkweisen
- Silo-Denkweise (keine End2End-Betrachtung der Journey)
- hoher Initialaufwand ist schwierig zu vertiefen bei tiefen Margen
- Diverse Systeme und fehlende Datenqualität (keine gute Sicht auf den Kunden)
- Datenschutz als Hindernis für Verwendung



Und weiter geht's...

Wir machen uns auf zur zweiten Station mit Fokus auf die **Weiterentwicklung** der Unternehmung



Die Fokussierung bzw. die **Neuausrichtung der Geschäftsaktivitäten** welche u.a. durch Kooperationen sowie Innovationen erzielt werden und dadurch der Unternehmung zu einem **Wachstum auf dem Markt** verhelfen.

Ausrüstung



Kooperation / Marktwachstum

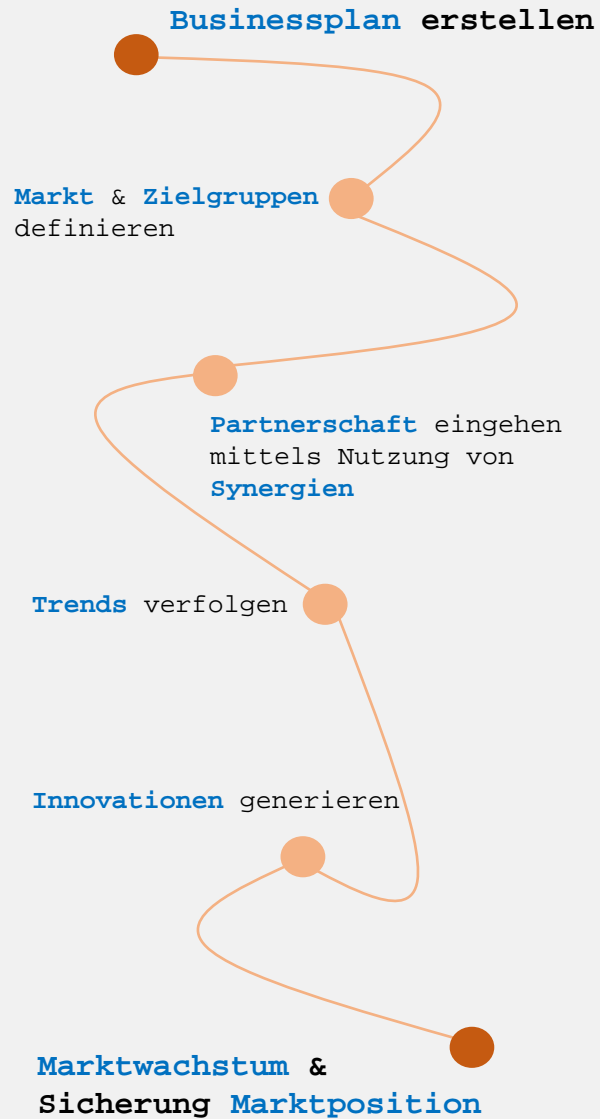
- Partnerschaften
- Übernahme von Unternehmungen
- Kundensegmente
- Marktsegmente
- Angebot
- Wertschöpfungskette
- Businessplan
- Marktposition

■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■

Innovation

- Innovationsprozess
- Veranstaltungen
- Soziale Medien / Soziale Netzwerke
- Fachzeitschriften
- Aus- & Weiterbildungen (Master, CAS...)
- Feedback / Einbezug von Mitarbeitenden, Kunden...
- Verbände
- Technologie(n)

