

Fokus auf Ihre strategischen Ziele

Erzielen Sie mithilfe eines verlässlichen externen Partners einen nachhaltigen Nutzen aus Ihrem Digitalisierungsprozess und Ihren digitalen Produkten.

INVIQA



Warum digitale Vorhaben oft scheitern

Was auch immer Sie mit Ihrem Digitalisierungsprojekt erreichen wollen, Ihre Fähigkeit zur effektiven Abstimmung und Strategieentwicklung ist ein entscheidender Erfolgsfaktor.



Werden Sie Teil der 16 Prozent

84 Prozent der Unternehmen schaffen es nicht, eine langfristige Rendite aus ihren Digitalisierungsprogrammen zu erzielen.

Dies ist häufig auf mangelndes Verständnis und mangelnde Abstimmung mit den Interessengruppen zurückzuführen.

Dabei geht es nicht nur um die Rolle, die digitale Technologien in Ihren Produkten und Prozessen spielen sollten.

Die größte Herausforderung

besteht darin, sicherzustellen, dass Ihre digitale Transformation zu den bestmöglichen Geschäfts- und Kundenergebnissen führt.

84 Prozent der Digitalisierungsprogramme scheitern, so Forbes

Sie stehen vor den gleichen Fragen – egal, ob Sie sich auf die Ausweitung eines Marktes, die Maximierung des Umsatzpotenzials oder die Modernisierung der Systeme hinter Ihren digitalen Kundenerlebnissen konzentrieren:

Woher weiß ich, wann, wo und wie wir unsere Aufwände konzentrieren müssen? Wie stelle ich sicher, dass sich unsere Leistung auszahlt? Und woher

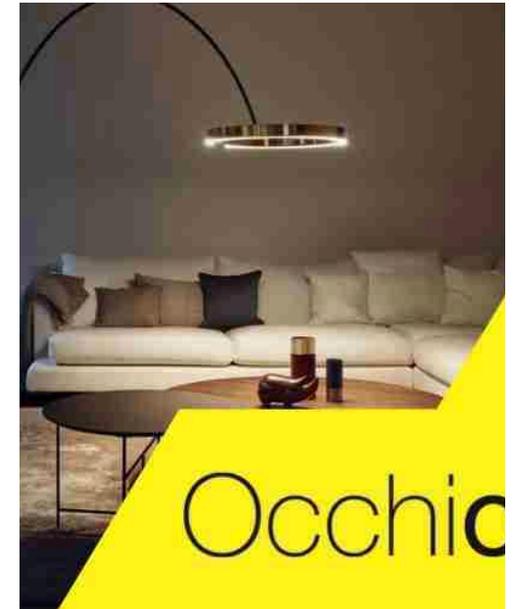
weiß ich, welche unterstützenden Lösungen wir brauchen werden?

Um Antworten hierauf zu bekommen – und um einen nachhaltigen Erfolg vorzubereiten – ist eine grundlegende strategische Planung erforderlich:

- **Legen Sie Ihre Vision fest und begründen Sie, warum sie einen geschäftlichen Nutzen bringt.**
- **Evaluieren Sie Ihre Optionen und sichern Sie die Ausrichtung.**
- **Planen Sie den besten Weg zur Erreichung Ihrer Ziele.**

Diese Schritte sind der Schlüssel, um die gewünschten Ergebnisse für Sie und Ihre Kunden zu erzielen – und um eine dauerhafte Rentabilität der digitalen Projekte in Ihrem Transformationsprogramm zu

gewährleisten.



Lesen Sie mehr über die strategische Arbeit mit unserem Kunden Occhio. Die Webseite begeistert und überzeugt als digitales Schaufenster die Nutzer von den Produkten.



Verstehen, sortieren, erklären

Was auch immer Ihr Ziel der Digitalisierung ist, eine effektive Strategie ist ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Das bedeutet, dass Sie mit Ihren Teams und Stakeholdern zusammenarbeiten müssen. Nur so verstehen Sie die treibenden Kräfte hinter Ihren Geschäftszielen und Projekten. Legen Sie die Ziele fest, die Sie für sich und Ihre Kunden erreichen wollen. Definieren Sie einen Plan, wie Sie diese erreichen können.

