

House of Transformation

– Wo steht Ihr Unternehmen wirklich?





Der Ausgangspunkt: Ihr Unternehmen ganzheitlich verstehen

Um ein ganzheitliches Verständnis über den aktuellen Stand des Unternehmens zu gewinnen und gezielt Verbesserungen abzuleiten, betrachten wir sechs zentrale Themenfelder: das Geschäftsmodell, die Organisation, die People-Ressourcen, die Prozesse, die Systemlandschaft sowie das daraus entstehende Zielbild.

Diese strukturierte Analyse zeigt klar, wie das Unternehmen heute funktioniert, wo Modernisierung notwendig ist und wie wir gemeinsam eine zukunftsfähige, digital ausgerichtete Unternehmensarchitektur entwickeln können.

Um klar zu verstehen, wo ein Unternehmen wirklich steht, reicht der Blick auf einzelne Baustellen nicht aus. Deshalb beginnen wir mit einer strukturierten Analyse der zentralen Bereiche.



Auf dieser Grundlage vertiefen wir nun die sechs Bereiche, um präzise zu erkennen, wie Geschäftsmodell, Organisation, Prozesse und IT ineinandergreifen.

Geschäftsmodell

Wir betrachten, wie das Unternehmen Wert schafft, Leistungen erbringt und Einnahmen generiert – und wo eine Ausrichtung auf „digital-first“ notwendig wird.

Organisation

Wir prüfen, wie das Unternehmen aufgebaut ist und ob Strukturen und Verantwortlichkeiten das Geschäftsmodell optimal unterstützen.

Mitarbeiter

Wir analysieren Fähigkeiten, Rollen und die operative Umsetzungskraft der Mitarbeitenden – und wo Weiterentwicklung nötig ist.

Prozesse

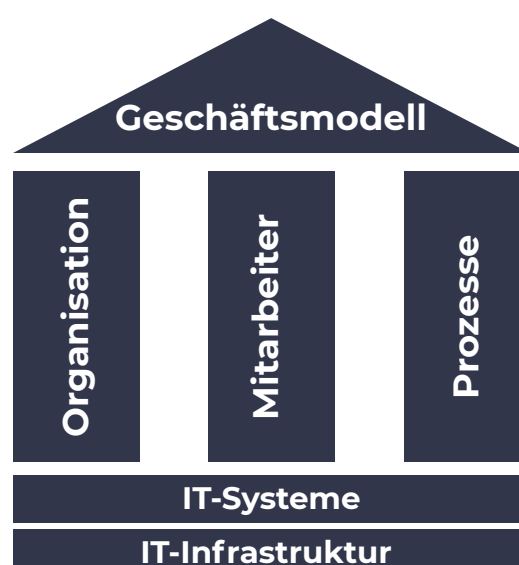
Wir schauen auf tägliche Abläufe, identifizieren Medienbrüche und Optimierungspotenzial und machen Prozesse fit für „digital-first“.

IT-Systeme

Wir bewerten die eingesetzte Software: Wo unterstützt sie gut, wo ist es zu komplex und wo braucht es Modernisierung?

IT-Infrastruktur

Wir prüfen die technische Basis – stabil, sicher, skalierbar – damit das gesamte Unternehmenshaus auf einem starken Fundament steht.



Mit dieser Struktur können wir nachvollziehbar erklären:

- Wie gut das aktuelle Geschäftsmodell funktioniert
- Welche Bereiche modernisiert werden müssen
- Wo „digital-first“ konkret angesetzt werden kann
- Wie Organisation, Menschen, Prozesse und IT optimal zusammenarbeiten

Nachdem die Unternehmensarchitektur klar erfasst ist, richten wir den Blick auf den durchgängigen Wertschöpfungsprozess – also darauf, wie aus einem Lead tatsächlich Ertrag entsteht.

Lead

Wir erfassen, wie potenzielle Kunden gewonnen werden und prüfen, ob der Prozess effizient, digital unterstützt und skalierbar ist.

Angebot

Wir analysieren die Angebotserstellung – von der Bedarfsermittlung bis zur Freigabe – und identifizieren Vereinfachungs- und Beschleunigungspotenzial.

Produkt

Wir betrachten die Leistungserbringung bzw. Produktentwicklung: Wie wird Wert geschaffen? Wo entstehen Engpässe? Was lässt sich digitalisieren?

Abrechnung

Wir prüfen die Abrechnungs- und Fakturaprozesse auf Transparenz, Fehlerfreiheit und Automatisierungsgrad, um den Ablauf schlank und zuverlässig zu gestalten.

