

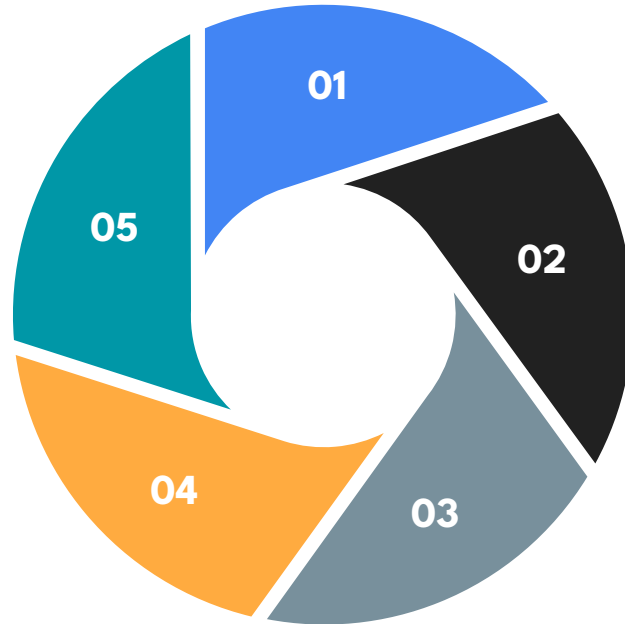
Transformare digitală pentru manageri

Aflați cum să vă conduceți organizația în era digitală

Înțelegerea perturbării digitale

Tehnologiile perturbatoare pot apărea în multe forme, inclusiv dispozitive mobile, platforme de social media, cloud computing și inteligență artificială.

Perturbarea digitală este determinată de progresele tehnologice, de schimbări în comportamentul clienților și de schimbări în dinamica pieței.



Perturbarea digitală se referă la schimbările cauzate de noile tehnologii digitale și modele de afaceri.

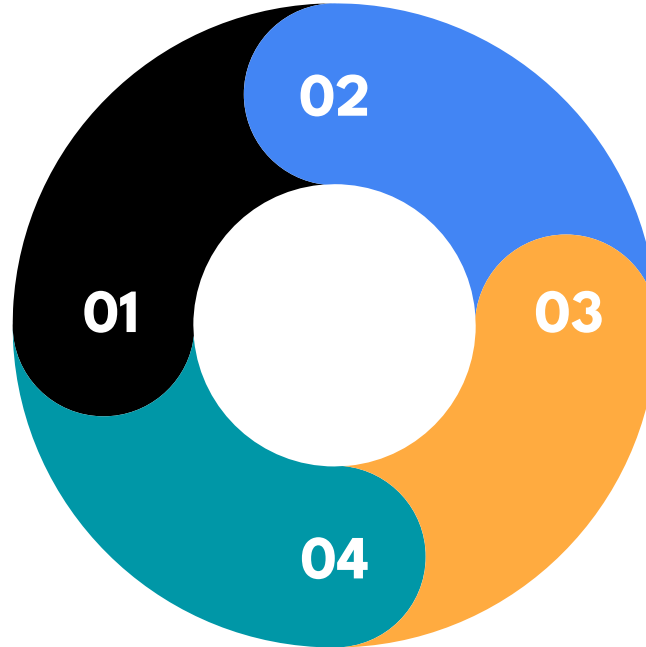
Perturbarea digitală poate afecta toate industriile, forțând companiile să se adapteze sau riscă să devină irelevante.

Managerii trebuie să dezvolte o înțelegere profundă a impactului tehnologiei asupra industriei și afacerii lor.

Dezvoltarea capacităților digitale

Întreprinderile trebuie să dezvolte și să mențină o serie de capabilități digitale pentru a rămâne competitive.

Capacitățile digitale cheie includ analiza datelor, metodologiile agile, marketingul digital și securitatea cibernetică.



Managerii trebuie să se concentreze pe construirea unui canal puternic de talente digitale pentru a dezvolta capabilități digitale în cadrul organizației lor.

Implementarea strategiilor digitale eficiente implică identificarea obiectivelor cheie de afaceri și crearea unei foi de parcurs pentru transformarea digitală.



Conducerea schimbării digitale

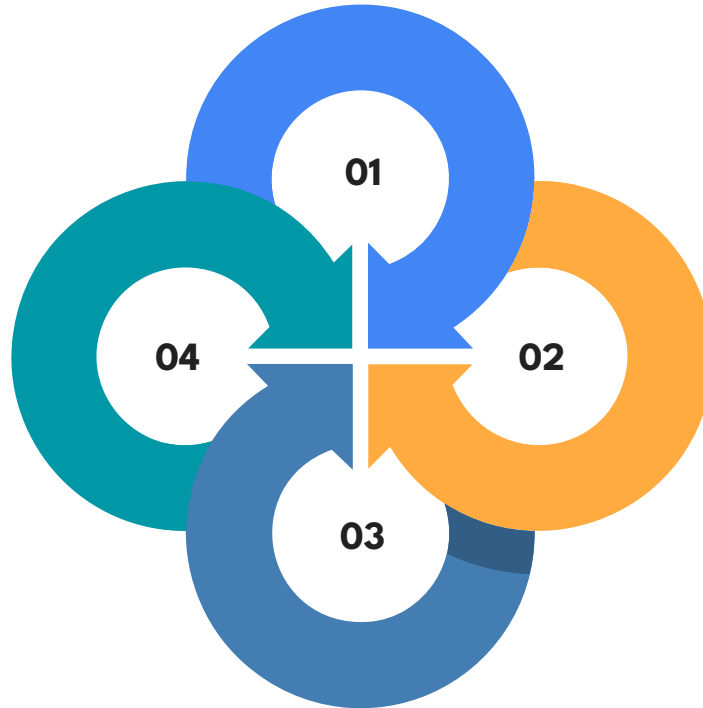
- Conducerea schimbării digitale necesită managerilor să treacă prin provocări complexe și să ia decizii dificile.
- Dezvoltarea unei viziuni clare pentru schimbarea digitală este esențială pentru succes.
- Construirea unei culturi a inovației este esențială pentru a conduce schimbările digitale



Cauzele și efectele întreruperii digitale

Schimbările în dinamica pieței, cum ar fi creșterea economiei partajate, contribuie, de asemenea, la perturbarea digitală.

