



„Wissenschaft trifft, formt & gestaltet unternehmerische Praxis“

Digital Economy als Chance

“The assumptions on which the company has been built, no longer fit reality” (Drucker, 2006, p. 146).

Eine der wichtigsten Beobachtungen in der jüngsten Vergangenheit ist jene, dass sich in unserem Wirtschaftssystem Annahmen, die wir über lange Zeit fast schon paradigmatisch als Wahrheit vernommen haben, tiefgreifend verändern. Viele dieser Wahrheiten werden gerade in Zeiten großer Veränderung stark hinterfragt.

Womit sehen sich erfolgreiche Unternehmen in der Digital Economy konfrontiert?

- Stark verschwimmende Wettbewerbsgrenzen (Volkswagen vs. Apple als Konkurrenten und Partner)
- Netzwerke und Netzwerkeffekte als kritische Erfolgsfaktoren (Plattform-Ökonomie, Digitale Ökosysteme)
- Disruption der Marke (Marken als Anker in unserer Influencer-Gesellschaft)
- Zunehmende Volatilität der Konsumentenerwartungen (Amazon-Effekt)

Zusammenarbeit als Chance

Gemeinsam mit Ihnen erarbeiten wir innovative, nachhaltig erfolgsfördernde Lösungen zu den wichtigsten Fragen Ihrer unternehmerischen Praxis. Unser Team von Denker*innen greift auf langjährige Praxis- und Forschungserfahrung zurück und freut sich auf Ihre Fragen. Nutzen Sie unsere Stärken in Wissenschaft und Praxis für Ihren Erfolg in der Digital Economy!



DENKFABRIK
DIGITAL ECONOMY

UNSERE FORSCHUNGSSCHWERPUNKTE

Strategic Marketing & Branding

- Markenstrategien
- Positionierung
- Digitales Marketing
- Werte- & Nutzenversprechen

Consumer Behavior

- Digital Customer Journey
- Customer Centricity
- Online Consumer Behavior
- Platform Commerce
- Access-based Consumption

Strategic Management

- Strategiearbeit in der Digital Economy
- Geschäftsmodell- (Innovation)
- Digitale Ökosysteme & Plattformen
- Competitive Landscape
- Data Science & AI, Blockchain
- Nachhaltiges Wirtschaften

zum Leistungsangebot



Unsere Leistungen

SCAN ME



Wir unterstützen Sie in verschiedenen Formaten* bei folgenden Fragestellungen:

<p>Loyalität im Online-Umfeld Wie schaffen wir Kundentreue trotz niedriger Wechselbarrieren?</p>	<p>E-Word-of-Mouth Wie gehen wir mit der Interkonnektivität der Kund*innen um?</p>	<p>Customer Journey Mapping Welche (messbaren) Touchpoints sind für uns wirklich relevant?</p>	<p>Sichtbarkeit in Zeiten von Alexa & ChatGPT Wie werden wir überhaupt noch gefunden? (beyond SEO)</p>
<p>Data Generation, Collection & Analysis Was sind unsere potenziellen Problembereiche bei der Nutzung von KI?</p>	<p>Digitale Plattformen & Ökosysteme Sind wir als Unternehmen bereit für ein Digitales Ökosystem? Wie sieht unser Plattform Geschäftsmodell aus?</p>	<p>Product-as-a-Service Haben unsere Produkte das Potenzial zur Transformation?</p>	<p>Sharing Economy in der Digital Economy Haben unsere Services und Produkte Sharing Economy-Potenzial?</p>
<p>Circular Economy & Nachhaltigkeit Sind wir bereit für ein nachhaltiges Geschäftsmodell?</p>	<p>Strategische Suchfelder Wie können wir überhaupt noch Suchfelder für zukünftiges Wachstum finden?</p>	<p>Brand Positioning in der Digital Economy Wie sichern wir das zukünftige Überleben unserer Marke?</p>	<p>Sales in der Digital Economy Wie verändert sich Vertrieb in der Digital Economy? (Kundenwünsche, Touchpoints, Strategie)</p>

*vom Impuls über Workshops zu individuellen Angeboten