Wenn Sie dies nicht tun, werden Sie negative Ergebnisse für sich und Ihre Kunden erzielen, wie z. B.:

- **Vergeudete digitale Investitionen und Ressourcen,**
- **Schlechte CX und inkonsistente Markenerfahrung,**
- **Keine bzw. kaum Wettbewerbsvorteile,**
- **Verpasste Gelegenheiten zur Umsatzsteigerung und zum nachhaltigen Unternehmenswachstum.**

Aus diesem Grund ist die Strategie so wichtig. Und deshalb sind unsere Berater in jeder Phase des digitalen Lebenszyklus eng eingebunden.





Wie Sie die richtige Ausrichtung finden!

Unsere Berater arbeiten mit Ihnen zusammen, um den richtigen Weg zu ermitteln, zu entwickeln und einzuschlagen.



Ein Plan für den Erfolg

Wir zeigen Ihnen, wie Sie digitale Erfolge messen. Hierfür sind die folgenden 4 Schritte wichtig:

1. **ANALYSIEREN** Sie Ihre aktuelle Situation. Verschaffen Sie sich ein Bild, indem Sie den Input der Stakeholder, interne Daten, Kundendaten und Marktanalysen sammeln und auswerten.
2. **IDENTIFIZIEREN** Sie Ihr Ziel: Welche Ergebnisse wünschen Sie sich für sich und Ihre Kunden? Was sind die Herausforderungen, die es hierbei zu

bewältigen gilt.

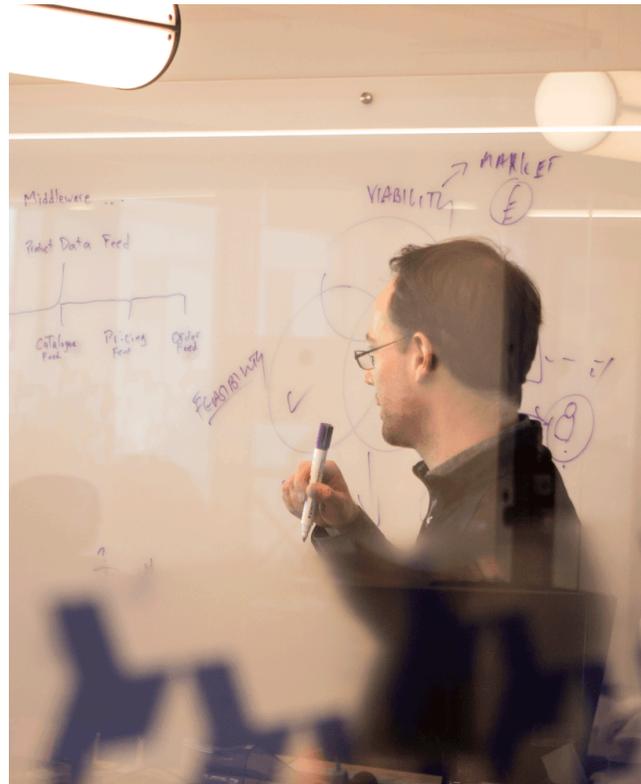
3. **ENTWICKELN** und bewerten Sie mögliche Strategien. Analysieren und nutzen Sie Beweise – anstelle von eigenen Annahmen. So entschlüsseln Sie die Herausforderungen und legen Ihre Lösungsoptionen fest und bewerten
4. **VEREINBAREN** Sie den zukünftigen Weg. Ermöglichen Sie Ihren Stakeholdern ein gemeinsames Verständnis und eine gemeinsame Ausrichtung. Legen Sie einen messbaren Weg im Konsens fest.

Was wir leisten

Unsere Consultants helfen Ihnen bei der Definition einer digitalen Strategie. Wir zeigen Ihnen, welche Faktoren den größten Einfluss auf die Erreichung Ihrer Ziele haben werden.