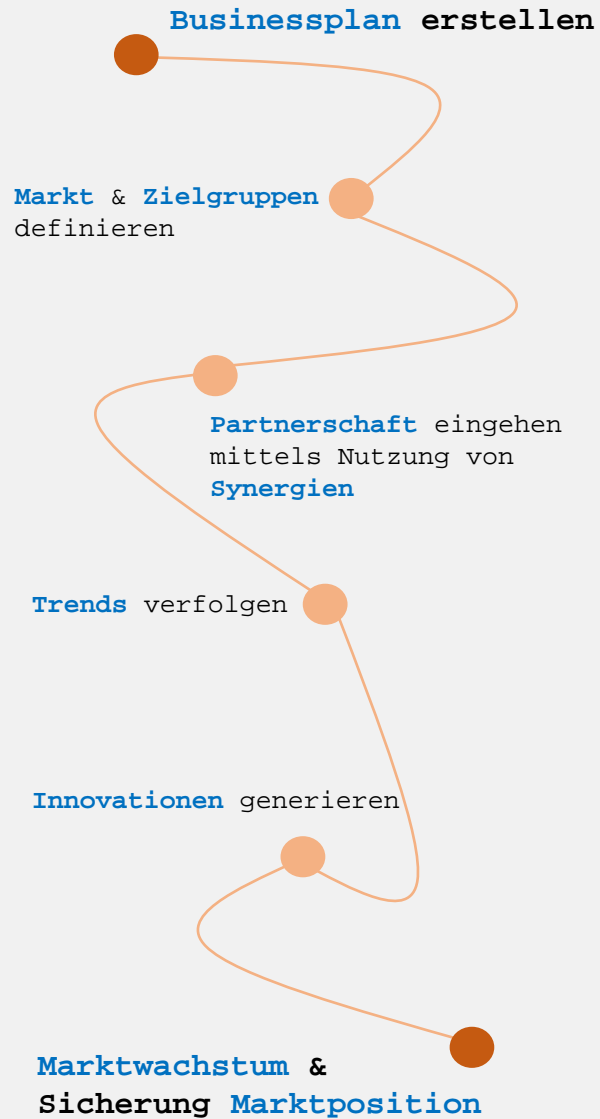
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■



Stolpersteine

- Fehlender Businessplan / Strategie
- Unklar definierte Markt- und Zielgruppen
- Fehlende Ressourcen (Know-How, finanziell, Wissen)
- Mangelnde Innovationskraft
- Keine Berücksichtigung der Inputs von Mitarbeitenden / Kunden
- Konkurrenz / Neue Marktteilnehmer
- Angst vor Veränderung
- undefinierte Partnerschaften
- Zugang zum Markt
- Marktsättigung
- Veränderte Kundenbedürfnisse
- Identifikation von relevanten Trends
- Technologie
- ...



