

OCM CASE STUDY

Veränderung des Geschäftsmodells

Auf einen Blick

Ein globales Premium- und Luxusmodeunternehmen mit über 50.000 Mitarbeitenden und mehr als 2.000 Retail-Stores startete eine Transformation zur Steigerung der operativen Effizienz durch weltweite Standardisierung und Automatisierung von Prozessen und Systemen. Der OCM-Ansatz konzentrierte sich auf Rollenveränderungen, Anpassung von Organisationsstrukturen und die Stärkung der Teamwirksamkeit – sowohl in der Zentrale als auch in den Märkten.

Hauptmerkmale

Personenzentrierter OCM-Ansatz mit technologie- und KI-gestützten Tools zur Beschleunigung der Adoption. Starker Fokus auf emotionale Sicherheit, Vertrauen und Zugehörigkeit zur Stärkung des Teamvertrauens. Konsistente Kommunikation eines klaren Zukunftsbildes.

XLA

 Experience Level Agreement für das Messen von Stimmungsbildern und Change Readiness

DAT

Digital Adoption Tools zur Vereinfachung von Trainings und reduziertem Aufwand

HERAUSFORDERUNGEN

Die tiefgreifende Veränderung des Geschäftsmodells brachte Rollenveränderungen und Reorganisationen in vielen Teams mit sich, während gleichzeitig neue Prozesse, Systeme und Arbeitsweisen eingeführt wurden. Die geographische und kulturelle Vielfalt der Zielgruppen stellte eine Herausforderung für eine konsistente Echtzeit-Kommunikation und nachhaltige Beteiligung dar.

OCM ANSATZ

Die OCM-Strategie konzentrierte sich auf zwei Gruppen: (1) Teams mit signifikanten Rollenveränderungen und Umstrukturierungen, (2) Teams mit geringen bis keinen Rollenveränderungen. Kritische Erfolgsfaktoren waren wie folgt:



Executive Leadership in HQ und in den Märkten sowie Führungskräfte als Change Leader.



Stärkung der Change-Leadership-Kompetenzen der Führungskräfte für nachhaltigen Erfolg



Perspektivwechsel weg von 'bug fixing' hin zur Gestaltung einer zukunftsfähigen Organisation.

MEHRWERT

1

Mehrwert Nr. Eins

Breites Verständnis für das Potenzial und die Vorteile des veränderten Operating Models, der Standardisierung von Prozessen und Systemen sowie der Automatisierung.

2

Mehrwert Nr. Zwei

Hohe Akzeptanz und klares Rollenverständnis in Teams mit signifikanten Veränderungen von Rollen und Strukturen. Klares Verständnis von Zielen und zukünftigem Erfolg.

3

Mehrwert Nr. Drei

Umfassendes Verständnis der Transformation – nicht nur als IT-Upgrade oder Systemeinführung. Technologie wird als Treiber des Wandels verstanden.



Natsuko Hara
changeadvisory (freelance)
E.: natsuko@changeadvisory.de

