



Możliwości transformacji cyfrowej i ustalanie jej priorytetów

Niemal każda firma na świecie — niezależnie od branży, rynku i regionu geograficznego — musi mierzyć się ze skutkami transformacji cyfrowej. Te nieustające i często nieoczekiwane zakłócenia wpływają na sposób prowadzenia działalności. Światowe Forum Ekonomiczne zauważa na przykład, że „**Dawniej firmy z listy Fortune 500 potrzebowały średnio 20 lat, aby osiągnąć wartość miliarda dolarów. Zakładane obecnie start-upy z branży cyfrowej dokonują tego samego w 4 lata!**”

Choć wzmagająca się konkurencja silnie motywuje do transformacji cyfrowej, ważne są też potencjalne szanse zwiększania przychodów. Światowe Forum Ekonomiczne szacuje, że „**Wartość połączona — dla społeczeństwa i przemysłu — transformacji cyfrowej w różnych branżach osiągnie w ciągu kolejnych 10 lat wartość ponad 100 bilionów USD!**”

Prawdopodobnie wiesz już, z jakich możliwości cyfrowych może skorzystać Twoja firma. Tylko jak ustalić, które z nich natychmiast zapewnią Ci przewagę konkurencyjną albo będą mieć największą wartość biznesową przy najniższym koszcie wdrożenia? W tym raporcie omówimy najlepsze praktyki i metody, które ułatwiają ustalenie priorytetu możliwości cyfrowych oraz szybkie rozpoczęcie wdrożenia.

3 **Ustalanie celów firmy**

4 **Ustalenie wartości każdej możliwości
cyfrowej**

4 **Ocena wartości na tle zwrotu z inwestycji**

5 **Opracowanie planu działania**

6 **Wybór właściwego partnera biznesowego**

6 **Zdystansowanie konkurencji**

7 **Informacje o Hook & Loop Digital**

Ustalenie celów biznesowych

Według CIO transformacja cyfrowa to „**takie usprawnienie działań, procesów, kompetencji i modeli biznesowych, które pozwoli w pełni wykorzystać zmiany, możliwości oraz wpływ technologii cyfrowych w strategiczny i usystematyzowany sposób**”. Transformacja cyfrowa to jednak więcej niż tylko usprawnienie — dzięki niej przedsiębiorstwa mogą wyprzedzić rewolucję cyfrową i pozostać konkurencyjne w błyskawicznie zmieniającym się środowisku biznesowym. Oznacza to całkowitą zmianę paradygmatu praktyk i strategii biznesowych w odpowiedzi na możliwości stwarzane przez rozwój technologiczny.

Według Światowego Forum Ekonomicznego „**Gwałtownie spadające koszty technologii w połączeniu z prawem Moore’a sprawiają, że łączne stosowanie takich technologii, jak sztuczna inteligencja, big data, chmura oraz internet rzeczy (IoT) zmienia nasz sposób interakcji oraz prowadzenia działalności**”. My dodalibyśmy do tej listy także technologie mobilne i media społecznościowe.

Wyzwanie polega na ustaleniu, jak wykorzystać właściwe technologie do osiągnięcia celów biznesowych — które zazwyczaj zaliczają się do co najmniej jednej z trzech poniższych kategorii:

