

Technologieberatung der Zukunft – Impulsstatement für den Münchner Kreis – September 2018

„Für Unternehmen ist es immer schwerer, eine Antwort auf die Frage ‚was kommt als nächstes‘ zu finden. Und es ist noch schwerer, dann auch eine Lösung umzusetzen“.






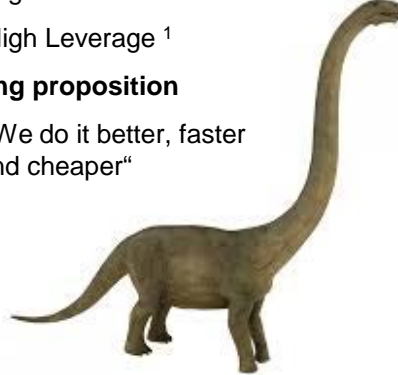
„Capgemini Invent“ – Capgemini bündelt Kompetenzen in neuem Geschäftsbereich

(13. September 2018)

„Das börsennotierte Unternehmen mit französischen Wurzeln und rund 12,8 Milliarden Euro Umsatz (2017) gab am Mittwoch bekannt, dass man die bereits vorhandenen Expertisen rund um Management Consulting, Innovation, Digitalisierung und Transformation in einer einzigen globalen Einheit zusammenbringen werde. Mit „Capgemini Invent“ entsteht ein Team mit insgesamt 6.000 Beratern an 30 Büros weltweit, das den Kunden noch besser integrierte Lösungen bieten soll. Mit diesem big move positioniert sich Capgemini Invent noch klarer gegen den direkten Wettbewerb von Accenture, PwC, Deloitte, McKinsey und BCG, die wie auch weitere Berater massiv in den Ausbau ihrer Kompetenzen in den Bereichen Data Analytics, digitale Innovation und Design investiert haben.“

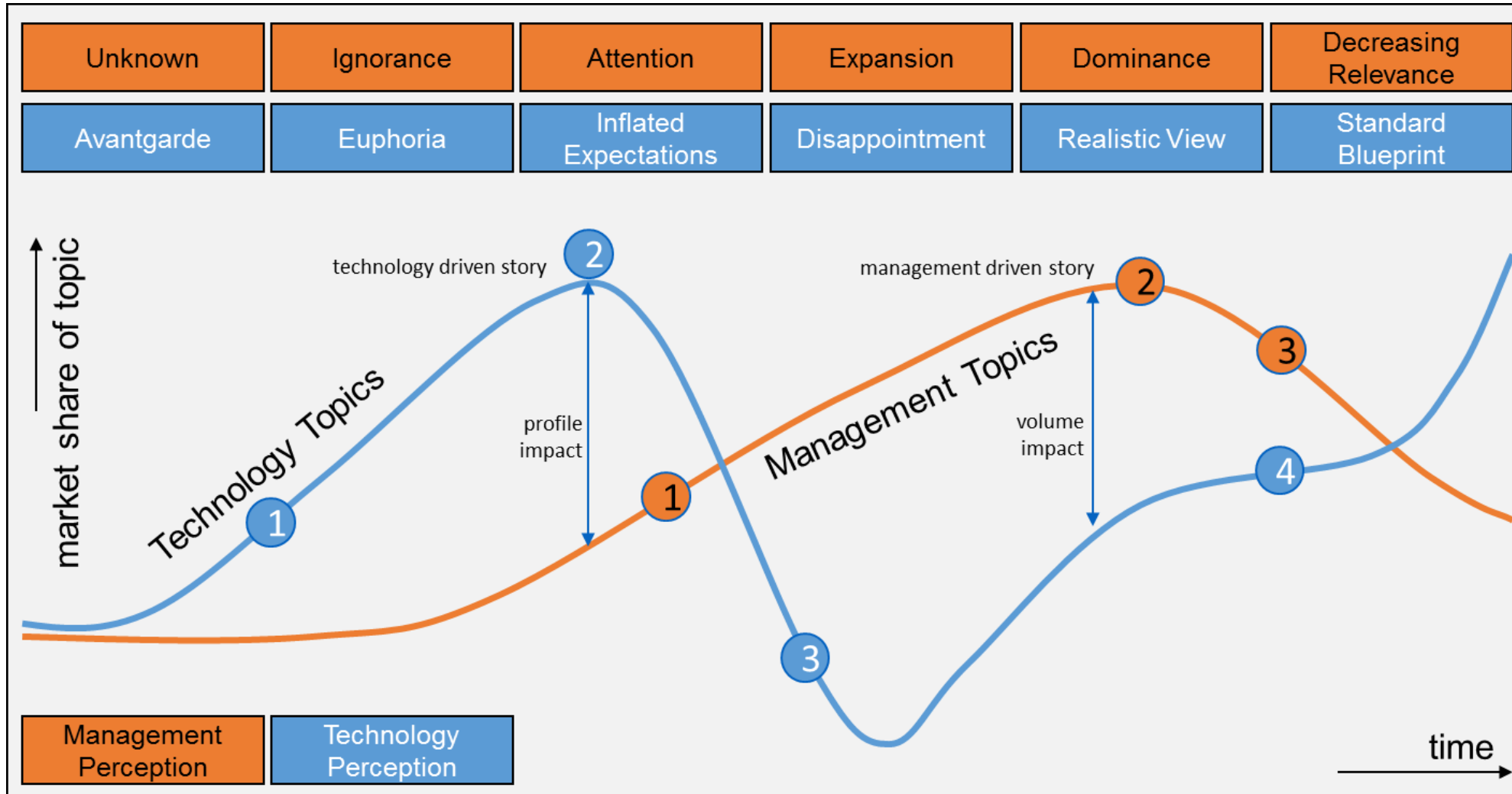
Beispiel

Klassische Geschäftsmodelle der Beraterbranche werden durch „Digitalisierung“ herausgefordert. Die integrierte Gestaltung kritischer, bisher eher komplementärer Erfolgsfaktoren wird zum Schlüssel.

