WERKZEUG

|  |
| --- |
| Digitales Wettbewerbs-Cockpit |
| Digital Five Forces | **Wirkung der Digitalisierung auf den Wettbewerb**  | **Schlussfolgerungen bzw. Maßnahmen für das eigene Unternehmen** |
| 1. Digitale Konkurrenz im heutigen Geschäft (aus der Branche)
 | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| 1. Digitale Konkurrenz im künftigen Geschäft (aus der Branche bzw. anderen Branchen)
 | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| 1. Substitution des Geschäftes durch Digitalisierung
 | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| 1. Digitaler Wettbewerb durch Lieferanten
 | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| 1. Digitaler Wettbewerb durch Kunden
 | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |

Hintergrund: Im Rahmen einer Digitalisierungs-Strategie entwickelt ein Wellness-Hotel ein Wettbewerbs-Cockpit. Dieses ist Grundlage für die künftige Positionierung.

|  |
| --- |
| Digitales Wettbewerbs-Cockpit: *Werkzeug und Beispiel (Hotel)* |
| Digital Five Forces | **Wirkung der Digitalisierung auf den Wettbewerb**  | **Schlussfolgerungen bzw. Maßnahmen für das eigene Unternehmen** |
| 1. Digitale Konkurrenz im heutigen Geschäft (aus der Branche)
 | * Zunehmende Digitalisierung in den Standardprozessen (Buchung, Programmplanung…)
* Relativ wenig Kooperation mit digitalen Portalen (Gesundheits- / Selfness- / Wellness-Dienstleister)
* Konzentration und Steigerung digitaler Kompetenz
 | * Dringendes Nachholen bei der Prozess-Digitalisierung (Planung, ERP…)
* Prüfung und Entscheidungsvorlage bzgl. Kooperation mit digitalen Wellness-Portalen
* …
 |
| 1. Digitale Konkurrenz im künftigen Geschäft (aus der Branche bzw. anderen Branchen)
 | * Spaltung des Marktes in premium- und Commodity-Segment mit eigenen digitalen Anforderungen
* Einstieg von Dienstleistern in das stationäre Wellness-Geschäft
* Stärkere Vernetzung mit Zuweisern (Kassen…)
 | * Mittelfristige Positionierung im premium-Bereich mit adäquaten Dienstleistungen
* Positionierung als "stationärer und digitaler Partner" für Zuweiser, Kunden
* ...
 |
| 1. Substitution des Geschäftes durch Digitalisierung
 | * Substitution der stationären Wellness-Konzepte durch digitale Formate (Online-Check, Apps…)
* Zunahme von integrierten Angeboten von Gesundheit, Wellness und Selfness
* Digitalisierung als «Wellness-Beschleuniger»
 | * Noch stärkere Entwicklung und Vermarktung von integrierten Angeboten
* Intensivierung der Vernetzung mit allen Vermarktungs- und Zuweisungskanälen
* …
 |
| 1. Digitaler Wettbewerb durch Lieferanten
 | * Kein Wettbewerb durch Großhandel und klassische Hotellieferanten
* Alternativ-Geschäftsmodelle durch Zuweiser, v.a. bei kurzen Aufenthalten («App statt Kurz-Kur»)
 | * Laufende Beobachtung des Versicherungs- und Zuweisungs-Modells bzgl. Digitaler Lösungen
* …
 |
| 1. Digitaler Wettbewerb durch Kunden
 | * Keine Rückwärtsintegration bei Privatkunden
* Teilweise Wettbewerb bei Geschäftskunden, v.a. bzgl. Fitness- und Wellness-Lösungen im Büro (mit digitalen Lösungen kombiniert)
 | * Laufende Beobachtung des geschäftskunden-Segments hinsichtlich neuer Fitness- und Wellness-Lösungen
* Entwicklung einer neuen geschäftskunden-Strategie
 |