

CONSUMER LEADERSHIP CIRCLE

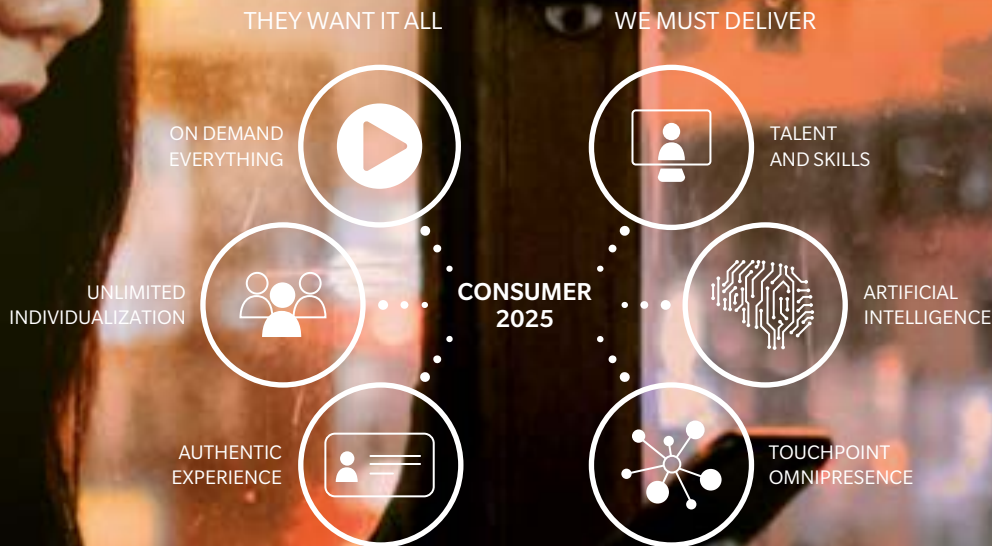
SCHWERPUNKT 2017: BEYOND DISRUPTION AND VOLATILITY – CONSUMER 2025

- Unser dritter C-Level-Event Handel und Konsumgüter fand im Oktober in Hamburg statt. Im Mittelpunkt stand dieses Mal der „Konsument 2025“ und seine Anforderungen an Handel und Hersteller. Gerade die digitalen Veränderungen haben in den letzten Jahren zu einer immer höheren Erwartungshaltung geführt – Einkauf und Konsum sollen praktisch überall sofort stattfinden können, das Angebot perfekt auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sein und seitens der Unternehmen stets authentisch vermittelt werden. Diese Anspruchshaltung stellt etablierte Unternehmen, die noch ganz am Anfang ihrer digitalen Transformation stehen, vor enorme Herausforderungen. Mehr als 30 Entscheider folgten unserer Einladung, um den aktuellen Herausforderungen und möglichen Antworten auf den Grund zu gehen.

In vertraulicher Runde wurden Erfahrungen ausgetauscht: Der CEO und Co-Gründer eines in Deutschland führenden Onlinemodeunternehmens berichtete von den Erwartungen der Millennials, ein YouTube-Pionier der ersten Stunde sprach über die Möglichkeiten und Grenzen des Influencer Marketings und ein hochkarätiger Politiker nahm in puncto Angebotsgestaltung auch die Großstädte in die Verantwortung. Aus dem Zusammenspiel der unterschiedlichen Perspektiven ergaben sich spannende Einblicke. Insbesondere wurde deutlich, welche hohen Anforderungen die Kunden in Zukunft an Handel und Hersteller stellen werden. Gleichzeitig wurden Impulse ausgetauscht, welche Anpassungen dafür im Geschäftsmodell und Leistungsspektrum der Unternehmen erforderlich sind.

DIGITALE REALITÄTEN IN CHINA

Der Leiter unserer Retail und Consumer Goods Practice in Asien Wai-Chan Chan zeigte eindrücklich auf, wie China heute bereits von einem grundlegend neuen, digitalen Konsumverhalten geprägt wird. Produkte und lokale Dienstleistungen werden dort jederzeit und überall per WeChat gesucht, gebucht und bezahlt. Aber auch die Verschmelzung von Online und Offline geht rasant voran. Anbieter wie JD.com oder Alibaba überbieten sich mit ambitionierten Expansionsplänen hinsichtlich ihrer stationären Präsenz gegenseitig. Und die in den USA als einmalig gehypte kassenlose Filiale Amazon Go wird in China in abgewandelter Form bereits von mehreren Anbietern pilotiert und für den Rollout feinjustiert.



Taddy Hall, Senior Partner unserer Schwesterfirma Lippincott, erfolgreicher Bestsellerautor und langjähriger Forschungspartner der Innovations-Koryphäe Clayton Christensen von der Harvard Business School, zeigte für Hersteller passende Antworten auf die gestiegenen Kundenanforderungen. In seiner „Jobs Theory“ betrachtet er Produkte als Services, die einen Job für den Kunden erfüllen. Erfolgreiche Innovationen sind demnach darauf zurückzuführen, dass Unternehmen sich nicht mit einfacher Konsumentenforschung begnügen, sondern den Alltagsproblemen der Kunden eingehend auf den Grund gehen. Auf diese Weise werden „Job Openings“ identifiziert und mit den richtigen Produkten bedient.

DAS GANZE UNTERNEHMEN MITNEHMEN

Zum Abschluss unseres C-Level-Events ging die Geschäftsführerin von „The Good School“, einem Kooperationspartner von Oliver Wyman, darauf ein, wie es „analogen“ Unternehmen gelingen kann, Tausende Mitarbeiter mit auf den Weg in eine erfolgreiche Digitalisierung zu nehmen. Hier gilt es zunächst, die Riege der Führungskräfte für die Potenziale, die sich aus Veränderungen ergeben, zu begeistern – sei es durch Information und pädagogische Vielfalt oder spielerische Elemente. Diese wurden in verkürzter Form unmittelbar vor Ort getestet und sorgten für den ein oder anderen Aha-Effekt.

Zwischen den inhaltlichen Impulsen der Redner boten sich auch zahlreiche Gelegenheiten zum Austausch in vertraulicher Atmosphäre. Nicht zuletzt dieser Erfahrungsaustausch zu versuchten wie auch erprobten Transformationsprozessen wurde von den Teilnehmern als wertvolle Anregung in das eigene Tagesgeschäft mitgenommen.

Im September gehen wir mit unserem C-Level-Event Handel und Konsumgüter in erlesenem Kreis und mit hochkarätigen Gastrednern in die vierte Auflage. Bei Fragen zum Consumer Leadership Circle 2018 – Inhalte, Termin, Teilnahme – steht Ihnen Tiona Abella gerne unter Tiona.Abella@oliverwyman.com zur Verfügung.