Mit dieser Struktur können wir nachvollziehbar erkennen:

- Wie gut der Wertschöpfungsprozess von Lead bis Abrechnung funktioniert
- Welche Schritte vereinfacht, modernisiert oder digitalisiert werden sollten
- Wo „digital-first“ konkret Mehrwert schafft
- Wie alle Prozessschritte effizient und effektiv ineinandergreifen

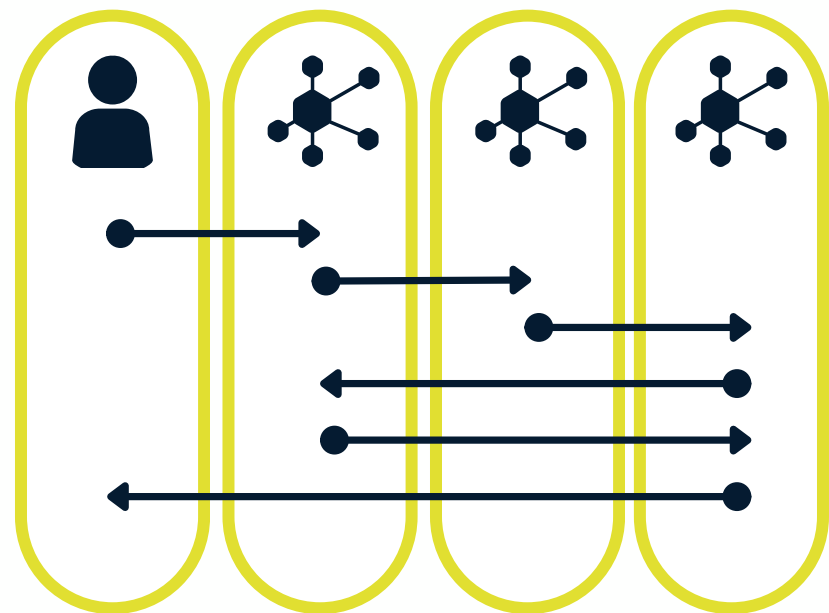


Wenn der gesamte Ablauf von Lead bis Abrechnung sichtbar ist, analysieren wir die zugrunde liegenden Tätigkeiten im Detail. Dazu betrachten wir konkrete UseCases, die zeigen, wie Arbeit heute tatsächlich ausgeführt wird.

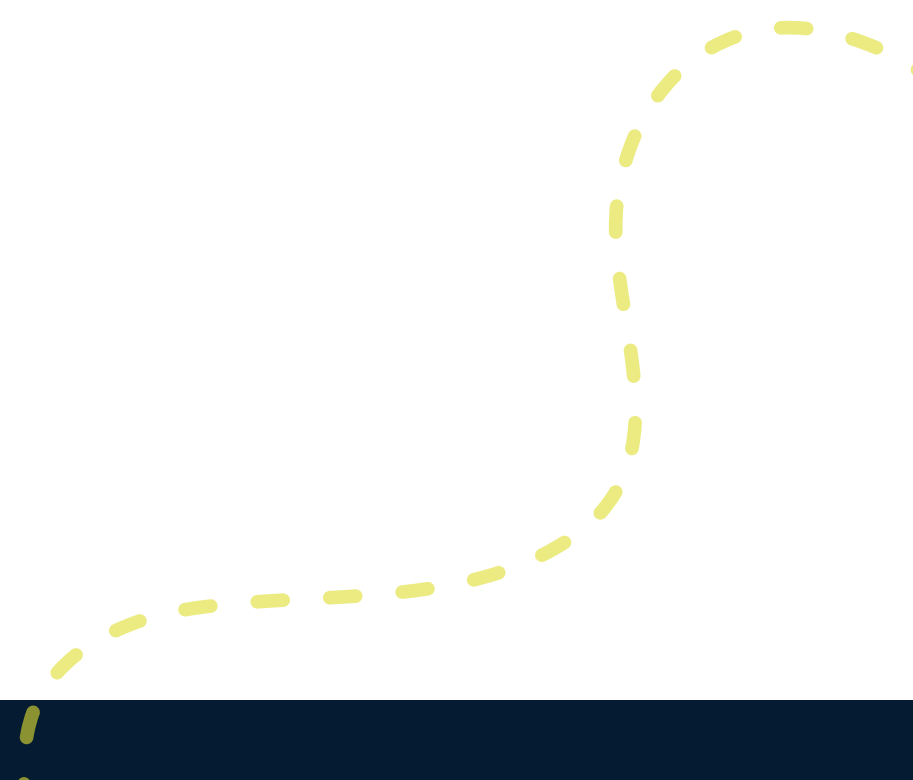
Wir analysieren konkrete Anwendungsfälle und prüfen, wie Menschen, Aufgaben und Systeme zusammenwirken – von der manuellen Tätigkeit über teilautomatisierte Schritte bis zu vollständig digital ablaufenden Prozessen. Dabei identifizieren wir Medienbrüche, unnötige Schleifen und Optimierungspotenzial, um Abläufe effizienter, transparenter und besser automatisiert zu gestalten.

