Studiu KPMG: Majoritatea companiilor nu sunt pregătite pentru revoluția digitală

- În timp ce majoritatea companiilor sunt îngrijorate de efectele revoluției digitale, doar o mică parte din acestea sunt pregătite să îi facă față, arată un studiu internațional realizat de KPMG;
- Doar 36% dintre companii au o strategie de operare a afacerii în mediul digital aplicabilă unuia sau mai multor departamente și numai 8% dintre acestea au o astfel de strategie la nivelul întregii organizații;
- Companiile care nu adoptă tehnologii revoluționare, riscă să piardă din avantajul competitive.

Tehnologiile revoluționare din zilele noastre (spre exemplu: rețelele de socializare, telefonia mobilă și mobilitatea digitală în general, analiza datelor și serviciile de tip cloud computing) redefinesc produsele, serviciile și în general piețele și astfel transformă modul în care sunt gestionate afacerile. Similar modului in care Amazon a schimbat regulile jocului în sectorul de retail și Netffix a modificat felul în care vizionăm clipurile video, este rândul unor companii precum AirBnB și Uber să zguduie din temelii industriile hoteliere si de transport.

Un studiu recent, efectuat de consultanții companiei KPMG International care lucrează îndeaproape cu organizații ce oferă servicii pe scară largă, au descoperit că majoritatea companiilor sunt ingrijorate cu privire la revoluția digitală la care asistăm în zilele noastre, însă foarte puține sunt pregatite într-un mod adecvat să o adreseze.

“În timp ce revoluția digitală poate amenința afacerile existente, aceasta poate creea în același timp oportunitati”, spune **Mihai Rada, Director în cadrul departamentului Tehnologie, Media și Comunicații din cadrul KPMG România**. “Organizațiile care stau de-o parte și nu adoptă aceste tehnologii revoluționare riscă să piardă avantajul competitiv și vor vedea ulterior că este mult mai dificil să recupereze distanța pierdută odată ce aceste tehnologii avansează.”

Strategia digitală
Foarte multe organizații afirmă că cea mai mare provocare cu privire la transformarea digitala este determinarea punctului de plecare. Fără un plan strategic, poate fi foarte usor pentru o companie să mearga in mod greșit în mai multe direcții simultan, diluând efectul investițiilor făcute și tensionând abilitățile deja limitate existente în cadrul organizației.

Doar 36% dintre companiile prezentate în studiul de caz efectuat de KPMG au o strategie vis-a-vis de operarea afacerii în mediul digital, care se aplică unuia sau mai multor departamente din cadrul organizației. Doar 8 procente dintre organizațiile analizate au o strategie digitală aplicabilă întregii companii.

Elaborarea unei astfel de strategii presupune în primul rând definirea conceptului de “revoluție digitală” pentru fiecare nivel al întreprinderii, identificarea amenințărilor și oportunităților generate de acest concept și în ultimă instanță punerea la punct a unui plan cu privire la administrarea provocarilor apărute pe parcursul implementării.

“Elaborarea strategiei reprezintă o oportunitate pentru directorii IT și pentru clienții lor interni, de a începe să analizeze toate beneficiile pe care noile

tehnologii le pot aduce afacerii”, continuă **Rada**.

Utilizarea unui process de dezvoltare agil
Când vine vorba despre transformarea digitală, un factor crucial este viteza de reacție. Directorii IT trebuie să faciliteze trecerea rapidă de la stadiul de idee la punerea pe piață a produsului sau serviciului și la lansarea unor noi produse și sisteme.

Ca urmare, folosirea procesului de dezvoltare agilă pare să prindă din ce in ce mai mult în piață. Aproape jumatate dintre companiile reprezentate în studiu utilizează procese de dezvoltare agile în cadrul a 25% sau mai mult dintre proiectele lor din zona IT.

“În procesul de dezvoltare agil, departamentul IT si cele de business lucrează impreună la inițiativele digitale, într-un incubator sau într-un mediu de laborator, unde ideile pot fi dezvoltate și testate intr-un mod rapid”, spune **Gheorghe Vlad, Senior Manager, Consultanta in Afaceri, KPMG Romania**. “Din moment ce procesul de învățare se bazează de multe ori pe învățatul din greșeli, procesul de dezvoltare agilă îți permite să “treci rapid peste greșeli” și să faci trecerea de la idee la realitate, mult mai rapid”.

Dobândirea competențelor digitale reprezintă o provocare critica
Reacția la revoluția digitală implică implementarea unor tehnologii inovative, care necesită noi seturi de competențe, care sunt foarte cerute în zilele noastre. Majoritatea companiilor indică lipsa de competențe critice ca fiind cea mai mare provocare în acest domeniu.

“Existența unei concurențe acerbe pe piata muncii forțează organizațiile să fie inteligente cu privire la modul în care achiziționează abilitățile necesare”,

continuă **Vlad**. “Unele îmbunătățiri pot veni din interior, prin dezvoltarea și pregătirea personalului IT existent, prin recrutarea de la alte departamente sau prin valorificarea centrelor de excelență care pot exista în cadrul organizațiilor. Companiile pot de asemenea să recurgă la angajarea directă a competențelor necesare, pot externaliza nevoia de personal la alți contractori sau pot recurge la achiziții strategice. De obicei, este nevoie de o combinație a acestor optiuni pentru a obține rezultate maxime din eforturile depuse în procesul de transformare digitală.”

Progres prin turbulențe

Ce pot face organizatiile pentru a prospera într-o era a revoluției digitale? Cel mai important lucru pe care un CIO îl poate face este să-și asume rolul de lider de-a lungul procesului de transformare a întreprinderii intr-o afacere digitală agilă.

“Perspectiva unică de ansamblu a unui CIO oferă acestora o privire asupra necesităților tehnologice și informaționale a fiecărei părți din organizație”, spune **Mihai Rada**. Un CIO poate adăuga valoare companiei prin îmbinarea acestei perspective cu propriile cunoștințe despre tehnologiile emergente sub forma unei strategii de afacere digitală clară. În același timp, își pot îmbunătăți propriul rol în cadrul organizației, făcând trecerea de la un furnizor (intern) de servicii IT la un decident în cadrul strategiei de afacere digitală.”