

Katalysator Corona

Digitalisierung Der Internet-Provider iWay hat zusammen mit dem Beratungshaus Gandt bewiesen, dass Investitionen in Innovationstechnologie erfolgreich sein können.

JACEK KOZERA

Bei einem Thema können alle Unternehmen dieses Jahr mitreden – Covid-19 und die globale Pandemie. Der Ausbruch des Virus hat jede Branche auf ihre eigene Art beeinflusst und wird es auch in den kommenden Monaten, wenn nicht Jahren, weiterhin tun. Das Virus prägt das Konsumverhalten und wie sich Konsumenten informieren und wie sie handeln. Es steht ausser Frage, dass die Pandemie einen nachhaltigen Effekt auf Unternehmen haben wird.

Bereits vor Corona war klar, dass die Digitalisierung zu einer langfristigen Veränderung unternehmerischen Denkens und Handelns führen würde. Es stellt sich die Frage, wie kann Covid-19 die Digitalisierung von Geschäftsmodellen abseits der klassischen Handels- und E-Commerce-Modelle, welche auch schon vor Corona profitiert haben, beeinflussen? Und wie kann sich ein Unternehmen, das ausschliesslich digitale Produkte verkauft, digitalisieren?

Digitale Investitionen

Die Firma iWay, ein Telekommunikationsunternehmen (Internet Service Provider) aus Zürich, hat sich mit diesen Fragen und

Themen bereits Ende 2018 auseinandergesetzt. Das war vom Timing her genau der richtige Zeitpunkt, um sich als Unternehmen mit digitalen Produkten in der jetzigen Situation zu profilieren.

Aus ihrer Stärke und dem bisherigen Wachstum heraus entschied sich Matthias Oswald, iWay-Gründer und -CEO, gemeinsam mit Gandt Ventures, die Frage «Wie können wir in einem gesättigten Markt weiterwachsen?» zu beantworten, um so in nachhaltiges, digitales Wachstum durch Performance Marketing und Product Development zu investieren. Bis zu diesem Zeitpunkt fanden 80 Prozent des Marketing-Mixes von iWay offline statt.

«Für uns war es klar, dass wir nicht nur Agenturleistungen für einzelne Marketingkanäle einkaufen müssen, sondern dass unsere Denkweise, unsere Prozesse und die Organisationsstruktur mitwachsen müssen», sagt Matthias Oswald. «Das Marketing-Audit mit Gandt Ventures gab uns den Ansporn, das Thema der Digitalisierung anzusteuern und umzusetzen.»

Wachstum trotz Corona

Zusammen mit Gandt Ventures hat iWay eine 68-prozentige Umsatzsteigerung durch digitale Kanäle erzielt. Gandt Ventures brachte nicht nur das nötige Marketing-

wissen, sondern auch effiziente und langfristige Prozesse in das Unternehmen mit ein. Wenn Gandt mit einem Unternehmen wie iWay zusammenarbeitet, werden das Gandt-Know-how und deren klassische

iWay und Gandt Ventures erreichten in zwölf Monaten eine Umsatzsteigerung von 68 Prozent über digitale Kanäle.

Digital-Marketing-Erfahrungen immer auf eine strategische Ebene gebracht. Dank dem Fokus auf Co-Creation ist gewährleistet, dass das Kundenunternehmen auch ohne das Beratungsunternehmen weiterhin langfristig wachsen kann.

iWay und Gandt Ventures erreichten in einer Zeitspanne von zwölf Monaten eine 68-prozentige Umsatzsteigerung über digitale Kanäle, plus 27 Prozent Traffic, ein Plus von 79 Prozent der Conversion Rate und um 17 Prozent gesunkene Cost per Order. Was waren in diesem Projekt die Erfolgsfaktoren?

Das Projekt mit iWay zeigte, dass die Digitalisierung von Geschäftsmodellen, die bereits digital sind, immer noch grosse Potenziale aufdeckt. Die Nutzung von Synergien zwischen Unternehmensbereichen, Schaffung neuer Positionen und die Reaktion auf kurzfristige Learnings sind genauso wichtig, wie es die operationelle Umsetzung von digitalen Projekten ist.