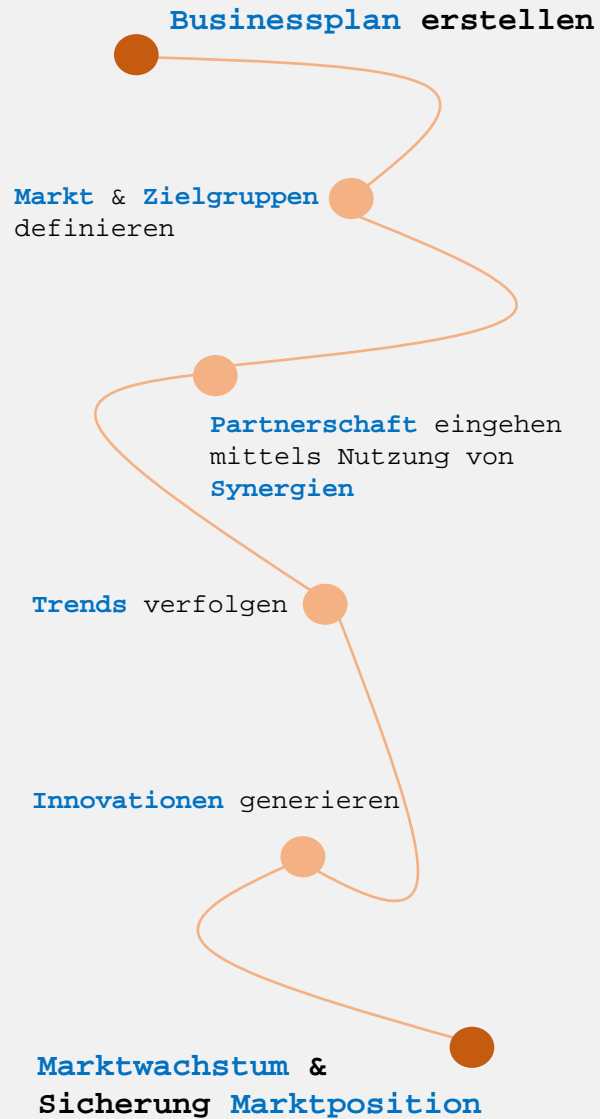


Stolpersteine

- Fehlender Businessplan / Strategie
- Unklar definierte Markt- und Zielgruppen
- Fehlende Ressourcen (Know-How, finanziell, Wissen)
- Mangelnde Innovationskraft
- Keine Berücksichtigung der Inputs von Mitarbeitenden / Kunden
- Konkurrenz / Neue Marktteilnehmer
- Angst vor Veränderung
- undefinierte Partnerschaften
- Zugang zum Markt
- Marktsättigung
- Veränderte Kundenbedürfnisse
- Identifikation von relevanten Trends
- Technologie
- Corona - Pandemien / Krisen



- Begriff Geschäftsmodell ist nicht klar



Stolpersteine

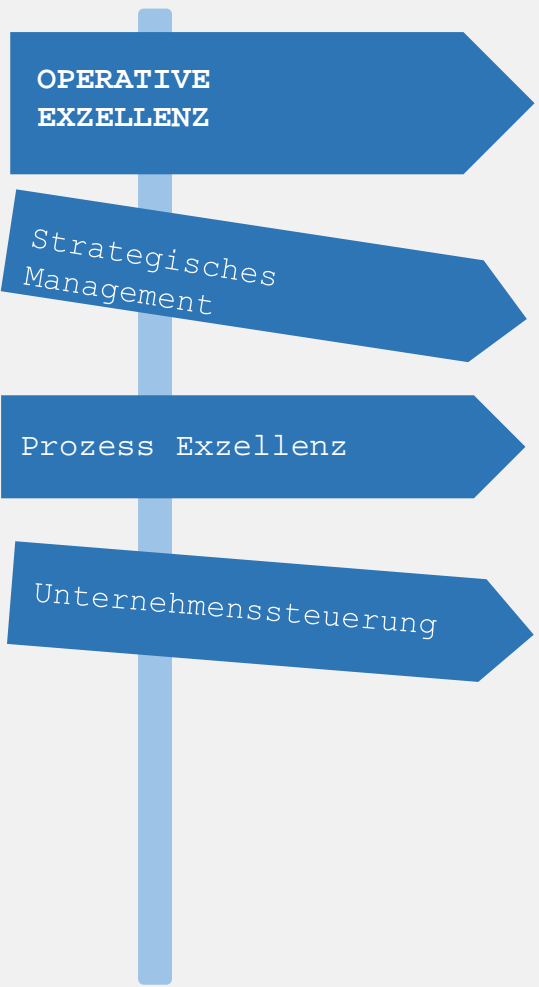


- Fehlender Businessplan / Strategie
- Unklar definierte Markt- und Zielgruppen
- Fehlende Ressourcen (Know-How, finanziell, Wissen) – Weiterbildung von Mitarbeitenden
- Mangelnde Innovationskraft
- Keine Berücksichtigung der Inputs von Mitarbeitenden / Kunden
- Konkurrenz / Neue Marktteilnehmer
- Angst vor Veränderung
- undefinierte Partnerschaften
- Zugang zum Markt
- Marktsättigung
- Veränderte Kundenbedürfnisse
- Identifikation von relevanten Trends
- Technologie
- ...



Die Hälfte haben wir geschafft

Und weiter geht's zur dritten Station mit Fokus auf das
operative Geschäft



Ausrüstung



Strategisches Management

- Digitale Transformationsstrategie
- Vision & Ziele für die Digitale Transformation
- Finanzielle Ressourcen

■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■

Prozess Exzellenz

- Automatisierung
- Prozesse
- Kundenbeziehungsmanagementsystem (CRM)
- ERP-System