Efectele întreruperii digitale pot fi observate în inovarea produselor, experiența clienților și modelele de afaceri.



Progresele tehnologice fac mai ușoară și mai ieftină dezvoltarea de noi produse și servicii.

Schimbările în comportamentul clienților, cum ar fi trecerea către cumpărăturile online, generează perturbări digitale.

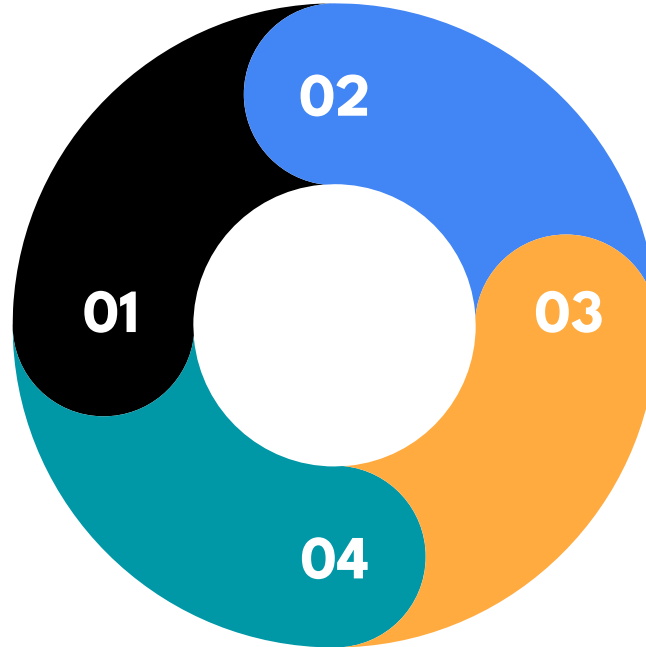
Conducerea prin perturbarea digitală

- 01** Managerii trebuie, de asemenea, să dezvolte abilitățile necesare pentru a gestiona schimbarea și a conduce inovația în cadrul organizațiilor lor.
- 02** Managerii trebuie să fie capabili să anticipeze și să răspundă schimbărilor în comportamentul clienților și dinamica pieței.
- 03** Acest lucru necesită dorința de a experimenta noi tehnologii și modele de afaceri.
- 04** Aceasta include capacitatea de a comunica o viziune clară pentru viitor, de a construi echipe agile și de a promova o cultură a experimentării și a îmbunătățirii continue.

Dezvoltarea capacităților digitale: domenii cheie

Analiza datelor se referă la procesul de colectare, analiză și interpretare a datelor pentru a obține informații și a lua decizii mai bune.

Metodologiile agile prioritizează colaborarea, flexibilitatea și iterația rapidă.



Marketingul digital se referă la utilizarea canalelor digitale pentru a promova produse și servicii.

Securitatea cibernetică se referă la protecția sistemelor și rețelelor de calculatoare împotriva accesului neautorizat, furtului și daunelor.



Construirea unui canal de talent digital

- Managerii pot construi un canal de talent digital investind în programe de formare și dezvoltare.
- Parteneriatul cu universități și asociații din industrie pentru a identifica și recruta talente de top poate fi, de asemenea, benefic.
- Crearea de oportunități pentru ca angajații să lucreze la



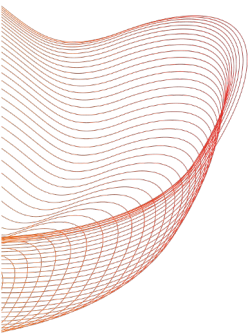


Implementarea strategiilor digitale

Managerii pot implementa strategii digitale prin valorificarea tehnologiilor digitale pentru a îmbunătăți procesele de afaceri.

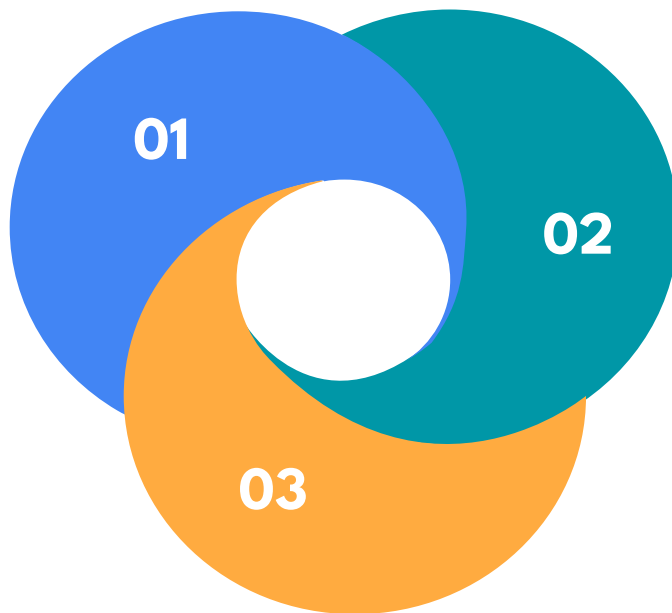
Dezvoltarea de noi produse și servicii care să utilizeze tehnologiile emergente este o altă strategie cheie.