- **Wydajność operacyjna** — jak wykorzystać możliwości cyfrowe, aby świadczyć usługi i dostarczać produkty w sposób efektywny kosztowo?
- **Zaangażowanie klientów** — jak skuteczniej dotrzeć za pomocą technologii do obecnych i potencjalnych klientów? Jest to szczególnie ważne w czasach, w których tak wielu ludzi nieustannie korzysta z urządzeń mobilnych. Według badania firmy Forrester Consulting zamówionego przez Accenture Interactive „**W czasach, w których to klienci przejmują kontrolę nad sposobem interakcji z markami, firmy muszą zadbać o wysoki poziom satysfakcji klienta i oferować interesujące materiały we wszystkich kanałach oraz podczas każdego kontaktu z marką**”¹
- **Zaangażowanie pracowników** — jak wykorzystujesz technologie do zatrzymywania pracowników i wspomagania rozwoju nowych talentów? W jaki sposób wspierasz pracowników, skoro „**szczęśliwy pracownik angażuje się we współpracę, pozostaje lojalny firmie przez długi czas, opracowuje innowacje i przyczynia się do rozwoju przedsiębiorstwa**”? Więcej informacji o roli zaangażowania pracowników w transformację cyfrową znajdziesz w raporcie Perspectives „**Why digital transformation depends on workforce transformation**” (Dlaczego transformacja cyfrowa zależy od transformacji kadry pracowniczej).

Można mieć mnóstwo świetnych pomysłów. Jeśli nie są one jednak bezpośrednio powiązane z celem biznesowym, nie przyniosą firmie żadnych istotnych korzyści.

Transformacja cyfrowa pozwala przedsiębiorcom

wyprzedzić rewolucję cyfrową

i zachować konkurencyjność w błyskawicznie rozwijającym się środowisku biznesowym.

Ustalenie wartości każdej możliwości cyfrowej

Doskonałym punktem wyjścia będzie odwzorowanie możliwości cyfrowych na cele biznesowe. Dzięki temu będziesz stale dążyć do celu i wyeliminujesz pomysły, które nie przyniosą Twojej firmie żadnej wartości. Należy jednak pójść o krok dalej. Musisz precyzyjnie ustalić, co jest naprawdę ważne dla Twojej firmy.

Organizacje komercyjne, takie jak producenci, mogą chcieć zwiększyć:

- Sprzedaż
- Współczynniki konwersji
- Wartość koszyka dla klienta
- Świadomość marki wśród klientów
- Wskaźnik rentowności zapasów brutto (GMROI)
- Wartość dla akcjonariuszy

Albo zmniejszyć:

- Rotację zapasów
- Rotację pracowników
- Koszty IT

Sprzedawcy detaliczni mogą korzystać z następujących możliwości:

- Świadczenie usług i komunikowanie się z klientami w wielu kanałach
- Udostępnianie sprzedawcom informacji i recenzji produktów ukierunkowanych na edukację klientów
- Udostępnianie pracownikom sklepów oraz klientom różnorodnego asortymentu, wykraczającego poza produkty dostępne w sklepie i na zapleczu

Firmy z sektora ochrony zdrowia mogą wybrać następujące priorytety:

- Zwiększenie zaangażowania pacjentów i zachęcanie ich do częstszego przekazywania opinii
- Pozyskiwanie i utrzymywanie rodzin jako klientów sieci opieki zdrowotnej

Dla organizacji sektora publicznego najważniejsze mogą być:

- Zwiększenie zaangażowania obywateli i zachęcanie ich do częstszego przekazywania opinii
- Pozyskiwanie i utrzymywanie obywateli miasta lub regionu jako klientów

Te listy są jedynie przykładem zróżnicowanych danych metrycznych, które mogą okazać się istotne dla strategii Twojej firmy. Tylko jeśli w pełni zrozumiesz, jaka jest wartość każdej możliwości cyfrowej, będziesz w stanie zdecydować, które z nich warto realizować.

Ocena wartości na tle zwrotu z inwestycji

Kiedy już poznasz wartość biznesową wszystkich możliwości cyfrowych, musisz ustalić, jak trudne, kosztowne i czasochłonne będzie ich wdrożenie. Możliwość o najwyższej wartości niekoniecznie musi być dla firmy najkorzystniejsza. Jeśli jest to potencjalnie kosztowny projekt, którego wdrożenie zajmie kilka miesięcy, czas uzyskania zwrotu z inwestycji może być zbyt długi, aby dało się go racjonalnie uzasadnić.