■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■

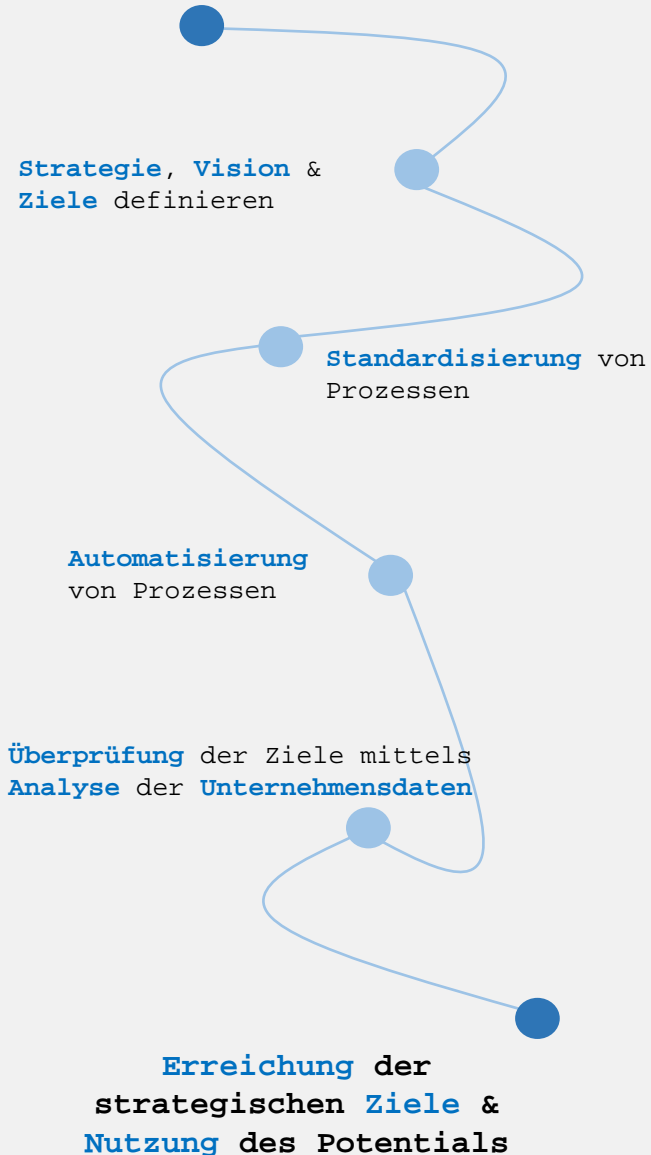
Unternehmenssteuerung

- Kundenbeziehungsmanagementsystem (CRM)
- Excel-Auswertungen
- Business Intelligence Tools (Power BI)
- ERP-System
- KPI's
- Daten

■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■
■	■	■	■

Die Abgleichung der **internen Prozesse** und **Systeme** mit den **Unternehmenszielen** bzw. der **Unternehmensvision** sowie die **Überwachung der Geschäftsaktivitäten** die zur Erreichung dieser führen.

Potential erkennen



Stolpersteine

Track 1

- Zu starker Fokus auf Tools. Zu wenig Analyse. Jump to conclusion.
- Toolfokussieren
- 1 Shot Wunder Hoffnung statt iterative erarbeitung
- Wunsch nach "Wasserfallplanung" mit "Agilem erfolg«
- Schnittstellenproblematik
- Prozesse relativ gut dokumentiert, hat aber noch Potential :-)
- hohe Individualität verhindert Standardisierung

Track 2

- Was man hat reicht
- Fokus - zu viele Möglichkeiten - wo soll man beginnen
- Prozesse mit Partnern und Lieferanten - ist an diese Prozesse gebunden

Track 3

- Dokumentation der Prozesse - Aktualität (Level noch ausreichend)
- Stationäre Betrachtung der Prozesse





Auf zum Endspurt

Nun noch die letzte Etappe auf unserem Weg in die Digitale Transformation mit Fokus auf die **Organisation**

55 46 8



Die Fähigkeit der Unternehmung bzw. der entsprechenden **Führungskräfte** die **Mitarbeitende in alle Geschäftsaktivitäten zu integrieren** sowie durch **Veränderungen** zu führen auf Basis einer **gemeinsamen Wissensbasis** sowie einer allgemein gelebten **Unternehmenskultur**.

