

SONSTIGES Digitalisierung

Digitalisierung... was ist das eigentlich?

Es gibt massig Definitionen für „Digitalisierung“... einfach weil das so ein geiles Marketing-Speech ist... oder, weniger prosaisch: Bullshitbingo oder Buzzword, also eine leere Worthülse.

Es gibt eigene anerkannte Inhalte für Digitalisierung, je nach Fachgebiet. In der KFZ-Branche z.B.: Digitalisierung des Bestellprozesses, Der Beschaffung, autonomes Fahren, Fertigung („Losgröße 1“).

Dieser Artikel hier beschäftigt sich aber mit dem Thema Digitalisierung im Umfeld der Anwendungsgebiete von Navision / Dynamics NAV / Business Central.

Hier bedeutet Digitalisierung immer „Jemand anderes macht die Arbeit“, also im weitesten Sinne die Automation von Geschäftsabläufen. Es muss aber nicht immer eine Automatisierung dahinter stecken. Es kann sich auch um die Auslagerung einer Tätigkeit auf z.B. den Kunden ([Bestellungen per Webshop](#) oder [per App](#) ausführen statt Anruf oder Fax) oder den Lieferanten (Rechnungen per Mail schicken statt diese selber einzuscannen -zu „Digitalisieren“-).

Insofern ist **Digitalisierung** nichts anderes als **Rationalisierung** oder **Automatisierung**. Doch die hat es durchaus in sich! Wer will schon im 21. Jahrhundert noch Kontoauszüge abtippen oder Bestellungen durch einen Gang durch das Lager erstellen? In der Zeit kann man wertvollere Arbeit mit mehr Abwechslung erbringen. Mechanische Tätigkeiten sollten automatisiert werden. Wie früher der Webstuhl! Kennen Sie jemanden der heute noch an einem rein mechanischem Webstuhl sein Geld verdienen *möchte*? Achtung! Mitarbeiter in einem Völkerkundemuseum zählen nicht ☐

Beispiele für Digitalisierung im Umfeld von Navision

(Die Überschriften sind anklickbar und bringen Sie tiefer in das jeweilige Thema)

[Eingangsrechnungen](#)

[Kundenbestellungen per Webshop](#)

Nun... im letzten Jahrhundert galt [der Webshop](#) als das Mass aller Dinge: Jede Firma ohne Webshop würde binnen weniger Jahre pleite gehen. Das ist natürlich nicht so eingetreten. Ein Webshop kann im wesentlichen für 3 Einsatzzwecke geplant werden:

- Bestellungen von Industriekunden bei Ihnen
- Bestellungen von Endkunden bei Ihnen
- Bekanntmachen ihrer Produkte

Den ersten Punkt vergessen Sie bitte gleich wieder. Niemand, der selber eine Warenwirtschaft einsetzt, und noch ganz bei Trost ist, wird bei Ihnen in ihrem Webshop bestellen. Das passt einfach nicht in seinen Arbeitsablauf. Lieber wird er Ihnen ein Fax senden. Wie im letzten Jahrhundert. [Siehe EDI](#)

Für Endkunden ist ein Webshop immer noch eine gute tolle Sache. Achten Sie darauf den gesamten Suchvorgang, Bestellprozess und auch die Zahlung so komfortabel und schnell wie nur möglich zu gestalten. Denken Sie daran: Otto, eBay und natürlich Amazon sind nur einen Klick entfernt!

Denken Sie bei jeder Entscheidung daran: Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Das meint: Wenn der Kunde Paypal will, dann geben Sie ihm, verdammt noch mal, auch Paypal!

Und denken Sie auch dringend über die Option nach ihm für die Zukunft eine App aufs Handy zu geben. Für die Zukunft. Dazu muss er sie aber erst einmal gefunden haben. Und damit kommen wir zum wichtigsten Punkt:

Zum Bekannt werden. Stichworte SEO-Optimierung, Google Sichtbarkeit. Hierfür ist ein Webshop auch heute noch geradezu Pflicht. Und wenn Sie hauptsächlich Produkte und Dienstleistungen anbieten, die sich an Industriekunden wenden, dann ist eine ständig sichtbare Kontaktmöglichkeit per Mail & Telefon vieeel wichtiger als Paypal!

Kundenbestellungen per App

Beobachten Sie einmal ihr eigenes Einkaufsverhalten. Bestellen Sie bei Amazon auch mal auf dem Handy? Oder nutzen Sie eBay Kleinanzeigen auf dem Handy? Vielleicht sogar schon die Alexa („Alexa, setz Seife auf die Liste“) Einkaufsliste? Ein Handy ist heute kein Telefon mehr. Ein Handy ist ein tragbarer Computer mit Telefonfunktion. Also... packen Sie auch ihre Bestellmöglichkeit für ihre Endkunden in eine App! Für den Kunden bedeutet dies: Überall, zu jeder Zeit bestellen. Kein Computer hochfahren, keine Anmeldung, kein Shop-Login. Handy aus der Hosentasche, Artikel aus praktischer Liste auswählen, bestellen, fertig.