Wir arbeiten mit Ihren wichtigsten Stakeholdern zusammen. Unsere Vorgehensweise:

- **Befragung von Stakeholdern**, um die verschiedenen Bedürfnisse, Herausforderungen und den Kontext zu verstehen. Es geht darum, die Menschen, Prozesse, Daten und Technologien, mit denen sie arbeiten, zu vereinen.
- **Stakeholder-Workshops** zur Sicherstellung und Abstimmung eines gemeinsamen Verständnisses der Ziele und des Vorgehens.
- **Research und Analyse**, um Annahmen zu verifizieren.



Basierend auf den Erkenntnissen durch diese Methoden, arbeiten unsere Berater mit Ihnen und Ihren Stakeholdern zusammen, um folgende Ergebnisse zu erzielen:

- **Eine digitale Strategie**, die aufzeigt, was erforderlich ist, um Ihre strategischen Ziele zu erreichen – und die die wichtigsten Überlegungen in Bezug auf Mitarbeiter, Prozesse und Technologie beinhaltet.
- **Eine einheitliche digitale Roadmap**, die Ihre Vision in einen realistischen Aktionsplan umwandelt, der Risiken ausschließt und sicherstellt, dass Ihre digitalen Initiativen einen ROI erzielen.
- **Ein validierter Business-Case** im Rahmen Ihres Digitalisierungsprogramms – mit einer Risikomanagementstrategie und einem Messrahmen, um den Wert im Hinblick auf Ihre Ziele sicherzustellen.
- **Ein Service Blueprint**, um die Beziehungen, den Datenfluss und die Abhängigkeiten zwischen den Faktoren zu verstehen, die Ihr Serviceangebot steuern.

Marken, die es richtig machen

Erfahren Sie, wie unsere Berater Unternehmen wie Metro, Occhio und Droemer Knauer dabei geholfen haben, ihre Digitalisierungsprogramme und digitalen Produkte zum Erfolg zu führen.





"Dank der sehr guten Zusammenarbeit mit Inviqa verfügen wir jetzt über ein flexibles System, in dem sich Änderungen schnell umsetzen lassen."

Metro – ein flexibler Online-Shop für Händler

Der Großhandel-Spezialist METRO treibt die Digitalisierung des B2B-Handels weiter voran.

- Flexible Online-Shops für Händler
- Verknüpfung mit bereits bestehenden Datenbanken, ERP-Systemen und PIM-Systeme
- Basis der neuen Trader-Shops ist Spryker Commerce OS

Unsere Leistungen für Metro:

- Digitale Strategieberatung und -entwicklung
- Digitale Roadmap: Entwicklung und Konzeption
- Software: Beratung und Implementierung

Der Kunde

Der Großhandel-Spezialist METRO treibt die Digitalisierung des B2B-Handels weiter voran. Das neueste digitale Projekt sind flexible Trader-Shops für Händler, die sich schnell an die jeweiligen Anforderungen der lokalen Märkte anpassen lassen. Erstes Land ist Rumänien, weitere Regionen sollen folgen. Basis der neuen Trader-Shops ist Spryker Commerce OS als Frontend, das sich über APIs mit den Backendsystemen der METRO verbindet. Inviqa unterstützt METRO hier als Beratungs- und Implementierungs-Partner.

Die METRO AG mit Hauptsitz in Düsseldorf ist ein weltweit führender Großhändler für Lebensmittel und Non-Food-Artikel. Das Food-Angebot umfasst Obst und Gemüse, Fisch und Meeresfrüchte, Fleisch sowie Feinkost- und Milchprodukte. Hinzu kommen rund 30.000 Non-Food-Artikel wie professionelle Küchengeräte und Ausstattung für die Gastronomie, Werkzeuge, Büroartikel oder Textilien für den gewerblichen Bedarf. Das Unternehmen beschäftigt weltweit in 36 Ländern rund 150.000 Mitarbeiter und erzielte

zuletzt einen Jahresumsatz von etwa 36,5 Milliarden Euro.