Crearea de noi modele de afaceri care profită de oportunitățile digitale poate, de asemenea, să stimuleze creșterea și inovarea.



Dezvoltarea unei viziuni pentru schimbarea digitală

O viziune pentru schimbarea digitală ar trebui să se bazeze pe o înțelegere profundă a punctelor forte, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor organizației. O viziune oferă direcție și focalizare, aliniază părțile interesate în jurul obiectivelor comune și ajută la comunicarea beneficiilor transformării digitale.



Ar trebui să reflecte obiectivele și prioritățile strategice ale organizației.

Apariția transformării digitale

Transformarea

digitală a devenit rapid unul dintre cele mai importante și neînțelese cuvinte la modă de pe internet astăzi.

Este mai mult decât adăugarea de tehnologie la un set deja sofisticat și complex de sisteme.



Ce este transformarea digitală?

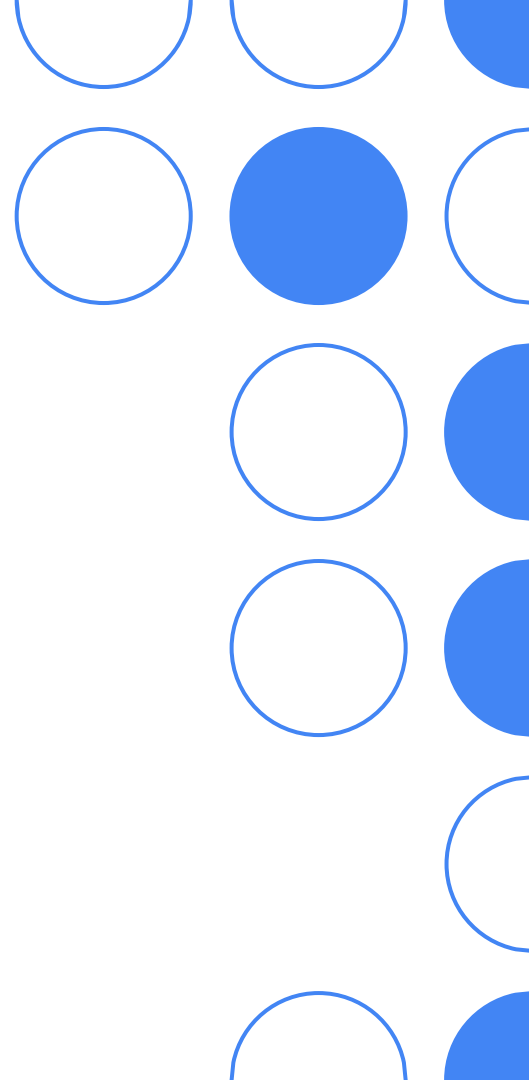
În viziunea eWeek, transformarea digitală este „adoptarea tehnologiei digitale care are capacitatea de a transforma afacerea”.

Transformarea digitală este procesul de înlocuire sau îmbunătățire a proceselor tradiționale de afaceri cu tehnologii digitale.

Scopul este de a îmbunătăți și eficientiza procesele la toate nivelurile. Într-un exemplu comun acum, multe cabinete medicale sunt fără hârtie sau se mută în acest fel. Pacienții completează documentele medicale pe o tabletă, iar înregistrările sunt migrate prin sistem digital, înlocuind dosarele de hârtie extrem de ineficiente de altădată.

Chiar și cu un exemplu relativ modest, cum ar fi trecerea de la înregistrările pe hârtie la cele electronice, transformarea digitală poate îmbunătăți dramatic modul în care companiile își servesc clienții.

Cu toate acestea, așa cum veți vedea în exemplele de mai jos, transformarea digitală poate necesita o schimbare seismică a procesului, ceea ce înseamnă investiții considerabile de timp și bani în tehnologie și personal.



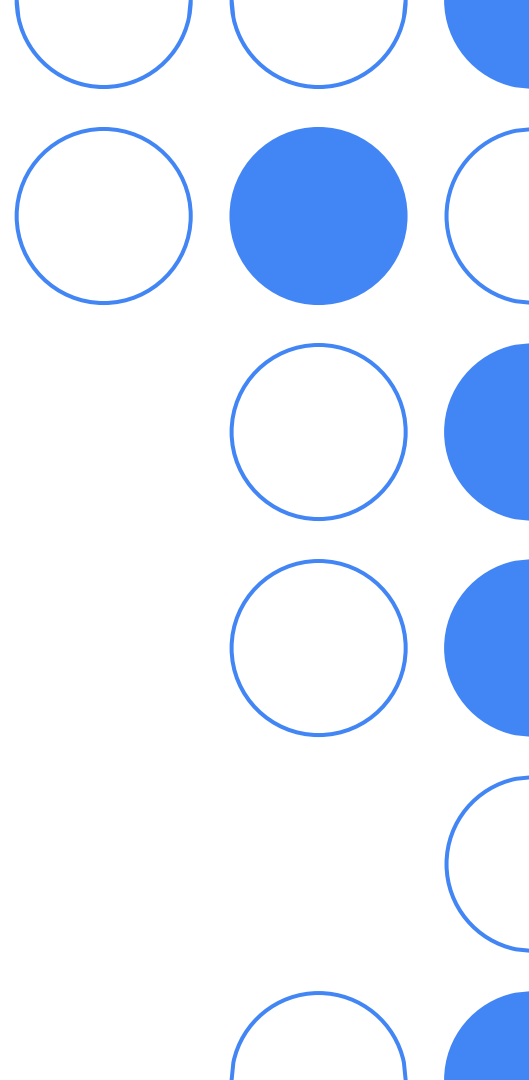
Ce este transformarea digitală?