Bestellungen per EDI/OpenDoc/Mail

Bestellen Sie per Webshop bei Ihren Lieferanten? Vermutlich nicht. Das ist viel zu Aufwändig. Was machen Sie statt dessen? Faxen! Email! Automatisch aus dem Computer! Total einfach!... Totaler Quatsch!

In der EDV nennen wir das „Medienbruch“. Ein bereits digital vorliegendes Datum (Die Bestellung) wird dabei in etwas anderes konvertiert. In ein Fax, in ein Telefonat, Und dann? Dann wird es am anderen Ende der Leitung wieder - meist von Hand!- in einen Computer eingetippt.

Übertragungsfehler, Missverständnisse, besetzte Leitungen – all das gehört fest zu Medienbrüchen. Also: Weg damit? Lassen Sie ihre Kunden elektronisch bei Ihnen bestellen, ohne Medienbruch. Per EDI, per OpenDoc, notfalls per normierter Mail... nur halt elektronisch lesbar, so das der Zielcomputer diesen Beleg direkt, ohne einen Menschen mit Tastatur & Monitor, bearbeiten kann.

„Aber meine Mitarbeiter machen...“ – Dann sind wir beim nächsten Anachronismus. Ihre Mitarbeiter führen Prüfungen durch, wie z.B. Lieferfähigkeit, Schutz vor Lagerabverkäufen, ungewöhnliches Bestellverhalten. Dinge, die Sie vorher mühsam erarbeiten mussten. Keine Warenwirtschaft ist so gut dafür geeignet diese Prüfmuster zu automatisieren wie Navision! Und... Dann kann auch kein „Neuer“ vergessen das Kreditlimit zu beachten.

Überweisungen/Zahlungen

Verabschieden Sie sich von Avisen! Jedes Avis, egal ob „hypermodern per Email“ oder ganz traditionell per Fax oder sogar per Briefpost, ist pure Arbeitszeitvernichtung. Nicht nur bei Ihnen. Auch bei ihrem Zahlungsempfänger! Stellen Sie ihr Überweisungssystem, z.B. OP+ (OP plus), so ein das maximal 6 (guter Wert) Rechnungspositionen in einer Überweisungsposition enthalten sind. So kann Navision / Business Central zu jedem Betrag direkt elektronisch die zugehörigen offenen Posten mit geben. Das gleiche gilt für Ihre Kunden: Drängen Sie auch diese dazu ihren Zahlungsverkehr genauso einzustellen. Faustformel: Lieber viele Überweisungspositionen als auch nur ein einziges Avis.

Zahlungseingang

-Bearbeiten Sie noch Avise ihrer Kunden? Weg damit! Drängen Sie darauf das Ihr Kunde seinen Zahlungsverkehr so einstellt, das Sie alle nötigen Daten im Kontoauszug erhalten. [Siehe auch Überweisungen](#)

Wir sind nun in einer „post Corona“ Zeit, in der sich gerade

solche Vereinfachungen leicht durchsetzen lassen. Notfalls schicken Sie ihrem Kunden den link auf diese Seite hier um Ihn zu überzeugen.

-Kontieren Sie ihre Kontoauszüge noch von Hand? Dann fahren Sie sicherlich privat auch einen Wagen mit Holzvergaser und nehmen statt dem ICE lieber die Postkutsche. Tun Sie sich das nicht an! Mit [meiner MT940 Einlesung](#) oder einem sauber konfiguriertem OP Plus (OP+) (auch da helfe ich Ihnen gerne) kontieren Sie locker leicht 80% der Kontoauszugszeilen automatisch in Navision / Business Central. Und bekommen dabei auch gleich mindestens 80% der OP-Ausgleiche vollautomatisch. Es gibt wahrlich schöneres als Kontoauszüge einzutippen.

[Bestellvorschläge](#)

„Unser Bestellvorgang ist so kompliziert, das kann kein Computer“. Unsinn! Kundenspezifische Bedarfe (Einmalartikel, Kundendrucke), Saisonartikel (Osterhasen, Weihnachtsmänner)? Es gibt für (nahezu) alles eine IT-Lösung. Und wenn es doch nicht 100% sind, so kann man zumindest die 95% der Bestellvorschläge vom Computer erstellen lassen, und der Einkäufer hat nun extra viel Zeit um sich so richtig um die Spezialfälle zu kümmern, Alternativlieferanten zu finden, Preisverhandlungen zu führen.