Digitalisierung des B2B-Handels

Die METRO AG setzt auf den Vertrieb über verschiedene Kanäle (Omnichannel), vom stationären Handel bis hin zum Online-Shop und mobile Apps, um den Einkauf für die Kunden so schnell und effizient wie möglich zu gestalten. Analoges Shopping verschmilzt mit digitalen Komponenten. Die Tech-Unit METRONOM treibt die Digitalisierung des B2B-Handels weiter voran. Übergeordnetes Ziel ist es, die richtigen technischen Voraussetzungen für die nötige digitale Transformation zu schaffen. Die digitalen Dienste müssen sich an jede Kundengruppe, ihren Standort und ihre individuellen, regionalen Bedürfnisse anpassen, um die Kundenorientierung zu optimieren und die Kundenbindung zu fördern.

METRO bedient vor allem drei gewerbliche Kundengruppen: Inhaber und Betreiber von Hotels, Restaurants und Caterer (HoReCa),

Händler (Trader), wie Betreiber von Tankstellen, Kiosken und Imbissen oder unabhängige Lebensmittel-Einzelhändler sowie die sogenannten SCO-Kunden (Services, Companies & Offices). Dazu gehören Dienstleister, Unternehmen, Behörden oder Freiberufler.

Spezielle Trader Shops

Das neueste digitale Projekt sind flexible Online-Shops für Händler. Die METRO startet damit zuerst in Rumänien. „Mit diesen Trader-Shops wollen wir die Händler besser ansprechen und auf ihre Bedürfnisse eingehen. Sie unterscheiden sich beispielsweise von den HoReCa-Kunden hinsichtlich Sortiment, Preisgruppen und Vermarktung. Daher erhalten sie jetzt einen spezifischen Online-Shop“, erklärt Nils Wolfram, der bei der Metro AG für das Thema E-Commerce verantwortlich ist.

„Es gibt in Rumänien eine lokale Lösung, aber keine standardisierte Version, die man weiterentwickeln kann. Auch die technische Infrastruktur ist unabhängig von unserer Food

"Das Team von Inviqa ist kompetent und löst Probleme oder Herausforderungen schnell. Die Zusammenarbeit läuft sehr gut. Wir sind sehr zufrieden und würden uns sofort wieder für Inviqa entscheiden."

Nils Wolfram, Domain Owner Customer Ordering, METRONOM

Delivery Lösung. Damit sind wir flexibler und können die Lösung schnell an neue Anforderungen anpassen. Wir werden die Trader-Shops sukzessive auch in anderen Ländern ausrollen.“ Dabei muss die METRO die lokalen Eigenheiten der Märkte berücksichtigen, so beispielsweise gesetzliche Anforderungen, die Sprache und das unterschiedliche Produktsortiment.

Vielfältige Herausforderungen

Die Herausforderungen des Projekts sind also vielfältig. „Im Grunde geht es immer um Change Management. Die lokalen Shops sollen abgelöst werden, die Händler müssen sich neu gewöhnen“, erläutert Nils Wolfram. Auch auf der technischen Seite sind die Anforderungen hoch. Da METRO das Credo hat, eigene Systemkomponenten zu entwickeln, die einen

Wettbewerbsvorteil versprechen, ist die IT-Infrastruktur des Unternehmens individuell und maßgeschneidert.

Beim Aufbau der neuen Trader-Shops gilt es, verschiedene Systeme aus dem Backend der METRO AG über APIs zu integrieren, um wichtige Daten wie Preis, Bestand etc. stets aktuell zu halten.

Wenn Sie sich unser [Kundenportfolio](#) anschauen, erfahren Sie, warum Unternehmen wie Teufel, Toom oder der FC Arsenal Inviqa wählen, um ihre Digitalisierungsprogramme zum Erfolg zu führen.

Eine Partnerschaft, die Ihnen zum Erfolg verhilft

Uns geht es darum, die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen: für Sie, für Ihre Kunden und für das gesamte Team.



Unser Ansatz

Eine auf Vertrauen basierende Partnerschaft

Uns geht es darum, die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen. Für Sie, für Ihre Kunden und für das gesamte Team.

- **Empathie:** Wenn Sie für reale Nutzerbedürfnisse entwerfen, schaffen Sie bessere Produkte. Deshalb basiert unsere Arbeit und unser Denken auf Kundenkenntnissen, Best Practices für Barrierefreiheit und integrativen Designprinzipien.
- **Zusammenarbeit:** Unsere Kunden vertrauen darauf, dass wir als

natürliche Erweiterung ihrer Teams agieren und uns in ihre Organisation einfügen. Wir sehen Sie als Partner. Als Kollegen, nicht als Stakeholder.

