

INTERREG V-A Ausztria-Magyarország Program

A TRENDIG projekt (ATHU158) az INTERREG V-A Ausztria-Magyarország program keretében, az Európai Regionális Fejlesztési Alap támogatásával valósul meg.

TRENDIG

Új, határon átnyúló értékláncok kiépítése a digitalizációs trendek és eszközök segítségével

OT 2.1

Határon átnyúló modellfejlesztés TRENDIG

Tudástranszfer típusú együttműködés

ÖSSZEFOGLALÓ

2022 DECEMBER



 **Bundesministerium**
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



T2 Összefoglaló

A TRENDIG-formátumok révén a különböző rendezvényformátumok egymásra épülő és egymásba kapcsolódó átfogó koncepciója került kidolgozásra, amely az együttműködés új formáit segíti elő regionális és határon átnyúló szinten.

Az átfogó koncepció hatása

- A digitális együttműködés új formáit a projektpartnerek a digitalizációs szakértőkkel együtt tesztelték a TRENDIG-hálózatban és a mindennapi projektéletben.
- A hibrid/online eseményformátumok strukturált folyamatai és a technikai szempontok mellett a projektpartnerek online lehetőséget teremtettek a rendezvények résztvevői közötti informális beszélgetések és kapcsolatépítés számára is.
- "tanulási partnerségek" - Az összes célcsoport intenzív bevonása és a projektpartnerek folyamatos kommunikációja, valamint a regionális és határon átnyúló rendezvények (34) keretében megvalósított különböző formátumok (jelenléti/hibrid/online) hozzájárultak új ismeretek és know-how létrehozásához, valamint a trendekkel és a digitalizációval kapcsolatos tudatosság növeléséhez.
- A digitalizációs szolgáltatók, mint célcsoport, új tudatosságot alakítottak ki a különböző iparágak és ágazatok kisvállalkozásainak valós igényeivel és követelményeivel kapcsolatban a digitalizáció területén.