Practic, fiecare exemplu de transformare digitală necesită o formă de cloud computing și adesea utilizează mai mult de un furnizor de cloud.

Cu siguranță, majoritatea exemplurilor necesită învățare automată, un element semnificativ de analiză a datelor și, din ce în ce mai mult, sprijin din partea software-ului de inteligență artificială.

Inutil să spun că majoritatea afacerilor nu pot realiza această transformare pe cont propriu; vor trebui să colaboreze cu companii de transformare digitală pentru a-și spori șansele de succes.

Dar, deoarece avantajele sunt atât de mari, chiar și investițiile profunde sunt de obicei justificate. Pe termen lung, multe implementări de transformare digitală devin exemple de succes.

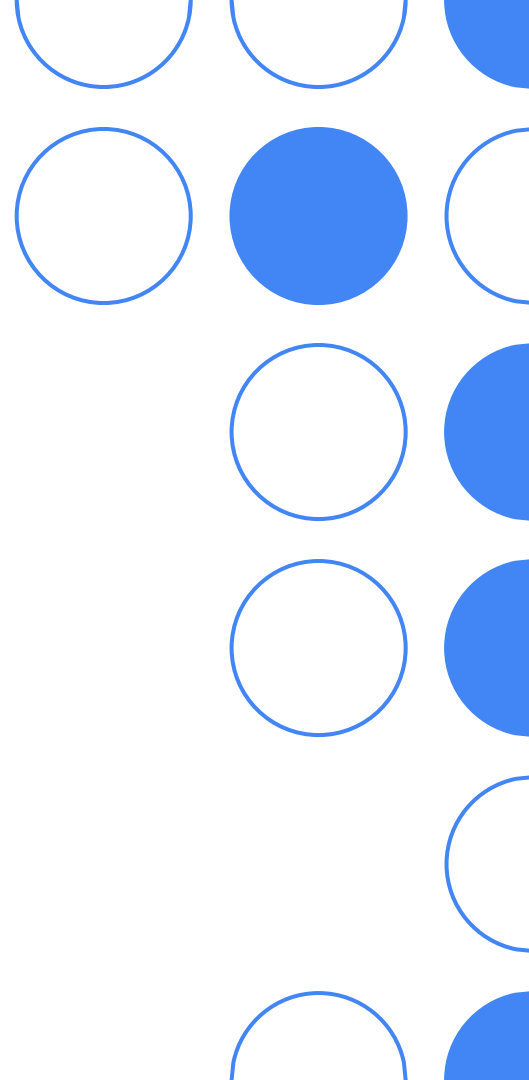


Ce este transformarea digitală?

Exemplele de transformare digitală includ modernizarea IT, cum ar fi trecerea la un mediu cloud, pregătirea de la distanță, recalificarea angajaților, implementarea automatizării pentru a accelera asistența și serviciile pentru clienți și utilizarea informațiilor bazate pe inteligență artificială pentru a îmbunătăți eficiența vânzărilor.

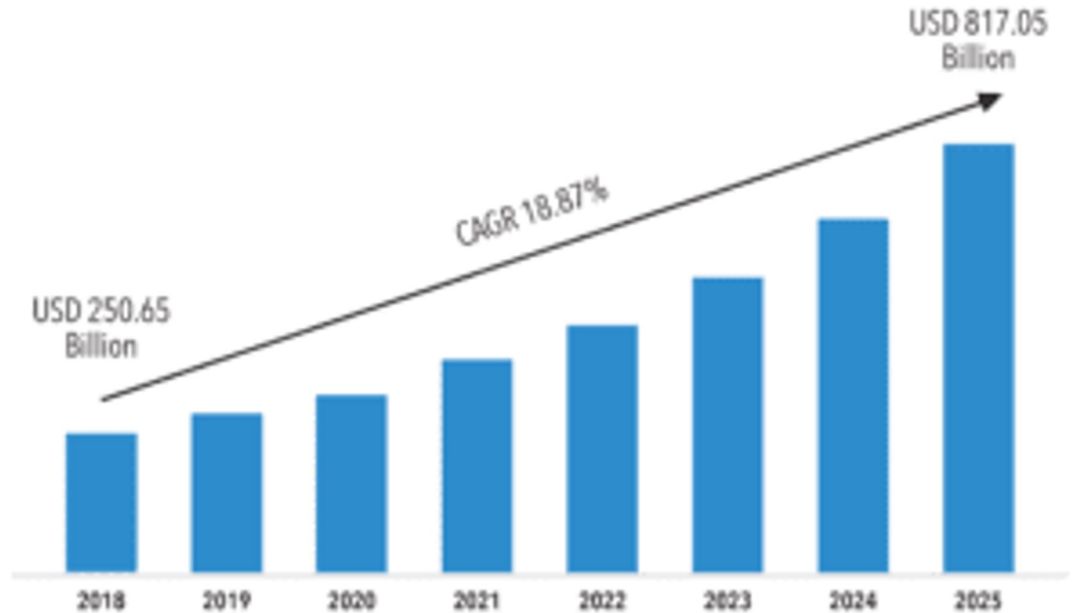
Există nenumărate exemple din viața reală de companii care trec prin transformare digitală în diverse industrii, cum ar fi finanțele, sănătatea, telecomunicațiile, producția, construcțiile, logistica și multe altele pentru a reinventa cazuri specifice de afaceri sau a-și reinventa organizația de sus în jos.

.



Având în vedere numeroasele exemple de succes, nu este surprinzător faptul că piața serviciilor de transformare digitală este estimată să depășească 800 de miliarde de dolari până în 2025.