- **Ziel:** Wir sorgen dafür, dass jede Entscheidung, die Sie treffen, auf Beweisen und nicht auf Annahmen beruht, und dass Ihre Ziele klar definiert sind.
- **Transparenz:** Ehrliche, offene Kommunikation ist der Schlüssel dazu, wie wir Vertrauen aufbauen und schneller lernen können. Wir teilen unsere Erfolge UND die Lehren aus gescheiterten

Experimenten.

- **Lernen:** Wir erweitern die Fähigkeiten Ihrer Teams, indem wir mit Ihnen zusammenarbeiten und unsere Erfahrungen teilen. So bereiten wir Sie auf den Erfolg vor.

Wir sorgen dafür, dass Sie auch dann noch erfolgreich sind, wenn wir schon lange weg sind.



Ein externer Berater hilft Ihnen, Vorurteile und Annahmen zu beseitigen. Er hinterfragt und validiert Ihr Denken und Ihren Ansatz.

Nutzen Sie unsere jahrzehntelangen und branchenübergreifenden Erfahrungen, um die besten Ergebnisse für Sie und Ihre Kunden zu erzielen.

Was auch immer Sie erreichen wollen, wir helfen Ihnen:

- **Legen Sie Ihre Vision fest und begründen Sie, warum sie einen geschäftlichen Nutzen bringt.**
- **Evaluieren Sie Ihre Optionen und sichern**

In welcher Phase befinden Sie sich derzeit?

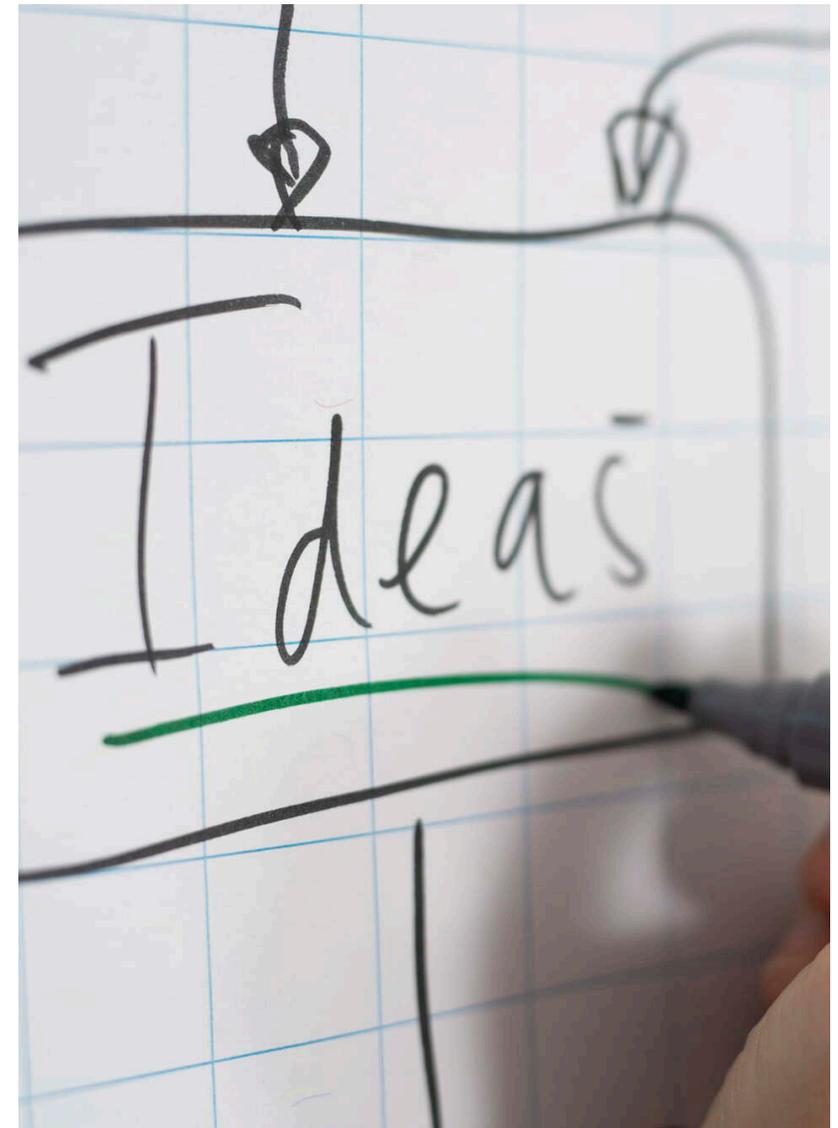
- Herstellung eines Konsenses über unsere Vision und Richtung.
- Verständnis, was wir investieren müssen, um unsere Herausforderungen zu lösen.
- Entwicklung einer digitalen Strategie zur Erfolgssicherung.