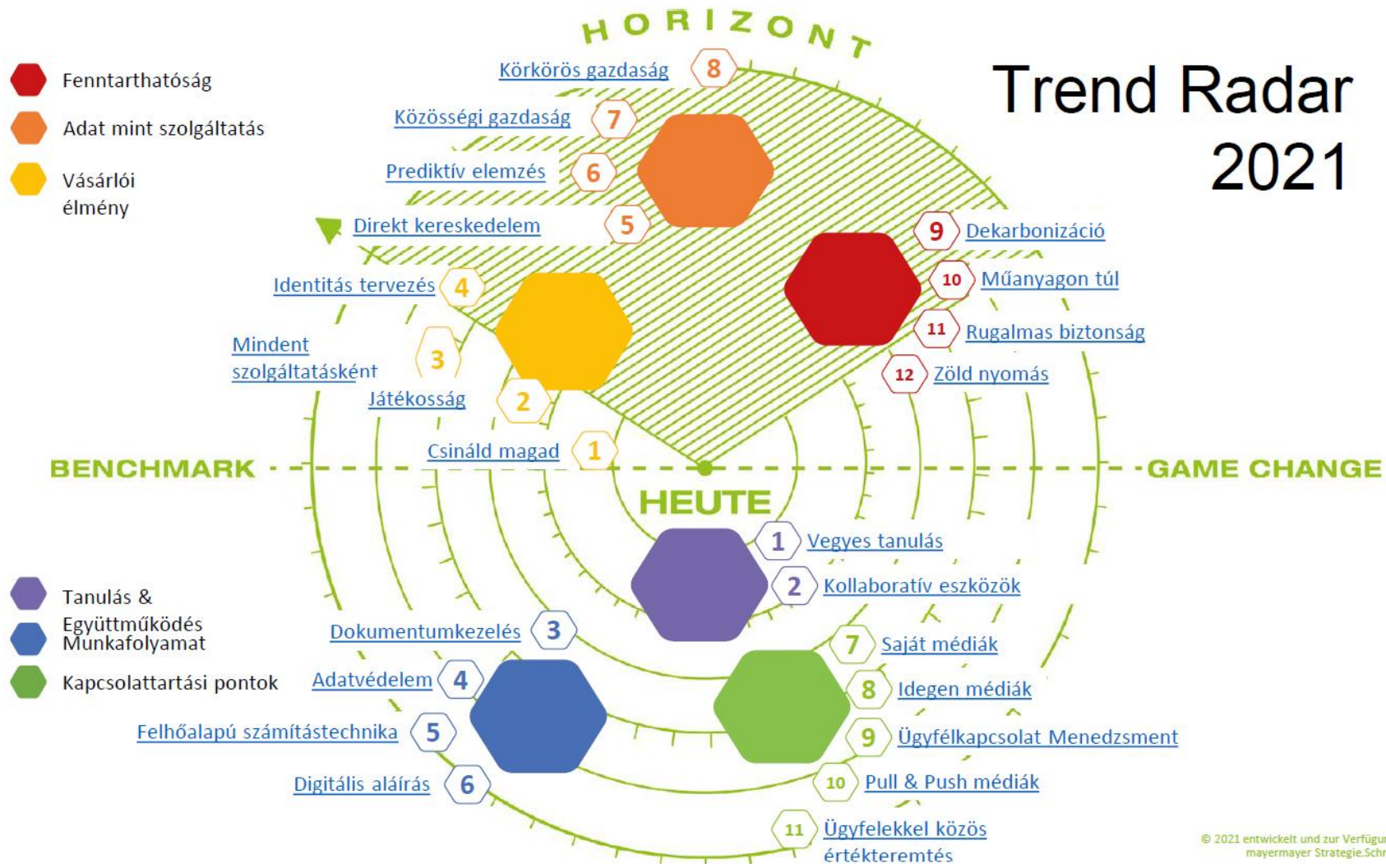
Módszer és az átfogó koncepció alapjai

A korábbi tevékenységek (a kisvállalkozások körében végzett felmérés a digitalizálás helyzetéről és a trendelemzés-trendfeltérképezés) eredményei beépítésre kerültek a kidolgozott rendezvény formátumokba. A trendtérképezés eredményei grafikusán egy ún. "Trend Radar" formájában került ábrázolásra. A tájékozódás eszközeként a projektpartnerek két célterületet határoztak meg: 1) a „házi feladatok” (tanulás és együttműködés, munkafolyamatok és kapcsolattartási pontok) és 2) a versenyelőnyök területe (fenntarthatóság, adat mint szolgáltatás és ügyfélművelés). A trendradar 24 kérdéssel került kiegészítésre a kisvállalkozások digitalizációs helyzetének elemzése alapján azonosított témakörökre vonatkozóan. Ez a kérdőív minden formátumban használható eszközként.

A határon átnyúló együttműködés kiépítése lépésről lépésre

<p>Felméréselemzés - digitális fittség a kisvállalkozásokban</p> <p>(a cselekvési területek és témák ennek eredménye alapján kerültek azonosításra)</p>	<p>A hálózat felépítése és kommunikáció</p> <p>A hálózat résztvevői</p> <p>vállalkozástámogató szervezetek, szakértők és kisvállalkozások</p>	<p>Regionális és határon átnyúló tájékoztató rendezvények szervezése</p>	<p>A Digithonok megvalósítása (együttműködési formátumok)</p> <p>Kapcsolódó webináriumok</p>	<p>Follow up / Utánkövetés</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Trend-térképezés /Trend Radar - Tevékenységi területek - 24 kérdésből álló kérdésgyűjtemény 	<p>Vállalkozások akvizíciója</p> <p>Kommunikáció az érdekelt vállalkozástámogató szervezetekkel</p> <p>Tanulási partnerségek</p>	<p>Információs rendezvények</p> <p>Regionális workshopok</p> <p>Határon átnyúló rendezvények - Jövőbeli témák, trendek, digitalizációs példák</p>	<p>Szakértők bevonása</p> <p>Online eszközök használata, mint például Spatial, Zoom, Whiteboard, Miro, Mural;</p> <p>H.á.-kapcsolatépítő rendezvények</p>	<p>További megbeszélések</p> <p>Új regionális és határon átnyúló kapcsolatok</p>
<p>www.Trendig.info</p>				
<p>Partnerségen belül -- Az érdekelt felek felvétele és meghallgatása - közös eszköz online adatbázis Google Drive használata</p>				

Trend Radar 2021



© 2021 entwickelt und zur Verfügung gestellt von mayermayer Strategie.Schmiede

Trend Radar mint központi „tájékoztató pont”

A Trend Radar a kisvállalkozások digitalizációs helyzetéről készült trendtérkép és felmérés/elemzés eredménye. A Trend Radar egy pillanatfelvétel: a konkrét témák a projekt során tovább fejlődtek. A Trendig-formátumok független folyamatok, amelyek az adott aktuális témákhoz használhatók.