W środowisku szybko zmieniających się technologii ostatnie, czego potrzebujesz, to potężna inwestycja w rozwiązanie, które może szybko stracić na aktualności i zostać zastąpione przez jeszcze nowszą technologię.

Szukaj możliwości, które mają wysoką wartość biznesową, a ich wdrożenie jest łatwe, niedrogie i szybkie.

Aby ustalić, które możliwości całkowicie lub choćby częściowo spełniają te kryteria, należy oszacować ich wartość w odniesieniu do potencjalnego zwrotu z inwestycji, jaki mogą przynieść.

W tym celu zadaj sobie kilka pytań na temat każdej możliwości.

Udzielenie odpowiedzi na niektóre z nich może nie być łatwe.

Często będzie wymagać badań i/lub dogłębnej wiedzy na temat aktualnie używanych technologii. Warto zadać sobie między innymi następujące pytania:

- Czy mogę osiągnąć ten cel z używaną obecnie technologią?
- Jakie zachodzą zależności? Czy jest to powiązane z innymi projektami?
- Ile będzie kosztować wdrożenie?
- Ile potrwa wdrożenie tego projektu?
- Jakie będą koszty stałe po zakończeniu wdrożenia projektu?

Ustal koszty każdej możliwości i porównaj z potencjalną wartością. Kiedy już to zrobisz, wybierz priorytety.

Opracowanie planu działania

Teraz — kiedy wiesz już, którym możliwościom nadać najwyższy priorytet — możesz rozpocząć prace. Zanim to jednak zrobisz, warto wykonać jeszcze jeden ważny krok, który pomoże zmaksymalizować szanse owocnej realizacji projektu. Przygotuj plan działania i uwzględnij w nim wszystkie możliwości, które chcesz wykorzystać. Dzięki temu uzyskasz schemat wizualny pokazujący kolejne etapy realizacji na przestrzeni czasu. Plan działania powinien uwzględniać następujące czynniki:

- Współzależności
- Zasoby wewnętrzne
- Współzależności powiązane z innymi firmami
- Pozostałe inicjatywy organizacyjne
- Budżety

Dzięki temu nie tylko zobaczysz szerszą perspektywę, ale też zyskasz kolejną szansę wykrycia potencjalnych konfliktów lub problemów. Taki schemat wizualny może też pomóc uzyskać akceptację najważniejszych interesariuszy. Bez akceptacji interesariuszy wdrożone projekty mogą nigdy nie zostać uruchomione ani zaadaptowane do potrzeb całej firmy.

Szukaj możliwości, które mają

**wysoką wartość
biznesową,**

a ich wdrożenie jest łatwe, szybkie i niedrogie.

Wybór właściwego partnera biznesowego

Ten proces często bywa trudny i zagmatwany — zwłaszcza jeśli nie masz praktycznego doświadczenia w planowaniu i realizacji takich strategii cyfrowych. Właśnie dlatego według zamówionego przez Accenture Interactive raportu firmy Forrester „**88% firm korzysta z usług dostawcy zewnętrznego dla co najmniej jednego komponentu transformacji cyfrowej**”¹

Potrzebujesz zatem partnera biznesowego, który jest w stanie zrobić znacznie więcej, niż tylko pomóc w opracowaniu przełomowych pomysłów i przygotowaniu atrakcyjnych schematów. Potrzebujesz partnera, który pomoże Ci ustalić strategię, ocenić wartość biznesową, opracować priorytety i plan działania, zbudować system, stworzyć prototypy, dbać o przebieg realizacji i z sukcesem zrealizować potencjał możliwości cyfrowych.

Potrzebujesz partnera biznesowego, który pomoże Ci przejść od pomysłu do realizacji. Więcej informacji na temat czterech kroków wdrożenia strategii cyfrowej znajdziesz w raporcie Perspectives „**Building a digital transformation strategy**” (Przygotowanie strategii transformacji cyfrowej).