Sursa: MarketResearchFuture.

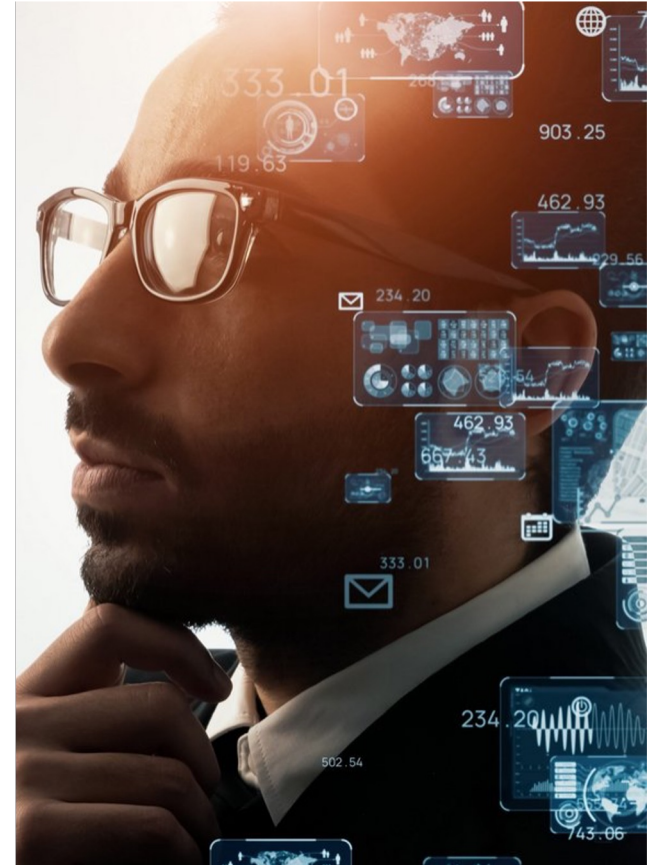


Ce înseamnă o transformare digitală de succes?

Deoarece implică adesea o transformare la scară largă și o reinventare a tuturor fațetelor unei organizații, este dificil de evaluat succesul transformării digitale.

Exemplele de inițiative de transformare digitală luate de multe organizații au cei patru indicatori de mai jos ca o călătorie către succes. Deoarece implică adesea o transformare la scară largă și o reinventare a tuturor fațetelor unei organizații, este dificil de evaluat succesul transformării digitale.

Exemplele de inițiative de transformare digitală luate de multe organizații au cei patru indicatori de mai jos ca o călătorie către succes.



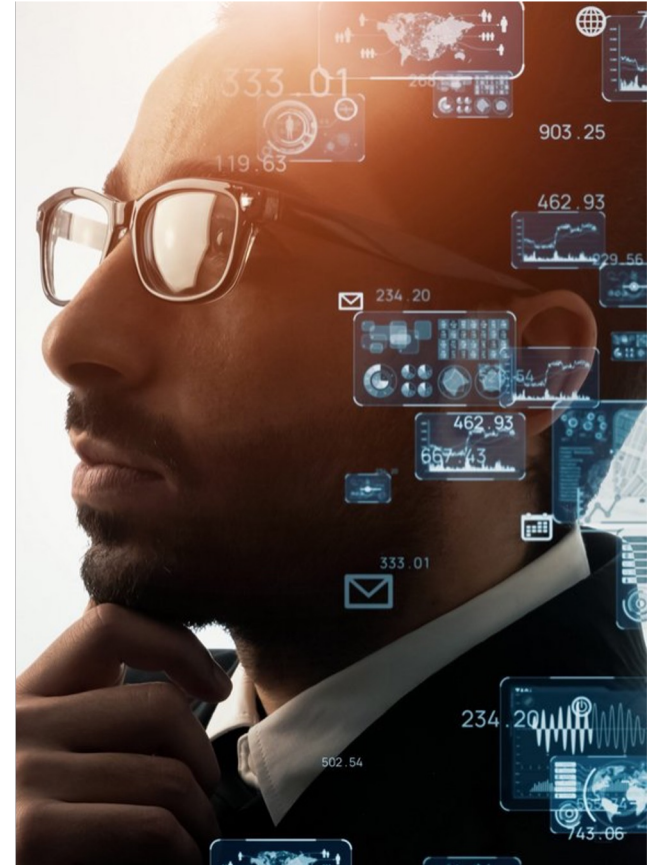
Ce înseamnă o transformare digitală de succes?

Eficiența operațională

Conform unui sondaj PTC, 40% dintre directorii de conducere consideră că eficiența operațională este cel mai mare avantaj pe care îl aduce DT. Tehnologia ajută organizațiile să găsească modalități noi și mai bune de a lucra.

Nevoile clienților

Comaniile care au implementat transformarea digitală cu succes sunt mai bine poziționate pentru a răspunde nevoilor clienților lor nu doar în prezent, ci și în viitor, pe măsură ce cererea evoluează.