Ausrüstung



Veränderungsmanagement

- Einbezug von Mitarbeitenden / Partner...
- Veränderungsbereitschaft

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kollaboration / Wissensmanagement

- Messenger wie WhatsApp
- Onlineplattformen / Zusammenarbeitstools (Dropbox...)
- Persönlicher Austausch
- Ordnerstruktur im Netzlaufwerk
- Dokumentation in physischer Form (Ordner mit Unterlagen)
- Intranet

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Führungsmanagement

- Videoanleitungen (YouTube...)
- Physische Schulungen / Workshops (intern / extern)
- Webinar / E-Learning-Tools
- Führungskräfte

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Unternehmenskultur / Kommunikation

- Persönliche Kommunikation
- Intranet
- E-Mail
- Interne Veranstaltungen
- Unternehmensnewsletter / Zeitung

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Veränderung erkennen & einleiten



Abstimmung mit Business & IT



Zusammenarbeit und Wissensaustausch fördern über Einsatz von Plattformen



Führung von Mitarbeitenden «Digital aber persönlich»



Kommunikation sicherstellen



«digitale» Unternehmenskultur durch Einbettung der Veränderung in Kultur

Stolpersteine



- Veränderungsbereitschaft
- Wissensstand
- Kollaborationstools
- Mitarbeitenden Zufriedenheit
- Stakeholder nicht eingebunden
- Medienbrüche
- Keine Abstimmung zwischen Business & IT
- Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitenden
- Führung von Mitarbeitenden
- Unternehmenskultur
- Kommunikation in der Unternehmung
- Wissen nicht dokumentiert
- ...

- Kommunikation zu wenig transparent
- Schnittstellen von verschiedenen Tools
- Zeit für die Implementierung



Stolpersteine

- Veränderungsbereitschaft
- Wissensstand
- Kollaborationstools
- Mitarbeitenden Zufriedenheit
- Stakeholder nicht eingebunden
- Medienbrüche
- Keine Abstimmung zwischen Business & IT
- Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitenden
- Führung von Mitarbeitenden
- Unternehmenskultur
- Kommunikation in der Unternehmung
- Wissen nicht dokumentiert
- ...

- Netiquette -Umgang (Collaboration Tools, Organisation)

Veränderung erkennen & einleiten

Abstimmung mit Business & IT

Zusammenarbeit und Wissensaustausch fördern über Einsatz von Plattformen

Führung von Mitarbeitenden «Digital aber persönlich»

Kommunikation sicherstellen

«digitale» Unternehmenskultur durch Einbettung der Veränderung in Kultur

Veränderung erkennen & einleiten



Abstimmung mit Business & IT



Zusammenarbeit und Wissensaustausch fördern über Einsatz von Plattformen



Führung von Mitarbeitenden «Digital aber persönlich»

Kommunikation sicherstellen



«digitale» Unternehmenskultur durch Einbettung der Veränderung in Kultur



Stolpersteine




- Veränderungsbereitschaft
- Wissensstand
- Kollaborationstools
- Mitarbeitenden Zufriedenheit
- Stakeholder nicht eingebunden
- Medienbrüche
- Keine Abstimmung zwischen Business & IT
- Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitenden
- Führung von Mitarbeitenden
- Unternehmenskultur
- Kommunikation in der Unternehmung
- Wissen nicht dokumentiert
- ...


Am Ziel

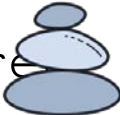
Kurzes **Wrap-Up** und möglicher weiterer Weg



RÜCKBLICK

Ziel festlegen 

 Ausrüstung prüfen

Stolpersteine identifizieren 

Loslegen!



AUSBLICK

01 Entdecken
Bestimmung der aktuellen Ausgangslage mit dem **Digital Backpack Assessment**

02 Orientieren
Festlegung der strategischen Stossrichtung mit dem **Transformation Compass**

03 Navigieren
Steuerung der Umsetzung mit der **Strategy Map**



Fragen

Gerne beantworte ich Ihre Fragen!