Ergebnis anzeigen

- **Sie die Ausrichtung. Planen Sie den besten Weg zur Erreichung Ihrer Ziele.**

Diese Schritte sind der Schlüssel zur Lösung von

Geschäfts- und Kundenherausforderungen und gewährleisten eine frühzeitige und dauerhafte Rentabilität Ihrer digitalen Investitionen.



Treffen Sie unsere Berater

Lernen Sie unsere Berater kennen, die zusammen mehr als 40 Jahre Erfahrung in der digitalen Strategieberatung haben.



Jens Wulfken

Senior Consultant.
Geschäftsführer



Profil

- Bei Inviqa tätig seit 02/2007
- 28 Jahre Beratungserfahrung aus zahlreichen Digitalisierungsprojekten

- Kundenseitige Erfahrung in Media & Publishing (TV-Sendergruppe sowie Publishing)

Kenntnisse

- Unternehmensstrategie
- Organisationsstruktur
- Mergers & Acquisitions
- Risikomanagement
- Management großer Development-Projekte

Erfahrung

U.a. Beratung für ProSieben, Condé Nast, Axel Springer Verlag, Burda, Heidelberger Druckmaschinen, Scout24, toom, Metro.

Mary Marxmüller

Business Analyst im
Consultancy Team



Profil

- Bei Inviqa seit 05/2019
- 10+ Jahre Erfahrung in der Digitalbranche im Produkt- und Anforderungsmanagement für die Softwareentwicklung zur Erhöhung von Traffic und

- Conversion-Optimierung
- Digital Publishing, E-Commerce, SEO

Kenntnisse

Business Analysis, Requirements Engineering, Definieren von Akzeptanzkriterien, Analyse von Geschäftszielen, Ableiten operativer Maßnahmen, Change-Management, Digitale Roadmap, Risikoanalyse, Story Mapping, Prozessanalyse.

Beispiel-Projekte

- Online-Apotheke: Relaunch E-Commerce Shop, Launch neues ERP, Analyse Geschäftsprozesse, im E-Commerce und Aufbau des neuen E-Commerce Teams.
- Teufel Lautsprecher: Relaunch E-Commerce, Software Requirements für neues System aus allen Abteilungen.

Nicholas Weber



Profil

- Nicholas Weber, Business Consultancy Director, verfügt über 20 Jahre umfassende Erfahrung im Einzelhandel und

im B2B-Bereich.

- Er war unter anderem als Einkaufsleiter und später als Leiter für E-Commerce und digitales Marketing bei einem 1,6 Milliarden Pfund schweren B2B-Lebensmittelunternehmen tätig.
- In dieser Funktion war Nicholas Weber für den Aufbau des E-Commerce-Angebots von Grund auf sowie für dessen laufenden Betrieb und Wachstum verantwortlich.

