

Provocări și oportunități în digitalizarea afacerilor

Claudia Maria Țițu

Afaceri internaționale, Relații Comerciale și Financiar Bancare Interne și Internaționale

Universitatea Româno-Americană, București

Abstract

În ultimele două decenii, am fost martorii unei evoluții tehnologice uluitoare care ne-a condus la ceea ce se numește epoca de aur a afacerilor digitale. Datorită acestui fapt, această lucrare își propune să aducă la cunoștință provocările și oportunitățile transformării digitale și modul în care este influențat mediul de afaceri. Pe măsură ce tehnologiile digitale remodelează dramatic industrie după industrie, multe companii depun eforturi pentru a se schimba și pentru a surprinde beneficiile acestor tendințe sau pur și simplu pentru a ține pasul cu concurenții.

Cuvinte cheie: schimbare, digitalizare, oportunități, provocări, antreprenori, strategie, consumatori

Provocări și oportunități în digitalizarea afacerilor

Lumea a trecut în era digitală și nu mai există cale de întoarcere. Aproape toată lumea are un smartphone în aceste zile pe care le folosesc în fiecare zi pentru a lua decizii, pentru a descoperi branduri de la care să cumpere sau pentru a afla mai multe despre un produs.

Transformarea digitală prezintă câteva oportunități, dar și provocări unice pentru întreprinderi. Fără o planificare pentru viitor clar stabilită, unele dintre aceste companii ar putea să nu facă față acestor transformări. Întreprinderile sunt adesea reticente la schimbare, iar multe dintre evoluțiile rapide în lumea digitală sunt de multe ori complicate și costisitoare.

În acest articol se dorește evidențierea celor mai mari provocări și oportunități ale digitalizării afacerilor, aflate într-o continuă schimbare. Se va analiza ce este transformarea digitală și cum ar putea afecta afacerile (Michael).

Ce este transformarea digitală?

Transformarea digitală se referă la schimbarea profundă și accelerată a unei afaceri în lumea modernă, datorită adoptării pe scară largă a îmbunătățirii serviciilor de tehnologie digitală (Services, 2018).

Tehnologiile moderne pot schimba drastic felul în care abordăm problemele tradiționale. Ele afectează fiecare nivel al unei afaceri și de multe ori dictează modul în care antreprenorii aleg să rezolve problemele cu care se confruntă. Transformarea digitală afectează fiecare nivel al întreprinderii moderne și va continua să aibă un efect de propagare în deceniile viitoare. Dar, odată cu toate schimbările, devine dificil să aflăm ce provocări prezintă cu adevărat oportunități de creștere. Multe transformări necesită, de asemenea, asumarea unui risc destul de mare. Având în vedere acest lucru, se dorește identificarea și abordarea a 4 provocări cu care se confruntă fiecare afacere care încearcă să adopte o strategie de transformare digitală.

Provocări în digitalizarea afacerilor

Gestionarea rezistenței angajaților

Prin însăși natura noastră, ne place rutina deoarece ne face să ne simțim confortabil. Lucrurile pot cu ușurință să devină din ce în ce mai sumbre atunci când rutina noastră este schimbată și incertitudinea intră în viața noastră. Experiența unei transformări digitale este simbolul disconfortului, astfel încât angajații se pot simți amenințați. Este important de reținut, totuși, că uneori schimbarea este o cerință pentru a ține pasul cu vremurile, pentru că a nu se schimba nimic este mult mai riscant. Transformarea digitală este vitală pentru orice companie. S-ar putea ca antreprenorii să nu reușească să elimine complet îndoielile și incertitudinile angajaților, dar cu siguranță pot să le atenueze. Soluția este adoptarea unui comportament consecvent și transparent. Antreprenorii trebuie să își mențină angajații informați și implicați pe parcursul întregului proces.

Elaborarea unei strategii de transformare digitală a companiei

Potrivit unui sondaj realizat în 2017, doar 23% dintre producători recunosc că au o strategie generală pentru transformarea digitală a afacerii lor (Jabil, 2017). Un lucru este clar, orice companie are nevoie de o strategie. Antreprenorii trebuie să creioneze o viziune, să stabilească obiective pentru a ajunge la ea și să dea întregii echipe un scop. Călătoria de transformare digitală nu aparține unui singur individ sau departament. De fapt, succesul este puțin probabil atunci când este proiectat în acest fel. Departamentele pot fi însărcinate cu executarea unei părți a strategiei, însă întreaga companie ar trebui să acționeze în vederea atingerii scopului comun.

În dezvoltarea strategiei, antreprenorii trebuie să înceapă de la părțile interesate care le mențin afacerea în viață, adică clienții, deoarece o companie este creată pentru a satisface o nevoie a indivizilor sau firmelor. De asemenea, companiile îmbrățișează agendele digitale, dar

continuă să utilizeze indicatori tradiționali pentru a măsura noua afacere digitală, în loc să găsească noi KPIs¹ care să arate adevărata performanță digitală (Enter, 2018).