manuela.graf@abilicor.ch

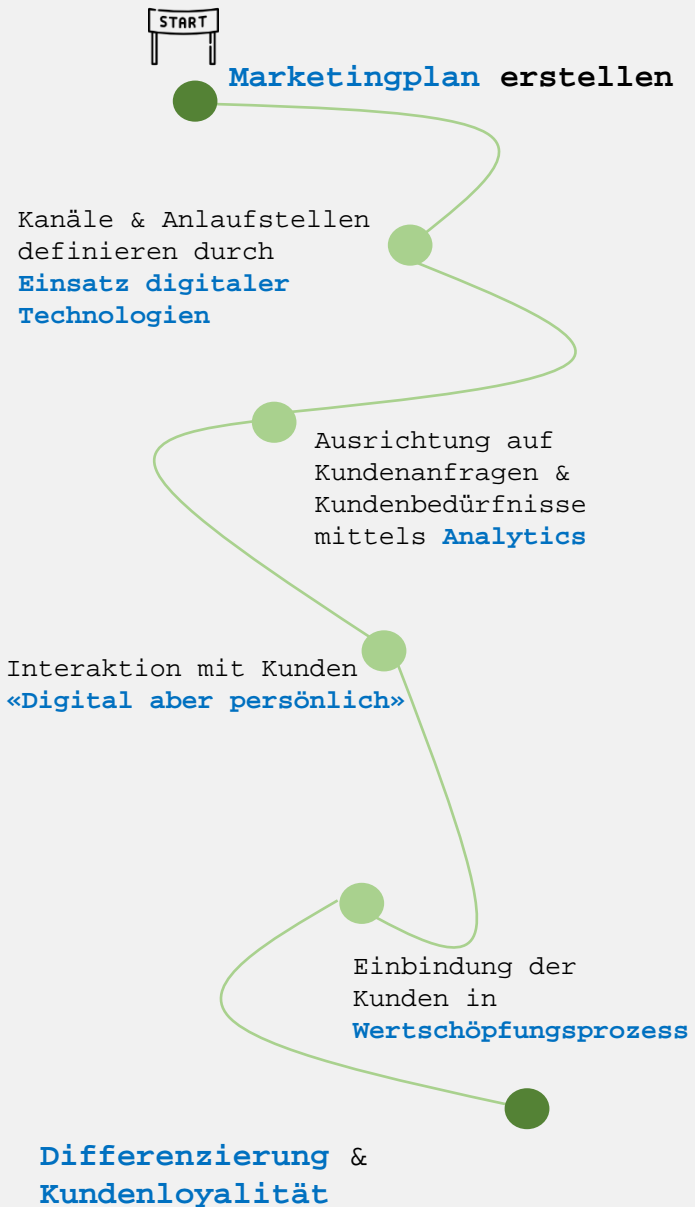


Danke !