Mit dieser Betrachtung verstehen wir:

- Wie einzelne Prozessschritte tatsächlich ablaufen
- Wo Automatisierung sinnvoll und wirtschaftlich ist
- Welche UseCases schnell Verbesserungen bringen
- Wie Mensch und System optimal zusammenspielen



So entsteht ein klares Bild, welche Prozesse modernisiert werden müssen – und wie wir sie schrittweise in eine effiziente, digitale Prozesslandschaft überführen können.



Um Optimierungspotenziale klar priorisieren zu können, bündeln wir die identifizierten UseCases in vier operative Bereiche. So wird sichtbar, wo Digitalisierung den höchsten Nutzen schafft.

Kunde

Wir prüfen alle kundenbezogenen Abläufe – von der Anfrage bis zum Service – und identifizieren Chancen für Vereinfachung, Automatisierung und bessere Nutzererlebnisse.

Produktion

Wir analysieren die Schritte der Leistungserbringung, erkennen Engpässe und prüfen, wo digitale Unterstützung oder Automatisierung den Ablauf effizienter macht.

Logistik

Wir betrachten Waren- und Informationsflüsse, decken manuelle Übergaben auf und entwickeln Ansätze, um Prozesse schneller, transparenter und digital gesteuert abzuwickeln.

Payment

Wir prüfen die Zahlungsprozesse auf Sicherheit, Automatisierungsgrad und Durchgängigkeit, um einen reibungslosen und fehlerarmen Ablauf sicherzustellen.



Mit dieser Struktur können wir nachvollziehbar erkennen:

- Wie gut die einzelnen UseCases – von Kunde über Produktion bis Payment – funktionieren
- Wo Abläufe vereinfacht, digitalisiert oder automatisiert werden sollten
- Welche Prozessschritte besonders hohen Nutzen für „digital-first“ bringen
- Wie Kundenprozesse, interne Abläufe und technische Systeme optimal zusammenspielen

Prozesse können nur so effizient sein wie die Systeme, die sie unterstützen. Deshalb folgt nun die systematische Analyse der eingesetzten Anwendungen und ihrer Integration.

ERP

Wir beurteilen, ob das ERP die kaufmännische Steuerung zuverlässig trägt oder durch manuelle Arbeit, doppelte Datenhaltung und Funktionslücken ausbremst.

Onlineshop

Wir analysieren, ob Produktdaten, Preise, Lager und Bestellungen automatisiert und fehlerfrei durchlaufen oder ob Integrationslücken den Prozess stören.

CRM

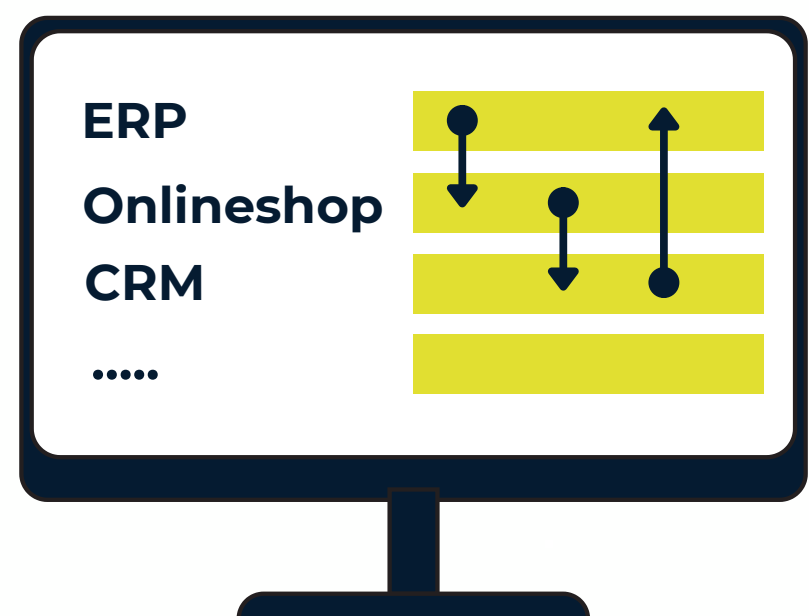
Wir prüfen, ob das CRM Vertrieb und Kundenmanagement effektiv unterstützt – und wo fehlende Daten, unklare Prozesse oder mangelnde Automatisierung Wirkung kosten.

