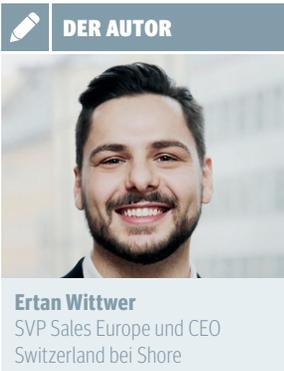


Die Digitalisierung geht auch die Kleinen an

Die digitale Transformation ist mit massiven wirtschaftlichen Umbrüchen verbunden. Auffällig ist: Es stehen zumeist mittelgrosse Unternehmen und Konzerne im Fokus der Aufmerksamkeit. Doch gerade in einem Land wie der Schweiz stellt sich die Frage, welches Potenzial die Digitalisierung für kleine, lokale Unternehmen birgt.



Gerade kleine, lokale Unternehmen sind in Sachen Digitalisierung noch sehr zurückhaltend. Ihnen fehlt oftmals das Bewusstsein für die Chancen und Möglichkeiten der Umstellung auf digitale Prozesse. Viele Coiffeure, Restaurants und andere Anbieter überschätzen zudem die Kosten. Gleichzeitig unterschätzen sie aber auch zumeist deren Potenzial.

Online-Terminbuchung

Die Onlinebuchung ist ein sehr gutes Beispiel für die Anwendbarkeit digitaler Lösungen für KMUs. Online bedeutet Zeit- und Ortsunabhängigkeit. Kunden können auch spätabends in Ruhe einen Termin oder einen Tisch reservieren. Für die Unternehmen fallen dadurch störende Anrufe weg und sie können ihre Auslastung erhöhen. Beispiel Restaurants: Wenn sie abends Hochbetrieb haben, stellen telefonische Reservierungsanfragen oftmals eine Heraus-

forderung dar – schliesslich sollen diese stets beantwortet, der Service am Gast jedoch nicht vernachlässigt werden. Bei der Onlinebuchung passieren diese Reservierungsanfragen im Hintergrund – effizient und zuverlässig. Darüber hinaus bietet diese Art der Reservierung die Möglichkeit einer automatischen SMS-Nachricht, die den Kunden vor seinem Besuch an seine Reservierung erinnert beziehungsweise ihm ermöglicht, diese unkompliziert zu stornieren. Hierdurch wird die Auslastung und gleichzeitig werden die verbundenen Umsätze erhöht.

Kundenmanagement und Marketing

Darüber hinaus können kleine Unternehmen auch im Kundenmanagement und in der Kommunikation mit einfachen digitalen Lösungen operieren. Ein schlankes, cloudbasiertes CRM-System etwa gibt einen guten Überblick darüber, wann ein Kunde zum letzten Mal vor Ort war und welche persönlichen Vorlieben er hat – Informationen, die für einen individuellen Service von grossem Nutzen sind.

Diese Kundendaten sind es auch, die sich in der Auslenkungskommunikation heranziehen lassen. Hiermit können Kundengruppen generiert und mit gezielten Informationen bespielt werden. So kann etwa ein Sportanbieter seine Mitglieder per E-Mail oder SMS über ein neues Kursangebot oder neue Trainingsgeräte informieren – oder den neuen Trainer vorstellen. Er kann genauso nur den Mitgliedern, die seit mehr als drei Monaten nicht mehr im Training waren, ein spezielles Angebot schicken, um sie zu motivieren.

Diese Beispiele machen deutlich, dass auch KMUs mit entsprechenden Tools die Qualität ihrer Dienstleistungen steigern und mehr Umsätze generieren können. Die Vielfalt von Digitalisierungslösungen wird sich in Zukunft für diese Zielgruppe massiv steigern. Das betrifft auch Lösungen in der Mitarbeiterverwaltung, der Urlaubsplanung, der Abrechnung und anderen Bereichen. Die Angebotsvielfalt wird steigen und sich entsprechend auch auf die Preise auswirken.

In fünf bis zehn Jahren werden digitale Lösungen auch bei kleinen, lokalen Unternehmen ein entscheidender geschäftlicher Faktor sein. Diese sollten die damit verbundenen Chancen nutzen.