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Musterlösung

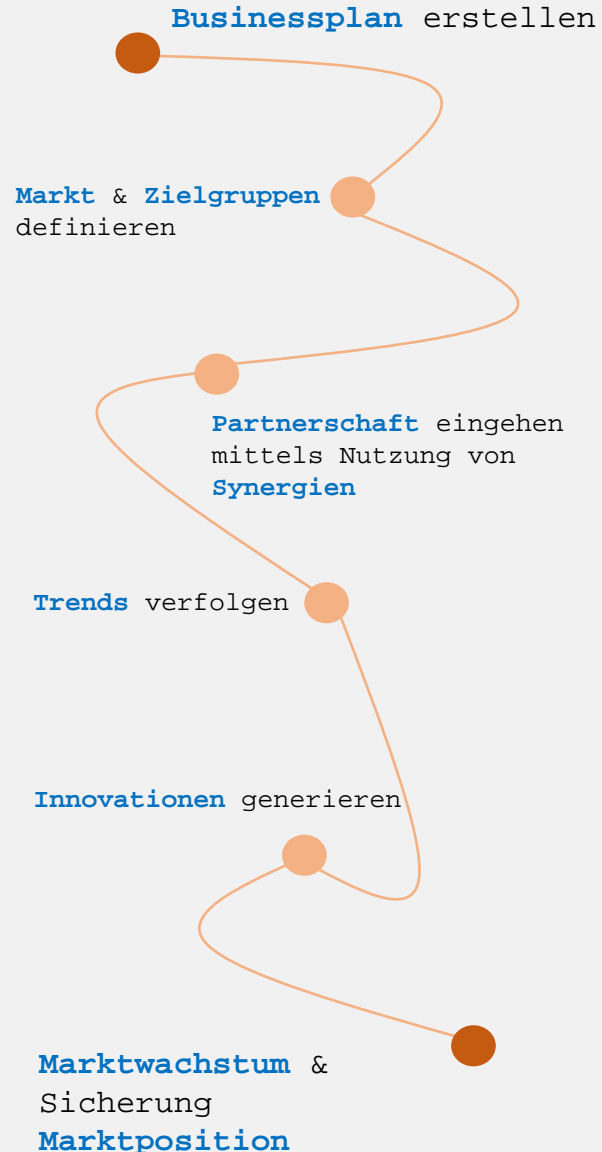
Inputs zu den Stolpersteinen



Stolpersteine

- Kundenbedürfnisse nicht bekannt bzw. werden nicht berücksichtigt
- Potential der Kundendaten wird nicht genutzt
- Unvollständige Kundendaten
- Fehlende Ressourcen (Know-How, finanziell, Wissen)
- Fehlendes Marketingkonzept
- Zielgruppen werden durch «falsche» Kanäle angesprochen / Medienbrüche
- Kein Marketing bzw. Ansprache von potentiellen Kunden
- Keine / mangelnde Kommunikation mit den Kunden
- Kundenloyalität / Kundenbindung
- USP nicht bekannt
- Konkurrenzdruck / Marktsättigung
- Differenzierung zur Konkurrenz
- Unklare Anlaufstellen
- Mangelnde Einbindung der Kunden in Wertschöpfungsprozess
- Technologie
- ...

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

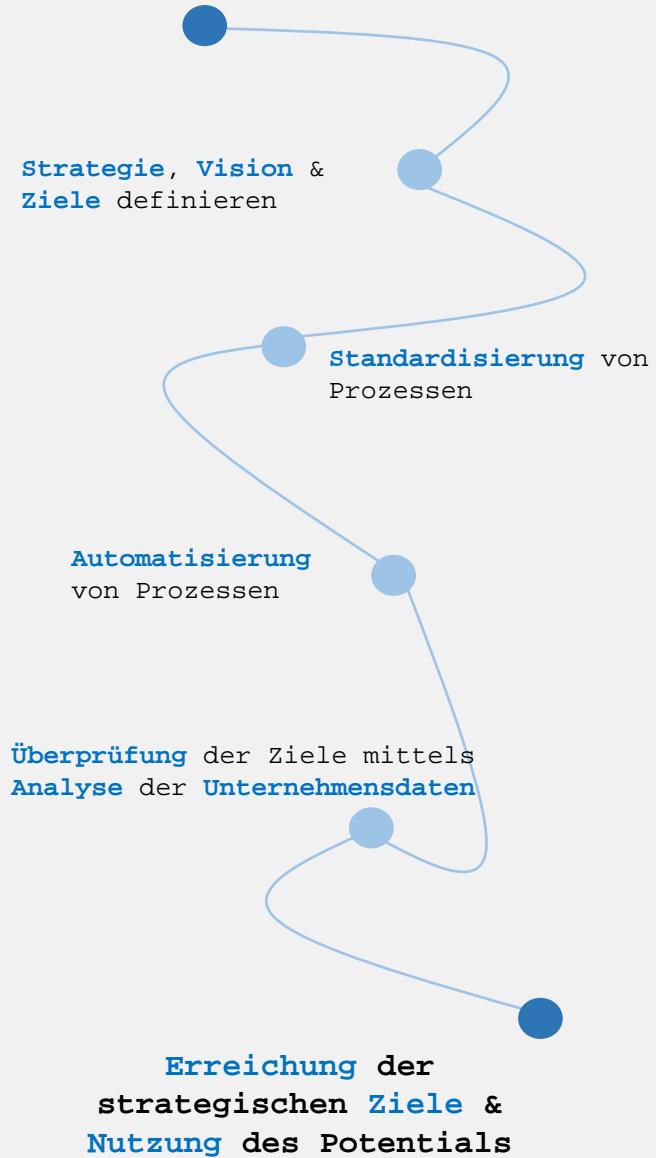


Stolpersteine

- Fehlender Businessplan / Strategie
- Unklar definierte Markt- und Zielgruppen
- Fehlende Ressourcen (Know-How, finanziell, Wissen)
- Mangelnde Innovationskraft
- Keine Berücksichtigung der Inputs von Mitarbeitenden / Kunden
- Konkurrenz / Neue Marktteilnehmer
- Angst vor Veränderung
- Undefinierte Partnerschaften
- Zugang zum Markt
- Marktsättigung
- Veränderte Kundenbedürfnisse
- Identifikation von relevanten Trends
- Technologie
- ...