Sistemele vechi

Considerate ca fiind una dintre cele mai mari bariere în calea transformării digitale, sistemele vechi țin întreprinderile pe loc, deoarece mulți sunt reticenți în a adopta noi tehnologii pe vechile sisteme de operare, metode și programe de calcul (Baxter, 2019). Eliminarea sistemelor informatice (IT) vechi și adoptarea de noi tehnologii reprezintă mijloace eficiente pentru a crește vizibil profitabilitatea companiei.

Volume mari de date („big data”)

„Big data” reprezintă pentru companii noi oportunități de a afla mai multe despre clienții lor, permițându-le nu numai să personalizeze bunurile și serviciile, dar și să își schimbe procesul de dezvoltare al produselor pentru a reflecta ceea ce doresc cu adevărat oamenii. Cu toate acestea, companiile se confruntă încă cu obținerea încrederii consumatorilor în această problemă, deoarece mulți consumatori sunt speriați de oferte extrem de personalizate care par să le invadeze spațiul personal (Kraft, 2015).

Oportunități în digitalizarea afacerilor

Experții din lumea afacerilor sunt de acord că transformarea digitală este o oportunitate pentru întreprinderile de toate dimensiunile. Obiceiurile de cumpărare ale clienților s-au schimbat radical datorită introducerii dispozitivelor digitale și mobile. Întreprinderile trebuie, prin urmare, să schimbe modul în care își dezvoltă, vând și distribuie bunurile sau serviciile pentru a se potrivi acestor obiceiuri de cumpărare (Falconi, 2018). Se așteaptă, prin urmare, ca

¹ Key Performance Indicators (Indicatori Cheie de Performanță) sunt folosiți pentru cuantificarea și evaluarea succesului unei companii. KPI măsoară succesul și progresul înregistrat în legătură cu obiectivele stabilite.

majoritatea liderilor de afaceri să depună eforturi pentru a face față acțiunilor care conduc către transformarea digitală.

Transformarea digitală este un concept nou, dar până în prezent, dovezile pentru companiile care folosesc tehnologia digitală sunt încurajatoare, cu multe beneficii așteptate, cum ar fi:

- Costuri reduse
- Strategii îmbunătățite
- Operațiuni consolidate
- Date de analiză mai performante
- Mai mult focus pe client
- Noi bunuri și/sau servicii
- Segmentarea exactă a pieței
- Experiență universală a clienților
- Agilitate sporită și inovare

(Digital Transformation: Challenges and Opportunities for Businesses, 2018)

Majoritatea persoanelor susțin că transformarea digitală reprezintă o oportunitate pentru industria lor, mai degrabă decât o amenințare. Principalul motiv pentru care se îndreaptă organizațiile spre sfera digitală este crearea unei experiențe excepționale și relevante pentru clienți, considerând că aceștia sunt principala lor prioritate. Experiența clientului a fost deja îmbunătățită prin integrarea digitală, de la achiziții online la personalizare și comunicare instantanee. Ne putem aștepta la noi inovații în acest domeniu în viitorul apropiat prin

integrarea realității augmentate ("augmented reality", AR)² și realității virtuale ("virtual reality", VR)³ (Litsa, 2017).

Alți factori care apropie organizațiile de transformările digitale sunt:

- operații îmbunătățite pentru inteligență și viteză;
- transformarea produselor existente în funcție de mai multe informații / servicii;
- transformarea produselor tradiționale / modelelor de afaceri.

O altă oportunitate oferită de transformarea digitală este urmărirea traseului consumatorului sau cartografierea călătoriei clientului („customer journey mapping”). Toată lumea este obsedată să înțeleagă „cum?” și „de ce?” o persoană devine client. Odată cu explozia dispozitivelor mobile, a platformelor online și a punctelor de contact, calea de achiziție este mai complexă decât a fost vreodată. Crearea sistemelor pentru a înțelege călătoria clientului implică o atenție riguroasă la date - prin modelare, evaluări oneste, de ce clienții nu reușesc să facă o achiziție sau de ce nu devin clienți repetați și cum să asigure întotdeauna clienților informațiile de care au nevoie pentru a se apropia cât mai mult de brand. De ce acest lucru este atât de important? Se așteaptă ca, în următorii câțiva ani, 89% din întreprinderi să concureze pe baza experienței clienților. Este esențial ca organizațiile să-și urmărească cu exactitate clienții, astfel încât aceștia să livreze ofertele potrivite la momentul potrivit, pe dispozitivele potrivite. Organizațiile inteligente adoptă o abordare holistică a traseelor clienților lor. Mai multe părți ale organizației (vânzări, servicii pentru clienți, relații publice și marketing, etc.)