Perspektíva „Házi feladat” – 24 Kérdésből álló kérdésgyűjtemény

A „házi feladatok” olyan témák, amelyek relevánsak és potenciált tartalmaznak a célcsoport számára, de nem generálnak új versenyelőnyöket a piachoz képest. Előnye: már vannak olyan eszközök, amelyek segítenek ebben; a megvalósításhoz szükséges erőfeszítések már felmérésre kerültek.

Perspektíva „Versenyelőnyök”

A versenyelőnyök között olyan témákra fókuszáltak a partnerek a projekt megvalósítása, illetve a különböző rendezvények során, amelyek jelenleg minden iparágban piaci előnyöket biztosítanak, függetlenül a vállalat méretétől vagy a digitalizáció jelenlegi állapotától. Hátránya: sok a lehetőség és kevés a tapasztalat - a legtöbbek számára a megvalósítás csak álom.

A cél az, hogy a projektbe bevont vállalkozások kapcsolatba kerüljenek a trendekkel. A hangsúly a következőkre helyeződik:

- Kíváncsiság felkeltése
- A perspektívák láthatóvá tétele
- Kezdeti tapasztalatok gyűjtése

Kérdőív vállalkozások számára –

Mit tapasztal az ügyfelem a termékemmel kapcsolatban?

4 lehetséges témakör

Customer Experience - Ügyfélélmény		
Általános	Hogyan optimalizálhatom az ügyfélkapcsolatomat digitális élményekkel?	1
	Mi változtatja meg a vásárlónál a termékem/szolgáltatásom használatát?	2
	Mit tapasztal az ügyfelem a termékemmel/szolgáltatásommal kapcsolatban?	3
Do-it-Yourself – Csináld magad	Mit tehet az ügyfelem saját maga a termékemmel/szolgáltatásommal?	4
Playfulness – Játékosság	Kitalálhatok egy teljesen új játékos aspektust a termékemhez/szolgáltatásomhoz?	5
Everything as a Service - Minden mint szolgáltatás	Melyik fogódzkodót vehetem le az ügyfelem kezéről?	6
Identity Design - Identitás tervezés	Hogyan járul hozzá a termékem/szolgáltatásom a vásárlóm életmódjához?	7
Data as a Service - Adat mint szolgáltatás		
Általános	Milyen információkra van szükségem és honnan?	8
Direct Trade – Közvetlen értékesítés	Milyen marketingcsatornákra van szükségem?	9
Predictive Analytics - Előrejelző analitika	Milyen adatokat használok a jövőbeli döntésekhez?	10
Sharing Economy - „Osztozó” gazdaság	Van-e a termékemnek/szolgáltatásomknak olyan közösségi haszna, amelyet meg lehet osztani?	11
Circular Economy – Körforgásos gazdaság	Milyen lehetőségeket kínál a termékem/szolgáltatásom az erőforrások megőrzésére, illetve milyen melléktermékek/kiegészítő szolgáltatások keletkeznek e célból?	12
Fenntarthatóság		
Általános	Milyen vásárlói elvárások és magatartásformák változtak?	13
Dekarbonisierung - Szén-dioxid-mentesítés	Megváltoztathatom a termékem/szolgáltatásom CO2-lábnyomát?	14
Beyond Plastic - A műanyagon túl	Milyen befolyásom van a műanyagfelhasználásra?	15
Flexicurity – Rugalmas biztonság	Hogyan tehetem rugalmasabbá és biztonságosabbá a munkát?	16
Green Pressure - Zöld nyomás	Mennyi fenntarthatóságot várnak el az ügyfeleim?	17

Touchpoints – Érintkezési pontok		
Általános	Hogyan érintsük meg az embereket?	18
Eigene Medien – Saját médiumok	Milyen digitális csatornákra van szükségem?	19
Fremde Medien – Idegen médiumok	Milyen partnerekre vagy hálózatokra van szükségem?	20
Customer-Relationship-Management – Közönségkapcsolatok menedzsmentje	Mit tudok az ügyfeleimről?	21
Pull & Push Medien – Pull & Push média	Hogyan hívhatom fel az ügyfeleim figyelmét a tevékenységre?	22
Customer Co-Creation – Ügyfél társalkotás	Milyen szorosan dolgozom együtt az ügyfeleimmel? Milyen szinergia alakulhat ki?	23
New work – Új munka	Milyen innovációs folyamatokba vonhatom be ügyfeleimet és beszállítóimat – win-win?	24