Badanie firmy Forrester zamówione przez Accenture Interactive zawiera kilka doskonałych wskazówek:

„Znajdź partnerów biznesowych, których kompetencje będą uzupełnieniem kompetencji Twojej firmy. Nawet w kompetencjach organizacji stosujących zaawansowane rozwiązania cyfrowe pojawiają się jakieś nowe luki, ponieważ technologia nieustannie się rozwija. Nawiązanie współpracy z dostawcami zewnętrznymi i powierzenie im monitorowania zmian oraz wdrażania nowych strategii często jest o wiele tańsze i efektywniejsze czasowo niż stworzenie w firmie odpowiadającej za to komórki wewnętrznej. Znajdź partnerów biznesowych, którzy rozumieją Twoje szeroko zakrojone strategie i mają wiedzę oraz kompetencje w obszarach, w których Twoja firma nie czuje się pewnie”¹

Po zakończeniu wdrożenia należy sprawdzić, czy spełnia ono oczekiwania. Partner biznesowy powinien też być w stanie pomóc Ci zmierzyć wartość biznesową wdrożonego rozwiązania lub technologii.

Zdystansowanie konkurencji

Powszechność technologii cyfrowych oraz mobilnych przyczyniła się do ogromnego nasilenia konkurencji i sprawia, że coraz trudniej jest wyróżnić się na tle innych firm z tej samej branży. Jednakże według badania zamówionego przez Accenture Interactive i wykonanego przez firmę Forrester: „**Zaledwie 5% organizacji czuje, że opanowało i stosuje technologie cyfrowe w sposób na tyle zaawansowany, że wyróżnia się dzięki temu na tle konkurencji**”¹ To oznacza, że 95% organizacji nie korzysta z możliwości cyfrowych na tyle dobrze, aby odróżnić się od konkurentów na rynku.

Te dane pokazują nam też, że właśnie teraz jest najlepszy czas na transformację cyfrową przedsiębiorstwa. To najlepszy moment na współpracę z partnerem, który pomoże ustalić kryteria strategii transformacji cyfrowej, a następnie z sukcesem wdrożyć tę strategię.



Informacje o Hook & Loop Digital

Dzięki połączeniu szerokiego podejścia biznesowego oraz oddolnego podejścia do aspektów obsługowych firma Hook & Loop™ Digital tworzy wartość operacyjną oraz wartość dodaną dla klientów i pracowników. Wykorzystuje ona możliwości różnorodnych produktów i usług oraz stosowanych już technologii i na ich podstawie nie tylko projektuje oraz buduje ekosystemy cyfrowe dla całych przedsiębiorstw, ale też nimi zarządza. Pomagając wdrażać innowacje w skali całego przedsiębiorstwa, Hook & Loop Digital ułatwia osiągnięcie długoterminowej przewagi konkurencyjnej, która generuje popyt i umacnia lojalność.

[Dowiedz się więcej o Hook & Loop Digital](#)



*Forrester Consulting (na zamówienie firmy Accenture Interactive) — „Digital Transformation In The Age Of The Customer”, październik 2015 r.

Udostępnij ten raport:



Silver
Channel Partner

Copyright © 2019 Infor. Wszystkie prawa zastrzeżone. Tekst i projektowane znaki określone w niniejszym dokumencie są znakami towarowymi i / lub zastrzeżonymi znakami towarowymi firmy Infor i / lub podmiotów zależnych i spółek zależnych. Wszystkie inne znaki towarowe wymienione w niniejszym dokumencie są własnością ich właścicieli. www.infor.com.

Infor (Polska) Sp. z o.o., ul. Św. Filipa 23/3, Kraków, 31-150, Polska, Email: infor_pl@infor.com

INF-2257574-pl-PL-1119-1



Wał Miedzeszyński 251
04-866 Warszawa
tel. 22 740 44 44
www.i-pcc.pl