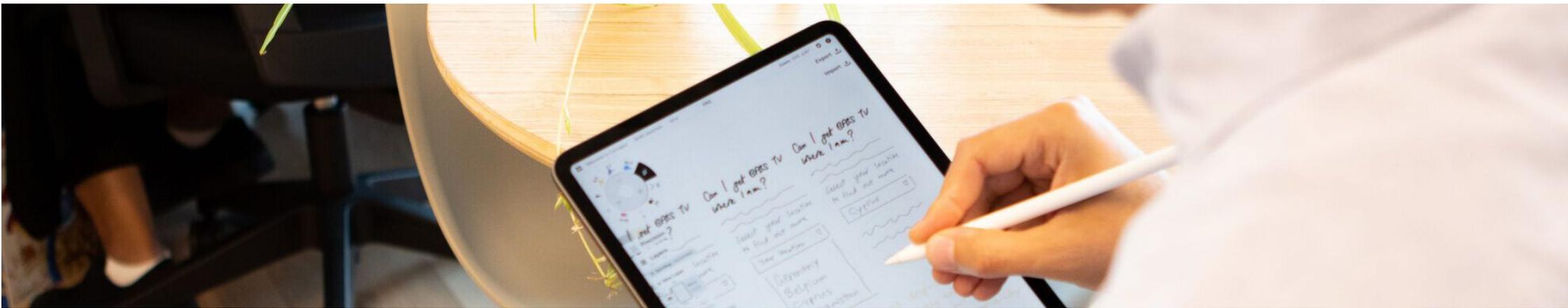
Erfahrung, die verbindet

Unser Berater-Team verfügt fundierte Erfahrung in kaufmännischen und operativen Führungspositionen mit folgenden Aufgaben:

- Leitung der strategischen Entwicklung und Umsetzung neuer Geschäfte, Dienstleistungen und Betriebsmodelle.
- End-to-End-Geschäftsabläufe, einschließlich Umsatzgenerierung, Betrug, Verlustvermeidung und Gewinn.
- Merchandising, Marketing, Preisgestaltung und Verkaufsförderung, Technologie, Geschäftsbetrieb, Fulfillment

und Logistik.

- Kundenservice, Kundenerfahrung und Kundenbindung.
- Technologiebeschaffung, -besitz und -entwicklung, einschließlich Websites, Anwendungen, SaaS, maßgeschneiderte und Back-Office-Lösungen (ERP, CRM usw.).



Warum ist eine Digital-Strategie so wichtig?

Digitale Strategieberatung hat Vorteile:

- Mit Fokus auf ROI: Analyse Ihrer Unternehmensziele
- Digitale Initiativen identifizieren,

- mit Ausrichtung auf Geschäftsziele
- Erfolgsmessung festlegen und verstehen
- Stakeholder in den Prozess der unternehmensweiten Transformation mit einbeziehen
- Gemeinsame Erfolgsvision festlegen, um eine effektive digitale Initiative zu erzielen

Brauchen Sie eine digitale Strategie-Beratung?

Eine Strategie-Beratung wird dann essenziell, wenn Unternehmen sich für zukünftige digitale Herausforderungen stärken und

weiterentwickeln müssen. Um dies wirtschaftlich und effektiv zu meistern, ist eine neutrale Beratung von Beginn an empfehlenswert.

Die externe digitale Strategie-Beratung vermittelt eine neutrale Sicht auf Gegebenheiten innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Eine digitale Strategie basiert zudem auf der Erfahrung aus anderen Branchen und aus zahlreichen Projekten mit vergleichbaren

Herausforderungen.

Wie läuft eine digitale Strategie-Beratung ab?

Die Strategie-Beratung ist eine strukturierte Ausarbeitung basierend auf Business-Zielen inkl. Metriken und mit Einbezug von Stakeholdern. Diese kann sehr detailgetreu ausgearbeitet werden bis hin zur Definition der Projekte, Priorisierung zur Erzielung eines messbaren und nachhaltigen ROI.

Was ist Ihnen bei der Zusammenarbeit mit Agenturen besonders wichtig?

- Ein beständiges Team, das sich in unser Team integriert.
- Wissensvermittlung und Befähigung zu bislang unbekanntem Schritten.
- Eine Beratung, die sich direkt umsetzen lässt.

Ergebnis anzeigen



Lassen Sie uns gemeinsam dafür sorgen, dass

...

**Ihre digitalen Initiativen
einen dauerhaften Wert
schaffen.**

kontakt@inviqa.de