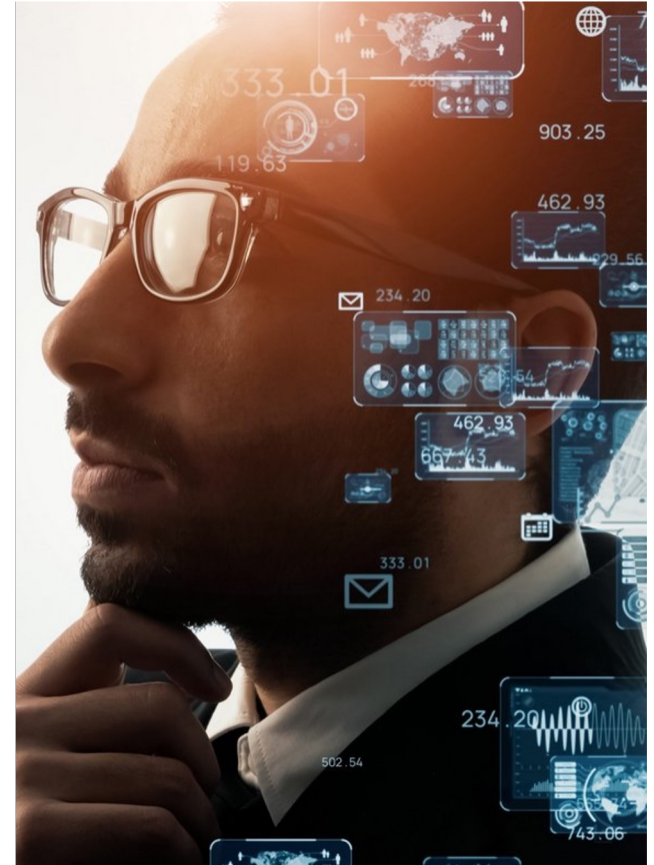
Ce înseamnă o transformare digitală de succes?

Creșterea veniturilor

Transformarea digitală are un impact definitiv asupra creșterii veniturilor. Un raport Mckinsey afirmă că companiile B2B cheltuiesc cu 10% mai puțin, în timp ce obțin o creștere de 10-15% prin transformarea experienței clienților.

Avantaj competitiv

Transformarea digitală ajută companiile să profite din plin de tehnologiile cu evoluție rapidă care le-ar putea oferi un avantaj față de concurenți, ar putea stimula inovația constantă și ar putea construi o forță de muncă mai calificată.





Depășirea provocărilor comune ale transformării digitale

Nu se numește *transformare* fără motiv.
Îți schimbi modul în care funcționează afacerea, ceea ce nu este o operație ușoară.

Iată provocările comune cu care te vei confrunta și cum să le depășești.

Echipele care trec printr-o transformare digitală trebuie:

- - să dezvăluie obiceiurile
 - să se obișnuiască cu noi structuri și modalități de colaborare
 - să se ocupe de schimbarea rolurilor
 - să dezvolte noi abilități
-



Depășirea provocărilor comune de transformare digitală

Toate acestea necesită timp și, pe măsură ce integrezi sisteme noi cu cele vechi, există riscul ca echipele să fie izolate și să apară haosul.

O modalitate cheie de a depăși aceste provocări este planificarea.

Creați o foaie de parcurs de strategie de transformare digitală în avans.

Subliniați strategia dvs. de integrare și detaliați modul în care aceasta va afecta fiecare echipă.

Odată ce ți-ai creat planul, partajează-l întregii companii, astfel încât toată lumea să-l poată folosi ca un singur punct de referință.



Depășirea provocărilor comune de transformare digitală

Utilizați un instrument de management de proiect care permite membrilor echipei să obțină o imagine de ansamblu și să vadă detalii granulare, cum ar fi sarcinile pentru care sunt responsabili.

Este nevoie de timp pentru ca echipele să se integreze și să se îndepărteze de ceea ce a avut succes în cadrul sistemului anterior, de exemplu, trecerea de la [greutatea grea la cea ușoară](#) Planificarea proiectului.

Asigurați-vă că includeți puțin spațiu de respirație în foaia de parcurs - oferiți tuturor șansa de a se obișnui cu noul mod de operare.

Depășirea provocărilor comune de transformare digitală

Ca parte a unei transformări digitale, îți vei dori ca echipa ta să dezvolte și noi abilități.

Îmbunătățiți-vă echipa prin încorporarea abilităților digitale în [planurile de dezvoltare a angajaților](#). Oferiți oamenilor oportunități de a învăța și apoi de a urmări progresul lor.

Mai multe provocări apar dacă credeți că transformarea digitală are un stadiu final.

Noi tehnologii și noi comportamente ale consumatorilor apar mereu, ceea ce înseamnă că transformarea digitală este un proces continuu. Nu este ceva ce vei finaliza într-o săptămână.

Mai degrabă, este o stare continuă de experimentare și îmbunătățire.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în retail

În 2017, Domino's Pizza a adoptat inteligența artificială și [tehnologia chatbot](#) pentru a crea o interfață conversațională cu Facebook Messenger.

Clienții care au un cont Domino's Pizza pot folosi Facebook Messenger pentru a reordona rapid o combinație de pizza comandată anterior sau o nouă serie de toppinguri.

Exemple de transformare digitală

Transformarea digitală în

comenzile cu amănuntul este simplificată și interactivă și, deoarece este legată de rețelele sociale (spre deosebire de necesitatea unui site web separat sau a unui apel telefonic), frecvența comenzilor a crescut.

Chatbot-ul folosește un sistem logic bazat pe date pentru a oferi vânzări în plus, cum ar fi reduceri strategice și produse alimentare aferente. În plus, sistemul bazat pe inteligență artificială economisește costurile forței de muncă pentru lanțul de pizza.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în retail

Acest exemplu de transformare digitală reflectă puterea AI în stimularea vânzărilor. Unul dintre punctele forte ale AI este chat-ul asemănător omului, în care un algoritm răspunde clienților în timp real folosind [NLP](#) (prelucrarea limbajului natural), chiar dacă clientul folosește un limbaj idiosincratic. În plus, AI excelează în îndeplinirea sarcinilor oboseitoare care ar extinde limitele performanței umane. Aceasta include cercetarea unor cantități mari de date pentru a căuta modele utile și alte informații – în acest caz, modele în modul în care oamenii comandă livrarea alimentelor, pentru a ușura frecarea în procesul de comandă.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în marketing

În 2012, producătorul de jucării și jocuri Hasbro și-a văzut cota de piață scăzând și a avut o epifanie. Mai degrabă decât să comercializeze către copii, a vizat părinții lor, care fac de fapt achizițiile.