² „Realitate augmentată (AR) este o tehnologie care suprapune o imagine generată de calculator pe viziunea utilizatorului asupra lumii reale, oferind astfel o imagine compusă.” (Sursa: Wikipedia)

³ “Realitate virtuală (VR) se referă la ambianțe artificiale create pe calculator care oferă o simulare a realității atât de reușită, încât utilizatorul poate căpăta impresia de prezență fizică aproape reală, atât în anumite locuri reale, cât și în locuri imaginare.” (Sursa: Wikipedia)

trebuie să partajeze informații și, cel mai important, date pentru a forma o imagine completă. Nu există un șablon pentru toate organizațiile; necesită colaborare, muncă grea și atenție la detalii (O'Brien, 2018).

Concluzii

Pe măsură ce tot mai multe companii se transformă, potențialul este promițător și posibilitățile sunt în mare parte neexploatate. Tehnologia digitală are potențialul de a revoluționa industriile, astfel încât directorii companiilor nu ar trebui să se teamă să gândească creativ și să încerce ceva nou. Efectuarea de pași mici spre transformarea digitală, având în vedere un plan strategic, este calea cea bună. Singura mișcare greșită pentru antreprenori ar fi aceea de a nu face nicio mișcare.

Comaniile trebuie să privească dincolo de tehnologiile digitale și să conducă inovarea în afaceri cu o abordare cât mai umană. Persoanele (clienții și angajații) și preferințele, comportamentele și așteptările acestora continuă să se dezvolte atunci când tehnologiile perturbatoare influențează piețele. În plus, companiile trebuie să exploreze tendințele tehnologice actuale și viitoare pentru a își crea un nume cunoscut în piață (Ball, 2017).

Lucrarea de față a urmărit să ofere o imagine de ansamblu asupra conceptului de transformare digitală și să discute provocările și oportunitățile pe care le implică.

Bibliografie

- Ball, B. E. (2017, 11 15). Top Challenges for Business Digital Transformation. Retrieved from Prepare 1: <https://www.prepare1.com/top-challenges-for-business-digital-transformation/>
- Baxter, M. (2019, 02 07). Why digital transformation? Challenge vs opportunity. Retrieved from Information Age: <https://www.information-age.com/why-digital-transformation-challenge-vs-opportunity-123478878/>
- Digital Transformation: Challenges and Opportunities for Businesses. (2018, 06 28). Retrieved from Cyprus Institute of Marketing | The Cyprus Business School: <https://cima.ac.cy/bulletin-details/business-bulletin/digital-transformation>
- Enter, W. v. (2018, 07 13). Top 5 Digital Transformation Challenges—and How to Overcome Them. Retrieved from Outsystems: <https://www.outsystems.com/blog/posts/top-5-digital-transformation-challenges/>
- Falconi, K. (2018). Digital Transformation Challenges – An Opportunity for Consultants. Retrieved from 9 lenses: <https://www.9lenses.com/digital-transformation-challenges/>
- Jabil. (2017, 10 19). Top 5 Digital Transformation Challenges (and How to Overcome Them). Retrieved from iot for all: <https://www.ietfforall.com/top-5-digital-transformation-challenges/>
- Kraft, B. (2015, 10 14). The Biggest Digital Challenges and Opportunities Facing Businesses Today. Retrieved from Digital Marketing Magazine: <http://digitalmarketingmagazine.co.uk/articles/the-biggest-digital-challenges-and-opportunities-facing-businesses-today/2705>
- Litsa, T. (2017, 05 4). The rising opportunity of digital transformation: What businesses need to know. Retrieved from CLICK Z: <https://www.clickz.com/the-rising-opportunity-of-digital-transformation-what-businesses-need-to-know/110987/>

Michael. (n.d.). The 5 Biggest Digital Transformation Challenges (And How to Overcome Each One). Retrieved from freshdesk Blog: <https://freshdesk.com/general/digital-transformation-challenges-blog/>

O'Brien, K. (2018, 12 4). Three emerging opportunities for digital transformation. Retrieved from Econsultancy: <https://econsultancy.com/three-emerging-opportunities-digital-transformation/>

Services, H. (2018, 05 8). What is digital transformation? Challenges and Opportunities for an enterprise. Retrieved from Medium: <https://medium.com/@harmanservices/what-is-digital-transformation-challenges-and-opportunities-for-an-enterprise-185c925f837d>

Acest articol poate fi citat astfel:

Țițu, C. M. (2019). Provocări și oportunități în digitalizarea afacerilor. *Studii și Cercetări Academice*. Vol. 1, 4-13. DOI: <https://doi.org/10.36068/J2.1.0.1>