😊	😐	😞	🗿
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Potential erkennen

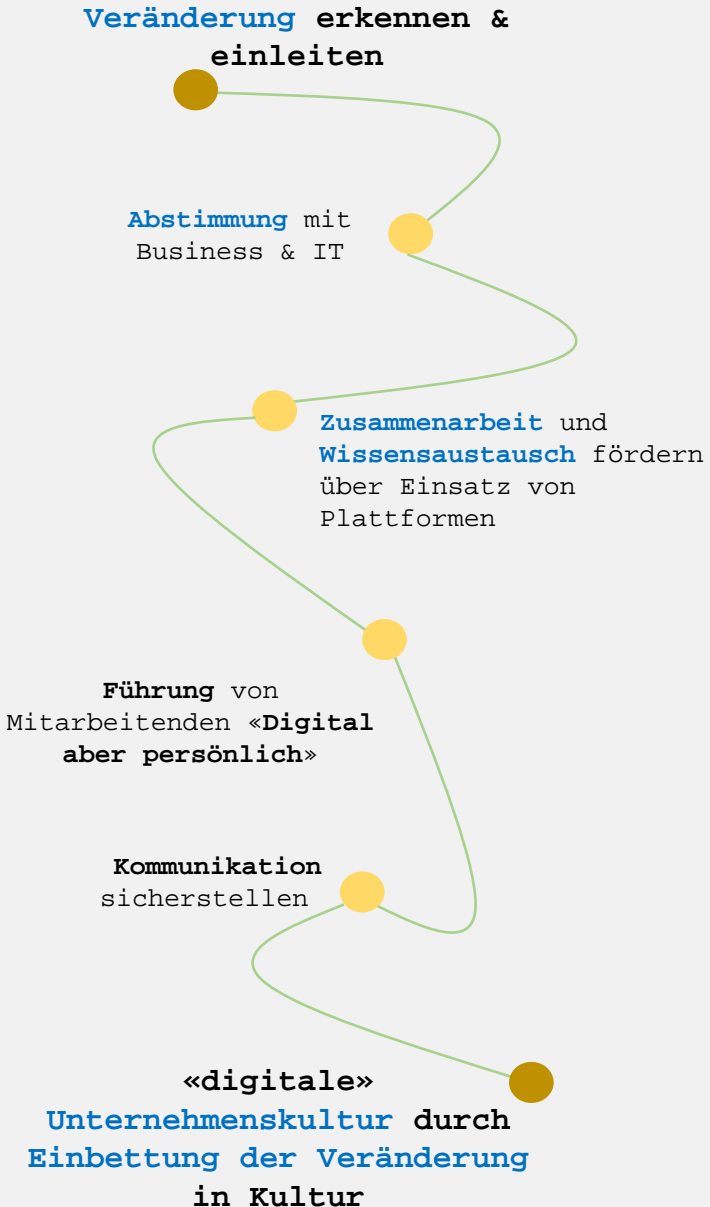


Stolpersteine

- Fehlende Strategie für die Digitale Transformation
- Unklare Vision und Ziele (lang- und kurzfristig)
- Fehlende Ressourcen (Know-How, finanziell, Wissen)
- Nicht einheitliche Prozesse / keine Koordination
- Fehlende Prozessdokumentation
- Manuelle Prozesse
- Keine Überprüfung der Ziele / fehlende KPIs
- Potential der Daten wird nicht genutzt
- Silos in der Unternehmung
- «Big Bang»-Approach anstelle von «Step by Step»-Approach
- Potential erkennen
- Umsetzung der Strategie, Vision und Ziele
- Compliance
- Medienbrüche
- Technologie
- ...



<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Stolpersteine

- Veränderungsbereitschaft
- Wissensstand
- Kollaborationstools
- Mitarbeitenden Zufriedenheit
- Stakeholder nicht eingebunden
- Medienbrüche
- Keine Abstimmung zwischen Business & IT
- Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitenden
- Führung von Mitarbeitenden
- Unternehmenskultur
- Kommunikation in der Unternehmung
- Wissen nicht dokumentiert
- ...



<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>