Au început o nouă strategie digitală și de date, care a durat câțiva ani pentru a ajunge la implementarea completă.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în marketing

Compania a început să strângă și să exploateze datele clienților pentru a crea campanii de marketing mai direcționate, promovând atât brandurile nostalgice, cât și cele mai noi. A făcut un impuls major în mass-media online, vizând site-uri web cu cohorte mari de părinți. Această abordare online bazată pe date a oferit Hasbro un feedback mai bun și mai imediat. În 2016, compania a depășit pragul vânzărilor de 5 miliarde de dolari pentru anul și este pe drumul spre 6 miliarde de dolari în 2021.

Exemple de transformare digitală Transformare digitală în marketing

Unul dintre principalele instrumente pentru transformarea digitală în marketing sunt datele. Exploatarea datelor electronice adunate în cantități masive în [depozitele de date](#) și [lacurile de date](#) crește considerabil capacitatea liderilor de vânzări de a perfecționa campaniile.

Aceasta implică de obicei software de business intelligence – un instrument de bază în transformarea digitală – care permite direcționarea precisă în funcție de criterii demografice.

Exemple de transformare digitală

Transformarea digitală în

instituțiile bancare din sectorul financiar, cum ar fi Wells Fargo și Bank of America, au tranzacții automatizate, chiar dacă acest lucru a necesitat gestionarea unor probleme majore de securitate și conformitate.

Aspectul fascinant al acestui exemplu este că, în loc de un exemplu limitat, băncile de retail au trecut printr-o adoptare continuă a transformării digitale în ultimele trei decenii.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în domeniul bancar

Piatra de hotar majoră în acest proces a fost adoptarea ATM-urilor; permițând clienților să obțină numerar fără asistență umană, sectorul bancar a fost lider în utilizarea [automatizării](#) pentru a economisi costurile de personal.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în domeniul bancar

Pentru un exemplu contrastant, uitați-vă la sectorul alimentar, care nu s-a mutat foarte mult la auto-casă (SCO) până în ultimii câțiva ani; la nivel global, în 2013 existau mai puțin de 200.000 de unități, o cifră estimată că va crește la 1,2 milioane de unități în 2025.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în transport

Toată această strategie logistică și centrată pe date a fost încorporată în aplicația pentru smartphone, care facilitează feedbackul comod și rapid al clienților. Din nou, aceasta este ascultarea atentă a clientului.

Exemple de transformare digitală

Transformare

digitală în transport

Există un motiv bun pentru care Uber a câștigat atât de multă cotă de piață de la companiile tradiționale de taxi în ultimul deceniu.

Uber a analizat în profunzime, bazată pe date, industria taxiurilor și a identificat toate punctele dureroase ale clienților, de la localizarea unui taxi din apropiere până la oferirea de plăți fără numerar.

Folosind un element cheie al strategiei de transformare digitală – ascultarea activă folosind date – compania a servit clienților în moduri la care nu li s-a răspuns niciodată până acum.

Exemple de transformare digitală

Transformare

digitală în transport

Acest exemplu de ascultare interactivă în timp real are ecou într-o practică fundamentală în transformarea digitală: utilizarea rețelelor sociale pentru a forma o legătură strânsă cu clienții.

Aplicația interactivă pentru smartphone este la un clic distanță de principalele platforme de social media și, în mintea multor consumatori, este aceeași lume.

În mod clar, rețelele sociale au devenit noul birou de asistență pentru clienți.

Exemple de transformare digitală

Transformare

digitală în transport

LinkedIn, Twitter și Facebook au înlocuit 800 de linii și e-mail pentru comunicarea instantanee între vânzători și clienți, gestionarea vânzărilor, litigiile și măsurarea sentimentului mărcii.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în asistența medicală

Serviciile de telesănătate precum Teladoc, MeMD, MDLive și o serie de alți furnizori permit utilizatorilor să primească îngrijiri de la profesioniștii din domeniul sănătății folosind o cameră web, diminuând nevoia de infrastructură fizică, inclusiv mai puține ore de personal petrecute pentru a sprijini sălile de așteptare.

Exemple de transformare digitală Transformare

digitală în asistența medicală

Un avantaj al transformării digitale este o concentrare mai bună asupra clientului și acest lucru este cu siguranță adevărat cu telesănătatea, care permite o îngrijire mai bună pentru pacienții din mediul rural și alți pacienți izolați.

Ca să nu mai vorbim de activarea unui format la cerere, care este mai flexibil pentru toți pacienții.

Se estimează că piața de telesănătate se va extinde de la 144 de miliarde de dolari în 2020 la 636 de miliarde de dolari până în 2028.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în asistența medicală

Gestionarea datelor și extragerea datelor sunt tendințe în creștere rapidă în domeniul sănătății, rivalizând cu ușurință telesănătatea ca exemple de transformare digitală.

Utilizarea analizei datelor pe un număr mare de înregistrări anonime ale pacienților permite rate mai mici de probleme cu medicamentele prin semnalarea problemelor consecvente la mulți pacienți.

Datele sunt, de asemenea, folosite pentru îngrijirea preventivă, care implică analizarea datelor pacientului pentru a găsi legături între problemele medicale actuale și potențiale viitoare, apoi informarea pacientului cu mult timp în avans.