Ein für alle Unternehmen relevantes Key Learning aus dem Projekt ist, dass auch digitales Wachstum seine Grenzen hat. Human Resources dürfen nicht in den Hintergrund geraten. Interne Strukturen bleiben bei iWay weiterhin im Wandel, weshalb iWay einen neuen Marketingleiter eingestellt hat.

Francesco Caiafa bringt die Marke und das Unternehmen mit seiner Expertise nun auf das nächste Level. Auch Matthias Oswald übergibt seine Position als Geschäftsführer an seinen Mitgründer Markus Vetterli zum 1. Januar 2021.

Auch die Welt befindet sich global in einer einzigartigen Zeit des Wandels. Für die

KEY TOOLS

So generiert iWay digitales Wachstum



Data-Driven Analytics

Transaktions- und Kundendaten, Produkt- und Nutzungsstatistiken, Anzahl der

Website-Besucher. Diese Daten sollten vereint und ausgewertet werden, damit Unternehmen eine evidente Entscheidungsbasis haben.



UX-Optimierungen

Prozesse schaffen, die sich mit der Optimierung der User Experience (UX) beschäftigen und Mechanismen etablieren. Diese Prozesse erhöhen stetig die Wahrscheinlichkeit einer Transaktion und sind wichtige Faktoren zur Effizienzsteigerung.



CRM und Marketing Automation

Auf datengetriebene Signale mit Automatismen reagieren und somit Effizien-

zen zu schaffen. So wird Zeit gewonnen, um die richtige Ansprache zum richtigen Zeitpunkt zu wählen.



Performance Marketing

Strukturen etablieren, die durchgehend über datengetriebene Prozesse optimiert werden, die dabei helfen, Marketingkosten zu senken und sich gegen den starken Online-Wettbewerb durchzusetzen.

unternehmerische Entwicklung und Digitalisierung wirkt sich dieser Prozess vorwiegend positiv aus. Dennoch ist ein Stück Kontinuität wichtig.

Digitalisierung kontinuierlich optimieren

Kontinuität bedeutet vor allem, in langfristige Prozesse zu investieren und nicht nur singuläres Wissen zu akquirieren. Dazu gehört, die richtigen Personen im Unternehmen einzustellen.

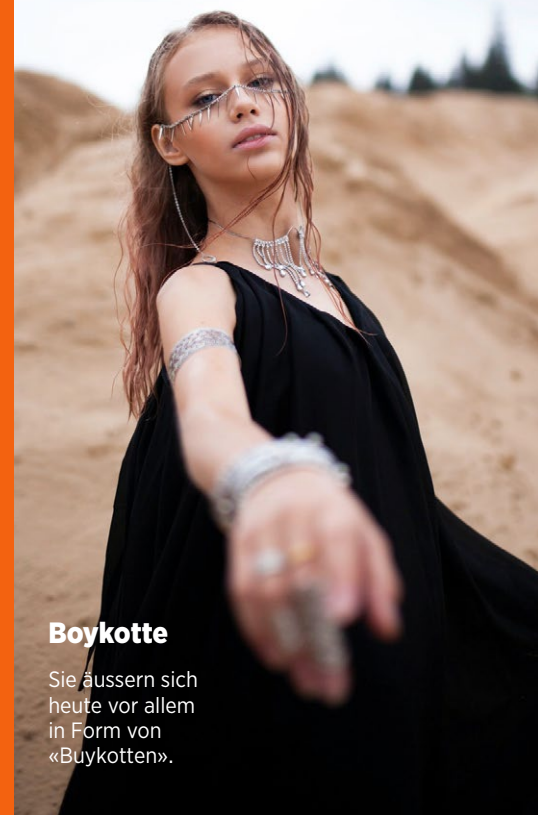
Wichtig ist auch, Neues auszuprobieren und nie aufzuhören zu testen. Informationen und Key Learnings sind ausschlaggebend vor finalen Entscheidungen. Schnelles Handeln ist angesagt. Lange Planungs-

zyklen sind ineffizient; wichtig ist es, Strukturen für schnelle Lernprozesse zu schaffen.