Weitere Systeme

Wir identifizieren alle eingesetzten Anwendungen und bewerten ihre Relevanz: integriert, redundant, ineffizient oder modernisierungsbedürftig.

Mit dieser Struktur können wir nachvollziehbar erkennen:

- Wie gut die verschiedenen Systeme zusammenarbeiten
- Wo Datenfluss, Schnittstellen oder Prozesse verbessert werden müssen
- Welche Systeme modernisiert, integriert oder vereinfacht werden sollten
- Wie technische Lösungen den Gesamtprozess optimal unterstützen



Aus der Kombination aller vorangegangenen Perspektiven – Prozesse, Systeme, Organisation, People und Geschäftsmodell – entsteht ein klar definiertes Zielbild.

Kunde

Ein durchgängig digitaler, transparenter und schneller Kundenprozess – von der Anfrage bis zum Service – mit klaren Informationen und minimalem Aufwand.

Produktion

Eine schlanke, gut vernetzte Produktion mit klaren Abläufen, reduzierten manuellen Schritten und hoher Transparenz über den gesamten Wertschöpfungsfluss.

Logistik

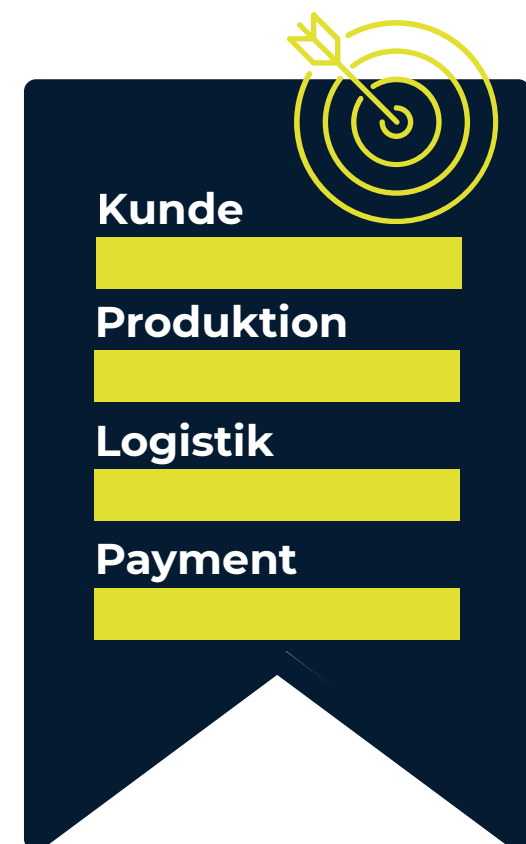
Ein effizienter, automatisierter Waren- und Informationsfluss, der Bestände, Lieferungen und Prozesse zuverlässig und in Echtzeit abbildet.

Payment

Ein durchgängiger, sicherer und automatisierter Zahlungsprozess – fehlerarm, schnell und ohne manuelle Nachbearbeitung.

Mit diesem Zielbild können wir nachvollziehbar erkennen:

- Wie jeder Bereich – Kunde, Produktion, Logistik und Payment – zukünftig optimal funktionieren soll
- Wo Prozesse vereinfacht, automatisiert oder klarer strukturiert werden müssen
- Welche digitalen Maßnahmen den größten Nutzen für Effizienz, Transparenz und Kundenerlebnis bringen
- Wie die Bereiche besser zusammenspielen, um einen durchgängigen Wertfluss zu schaffen



VOM BEFUND ZUR UMSETZUNG



**Der Zukunftsfähigkeits-Check liefert Ihnen Klarheit.
Im nächsten Schritt geht es darum, Entscheidungen zu treffen.**

In einem 30-minütigen Gespräch zeigen wir Ihnen:

- welche Engpässe zuerst gelöst werden sollten
- wo Digitalisierung sofort Wirkung zeigt
- welche Systeme und Prozesse Priorität haben
- wie Sie Schritt für Schritt vorankommen — ohne Überforderung

Jetzt Gespräch vereinbaren

Tel.: +49 69 2475448-40

E-Mail: kontakt@sinkacom.de

Website: www.sinkacom.de



Andreas Köninger
Vorstand