Exemple de transformare digitală

Transformare digitală în asistența medicală

Gestionarea datelor și extragerea datelor sunt tendințe în creștere rapidă în domeniul sănătății, rivalizând cu ușurință telesănătatea ca exemple de transformare digitală.

Utilizarea analizei datelor pe un număr mare de înregistrări anonime ale pacienților permite rate mai mici de probleme cu medicamentele prin semnalarea problemelor consecvente la mulți pacienți.

Datele sunt, de asemenea, folosite pentru îngrijirea preventivă, care implică analizarea datelor pacientului pentru a găsi legături între problemele medicale actuale și potențiale viitoare, apoi informarea pacientului cu mult timp în avans.

Carrefour-Belgia taxează în transformarea digitală a comerțului cu amănuntul alimentar

Carrefour Belgium rulează SAP pe Google Cloud pentru a reduce riscul întreprinderii și pentru a crește securitatea și disponibilitatea, utilizând în același timp soluțiile Google Cloud pentru a consolida analiza datelor.

[Carrefour Belgium](#), parte a Grupului Carrefour și unul dintre cei mai mari băcăni din Belgia, a ocupat o poziție de lider în transformarea digitală în retail.

„Când ești responsabil de o astfel de transformare critică, vrei pur și simplu să ai cei mai buni parteneri alături de tine și cu siguranță acesta este cazul echipei Google Cloud.”

— Olivier Luxon, Chief Information Officer, Carrefour Belgia

Carrefour-Belgia taxează în transformarea digitală a comerțului cu amănuntul alimentar

„Tehnologia este vitală pentru a oferi servicii Carrefour Belgium acum și în viitor.

Acest lucru ne-a determinat să ne regândim poziția în industrie ca companie de retail digital, mai degrabă decât doar un băcan”, spune Stijn Stabel, Chief Technology Officer la Carrefour Belgium.

„Pentru a ne atinge obiectivele IT, știam că avem nevoie de o amprentă mai puternică în cloud pentru a ne permite obiectivele.”

„Când te confrunți cu sindromul mediului IT moștenit, ai două opțiuni: fie să nu treci niciodată la noi tehnologii și, în cele din urmă, să dispari, fie să-ți asumi riscul și să faci magia să se întâmple.

„Deoarece esecul nu era o opțiune, am decis să alegem a doua opțiune” spune Olivier Luxen, Chief

Carrefour-Belgia taxează în transformarea digitală a comerțului cu amănuntul alimentar

Carrefour Belgium a lucrat îndeaproape cu Google Cloud pentru a rula o serie de aplicații esențiale, inclusiv motorul său de stabilire a prețurilor și instrumentele de colaborare a angajaților.

După succesul cu aceste soluții [Google Cloud](#), Carrefour Belgia a decis să migreze aplicațiile SAP esențiale la [SAP pe Google Cloud](#).

„Am eliminat o mulțime de riscuri și am crescut foarte mult disponibilitatea sistemului și timpul de funcționare prin migrarea multor aplicații SAP la Google Cloud.”

— Stijn Stabel, Chief Technology Officer, Carrefour Belgia

Carrefour-Belgia taxează în transformarea digitală a comerțului cu amănuntul alimentar

Un lider în ascultarea și răspunsul clienților

Accentul acordat de Carrefour Belgium pe digitizarea serviciilor subliniază angajamentul companiei de a oferi clienților cele mai bune și mai avansate experiențe de cumpărături.

„Suntem o afacere care pune în primul rând clientul, iar consumatorii solicită în mod constant noi servicii digitale”, spune Stijn. „Scopul nostru este să continuăm să satisfacem și să depășim nevoile clienților noștri când vine vorba de digital. Am ales să lucrăm cu Google Cloud la scară largă datorită capacității lor de a înțelege și de a se adapta nevoilor noastre, ceea ce, la rândul său, ne permite să răspundem mai bine așteptărilor clienților.”

Carrefour-Belgia taxează în transformarea digitală a comerțului cu amănuntul alimentar

Transformarea afacerii bazată pe date

Mutând atât de multe aplicații și date SAP valoroase în Google Cloud, Carrefour Belgium deschide porțile către o platformă de analiză a datelor mai puternică și unificată, bazată pe BigQuery.

„Datele sunt cheia pentru Carrefour Belgia. Impingem mult mai mult în BigQuery, inclusiv în datele SAP, deoarece este mult mai simplu în comparație cu alte migrări de date pe care le-am făcut în trecut”, spune Stijn. „Facem progrese excelente și adăugăm multă valoare pentru afaceri datorită agilității sporite de gestionare a datelor susținută de Google Cloud.”

Carrefour-Belgia taxează în transformarea digitală a comerțului cu amănuntul alimentar

Transformarea afacerii bazată pe date

Deși o mare parte din eforturile inițiale de transformare sunt concentrate pe echipele interne, cum ar fi îmbunătățirea accesului la aplicațiile și datele SAP, compania vede, de asemenea, valoarea acestor eforturi pentru a servi direct clienții. Câștigurile de eficiență în sistemele backend se traduc și prin eliberarea de resurse pentru a perfecționa continuu serviciile pentru cumpărători.

„Adoptarea instrumentelor și metodologiei Google Cloud a schimbat jocul pentru Carrefour Belgia”, spune Stijn. „Cu Google Cloud și Google Workspace, Google a reinventat modalitățile de lucru. Soluțiile lor ne-au ajutat să navigăm în pandemia COVID-19, menținând în același timp niveluri excepționale de servicii pentru cumpărători.”

SAP on Google Cloud

Carrefour Belgium
maximizes customer
experience with SAP
data in BigQuery.



<https://www.youtube.com/watch?v=59qtOzUUPXU>