Thought-Leader Concepts	Pacemaker Concepts	Key Concepts	Commodity Concepts
<p>Client Problem</p> <ul style="list-style-type: none"> □ A major, „bet your company“ issue, and the client has never experienced anything like it <p>Key Skill</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Providing innovative and novel solutions □ „Rocket Science“ approach <p>Critical Success Factors</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Highest level diagnostic skills □ Creativity □ State-of-the-art knowledge □ Pioneering concepts <p>Profit drivers</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Premium fees □ Very low leverage (1:1) ¹ □ May refer work to other providers <p>Selling proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> □ „Smartest brains around“ 	<p>Client Problem</p> <ul style="list-style-type: none"> □ A major, complex, ill-defined issue of which the client has no or little experience <p>Key Skill</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Real-time diagnosis and judgement □ Expertise-driven approach <p>Critical Success Factors</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Experience with similar problems □ In-depth technical and/or functional knowledge □ Strong relationship skills <p>Profit drivers</p> <ul style="list-style-type: none"> □ High fees □ Low leverage ¹ <p>Selling proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> □ „We have seen similar problems before. Trust us, we'll help you with your problems“ 	<p>Client Problem</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Help in making an informed choice from a variety of options and guidance through the process <p>Key Skill</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Providing user-friendly advice that reduces anxiety in the selection process and thereafter (customized service) <p>Critical Success Factors</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Established methodologies, models and processes □ Efficient and low-cost delivery systems and platforms □ Interpersonal & relationship skills and communication □ Managing the „sales“ cost <p>Profit drivers</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Above-average fees □ Good leverage ¹ <p>Selling proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> □ „Use us, we'll help you make a better choice and provide you with ongoing support“ 	<p>Client Problem</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Efficient solutions to common problems <p>Key Skill</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Efficient, low-cost delivery of established methodologies, models and processes □ Standardized services <p>Critical Success Factors</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Established methodologies, models and processes □ Efficient and low-cost delivery systems □ Highly effective training <p>Profit drivers</p> <ul style="list-style-type: none"> □ High Volume □ High Leverage ¹ <p>Selling proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> □ „We do it better, faster and cheaper“ 

¹ Leverage: Ratio of number of associated professionals to one leading senior, top-level professional, on the client team

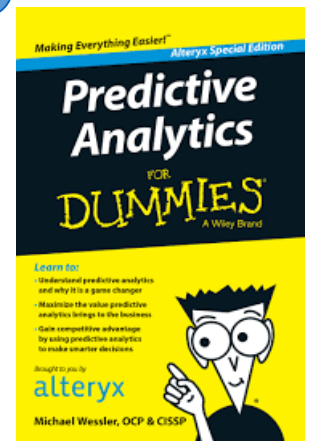
Erfolg inkl. Profitabilität von Technologieberatung hängt wesentlich vom richtigen Timing ab. Durch „Digitalisierung“ werden höhere Ansprüchen an das Portfolio-Management der Beratung gestellt.



2 „From McKinsey for CEOs“



4 „For the public“



Anwendungsinnovation im Bereich Analytics : Beispiel für aktuelle „best practice“ der Technologieberatung

Launch your first product version in 2 months



Analytics Incubator



Use case
Ideation
& Selection

2 days



Design
sprint

3 days



Data Source
Jam

3 days



Rapid
Prototyping
+ Analytical

3 weeks



Building
MVP
Modelling

2 months



Analytics Accelerator



Pilot
Version

X months



Release
#1

X weeks



Next
Release

X weeks



Mature
Analytics
Service
in production



Transformationsdruck auf die Berater-Geschäftsmodelle sowie teilweise turbulente Marktdynamik erzeugen zusätzliche Herausforderungen für die Technologieberatung der Zukunft.

- Wie verkraften Beraterkulturen die Bildung von Hybriden aus Strategie- und Technologieberatung ?
- Strategieberatung kann sich schleichend zu veredeltem Softwarevertrieb entwickeln, wenn nicht sogar gewollt !
- Hilft die Integration verschiedenster „digitaler“ Disziplinen in Grosseinheiten ? - “The jury is still out“
- Wie generiert „people business“ Wachstum bei der Abnahme der Zahl und Verfügbarkeit rekrutierbarer Talente ?
- Die Rolle von Assets (z.B. Simulationssoftware) wird strategisch – „Köpfe und Methoden“ reichen nicht mehr !
- Wem gehört die Intellectual Property aus Beratungsprojekten mit wesentlichem Data Science-Anteil ?
- Jedes Kundenproblem kann in ein datengetriebenes pseudo-wissenschaftliches Experiment verwandelt werden !
- Undifferenzierter Einsatz von Analytics-Methoden unterminiert Glaubwürdigkeit, Ethik, Objektivität und Integrität !
- Sollte es eine „Open Source“-Philosophie der Beratung geben, um professionelle Standards zu sichern ?