Unternehmen sollten bei der Wahl von digitalen Beratungskonzepten und deren Umsetzung, die tendenziell kostspieliger werden, kritisch bleiben. Es müssen dafür Strukturen aufgebaut werden, die alle Variablen des Prozesses optimieren können.

Das bedeutet vor allem für Gandt Ventures, nicht nur Geschäftsmodelle strategisch zu verstehen, sondern auch direkt umzusetzen, sozusagen als Digital Enabler für ihre Unternehmenskunden.

Jacek Kozera, Partner und Digital Enabler,
Gandt Ventures, Zürich.



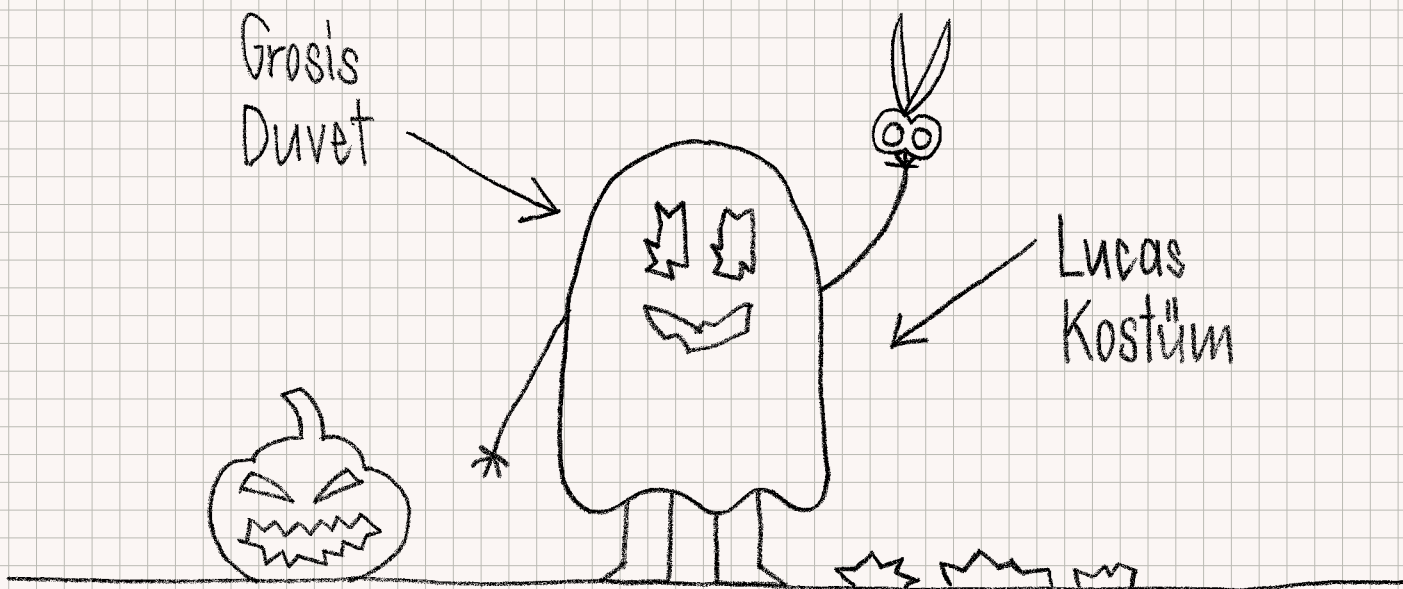
Boykotte

Sie äussern sich heute vor allem in Form von «Buykotten».

ANASTASIYA PAVLOVA/UNSPLASH.COM

ANZEIGE

Schadenskizze



Was immer kommt – wir helfen Ihnen
rasch und unkompliziert. [mobiliar.ch](https://www.mobiliar.ch)

die **Mobiliar**