

The ORBIT approach

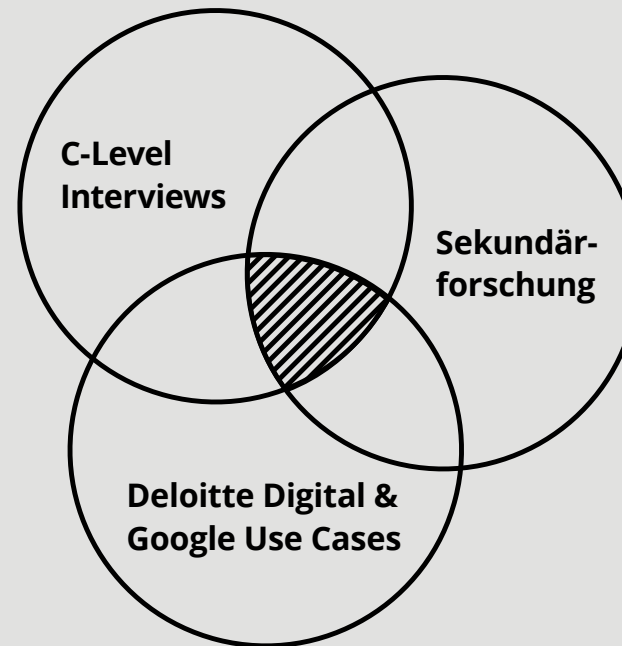
Digitale Transformation
von Marketing und Vertrieb:
vom „Why?“ zum „How?“

Die Gestaltung des digitalen Wandels ist eine der zentralen Herausforderungen von Unternehmen. Immer mehr Führungskräfte erkennen die Notwendigkeiten und Chancen, die sich aus der zunehmenden digitalen Mediennutzung ihrer Kunden ergeben, und müssen Marketing und Vertrieb neu ausrichten. Allerdings bleibt die Frage nach dem „Wie?“ bisher oftmals unbeantwortet.

Fest steht: Eine moderne Webseite mit Onlineshop reicht heute allein nicht aus, um Marketing und Vertrieb erfolgreich zu transformieren. Denn der digitale Wandel findet auf allen Ebenen statt – von der Organisationsstruktur, über Prozesse und Zielvorgaben, bis hin zur Unternehmenskultur. Eine kanalübergreifende Kundenansprache erfordert folglich die Einbindung zahlreicher Abteilungen im Unternehmen.

Deloitte Digital hat daher zusammen mit Google den ORBIT-Ansatz entwickelt: einen Leitfaden für die erfolgreiche digitale Transformation von Marketing und Vertrieb. Den Kern von ORBIT bildet dabei der Aufbau einer Digital Market Unit (DMU), die sicherstellt, dass der Kunde im Zentrum aller digitalen Aktivitäten steht.

Grundlage für die Entwicklung des ORBIT-Ansatzes bildet die Expertise aus zahlreichen Use Cases, kombiniert mit Erkenntnissen aus mehreren Tiefeninterviews mit Vorstandsmitgliedern und Geschäftsführern und fundierter Sekundärforschung.





Organization

Die DMU wird geleitet vom CEO (bei größeren Unternehmen dem CMO, CDO oder dem Head of Digital) und treibt den digitalen Marktangang für das gesamte Unternehmen voran. Sie besitzt Schnittstellen zu Marketing, Vertrieb und IT, und stimmt sich eng mit diesen Funktionsbereichen ab. Eine Ausgliederung der DMU in einen „Digital Hotspot“ wie z.B. Berlin oder München kann sinnvoll sein, je traditioneller und komplexer ein Unternehmen aufgestellt ist. Eine spätere Re-Integrierung muss von Beginn an berücksichtigt werden.



Resources

Die DMU setzt sich aus neuen und bestehenden Mitarbeitern unterschiedlicher Hierarchien und Fachbereiche zusammen. Die sogenannten „Smart Creatives“ kombinieren technisches Wissen, Kreativität und Business-Expertise. Dieses Team bildet die Grundlage für eine erfolgreiche Digitalisierung.



Budget

Die flexible Bereitstellung eines digitalen Mediabudgets ist essentiell für die schnelle Umsetzung von digitalen Maßnahmen. Eine agile Budgetplanung ergänzt die klassische Jahresplanung.



Iteration

Es zählen Geschwindigkeit und der Mut zu Fehlern: Digitale Kampagnentests werden als Piloten umgesetzt und zeitnah skaliert. Eine gelebte Fehlerkultur erlaubt hierbei kurze Iterationszyklen.



Tactics

Digitalziele passen sich an Unternehmensziele an. Anstatt „Klicks“ und „Klickraten“ werden z.B. Umsatz, Neukundenakquise und Customer Lifetime Value gemessen. Die Digitalstrategie wird regelmäßig mit Offline-Maßnahmen von Marketing und Vertrieb synchronisiert, sowie an klaren ROI-Ziele ausgerichtet.

Ihre Ansprechpartner

Deloitte Digital

Nikolay Kolev

Managing Director
nkolev@deloitte.de

Tonia Michaely

Senior Consultant
tmichaely@deloitte.de

Tom Schelo

Consultant
tschelo@deloitte.de

Google

Stefan Hentschel

Industry Leader Tech-Industrials
shentschel@google.com

Steffen Kramer

Industry Manager Tech-Industrials
steffenk@google.com

Deloitte. Digital

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für mehr als 225.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden, und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte Digital GmbH noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk“) erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendetwas im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.