

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Последние несколько лет тема цифровой трансформации компании и ее бизнес-процессов – одна из самых актуальных в мировом бизнес-сообществе. Мощным драйвером цифровизации компаний в 2020 году стала пандемия. Новые экономические реалии, меняющиеся ожидания и поведение людей, новые технологии, которые позволяют воплотить ранее невозможное – это именно те факторы, которые заставляют компании переосмыслить свой бизнес и использовать новые возможности для его роста.

Основная часть

Цифровая трансформация (digital transformation) – это изменение способов работы компании путем внедрения в бизнес-процессы digital-технологий, а также преобразование структуры самой компании, переход на новый уровень создания продуктов и услуг, изменение схем отношений с клиентами и корпоративной этики.

Digital-трансформация бизнес-процессов чаще всего проводится в следующих сферах: электронной коммерции, информационных и финансовых технологиях. Осуществление информационной трансформации дает компаниям возможность:

- повышения производительности и сокращения издержек бизнеса;
- повышения качества планирования работ и управления бизнесом;
- улучшения обслуживания клиентов и предоставления потребителям более совершенных и удобных продуктов;
- создания положительного имиджа бренда и достижения лидерских позиций в своем сегменте рынка.

Цифровую трансформацию бизнеса осуществляют для создания обновленных, устойчивых бизнес-моделей компаний, способных вести эффективную деятельность в условиях современной digital-экономики и адаптироваться к их

изменениям.

Примерами цифровой трансформации бизнеса могут быть разработки:

- стратегий комплексного интернет-маркетинга и продвижения бизнеса;
- новых сайтов с применением современных технологий;
- эффективных мобильных приложений под различные платформы;
- CRM-систем для управления контентом или взаимодействиями с клиентами.

Существует несколько стратегических направлений, помогающих реализовать цифровую трансформацию бизнес-процессов. К ним относятся:

- цифровизация бизнес-процессов – переход деятельности компаний на электронные платформы. С помощью цифровизации бизнеса можно существенно сократить количество шагов, необходимых для выполнения конкретной задачи, заменив деятельность персонала компании работой программных решений;
- управление данными (Big Data, Data Analytics, Data Science) – работа с большими объемами информации с применением нейросетей, машинного обучения и других технологий искусственного интеллекта. С помощью управления данными возможно составление моделей поведения клиентов, прогнозирование востребованности и формирование предпочтений – это позволяет адаптировать продукты и услуги под потребности конкретных потребителей;
- клиентоцентричность – при разработке своих продуктов компании выстраивают модель бизнеса, ориентируясь на клиента и его потребности. При этом клиентоцентричная модель также учитывает ценность каждого клиента для компании;
- цифровое партнерство – создание компанией совместно с партнерами общей цифровой инфраструктуры (комплекса технологий и вычислительных, телекоммуникационных и сетевых мощностей) для решения поставленных задач;
- внедрение инноваций – постоянное изучение и тестирование новых направлений бизнеса, продуктов и решений. Данная стратегия предполагает активное использование современных цифровых каналов и систем;
- управление ценностью – с помощью данной стратегии проводятся мероприятия по адаптации и персонализации продуктов с учетом изменения требований к ним пользователя. Ценность продукта для клиентов при этом составляют удобство его использования, возможность получения нужных

услуг, постоянное улучшение продукта и работа компании над сервисом.

При внедрении в бизнес-процессы digital-технологий могут возникнуть некоторые сложности.

Одной из первых проблем можно выделить – критическая нехватка компетентных специалистов. Ведь главный навык специалистов по цифровой трансформации – это постоянное обновление знаний и инструментов. Ни одна технология, тем более цифровая, не живет вечно. Актуальное фундаментальное образование плюс способность быстро переучиваться – основные факторы успеха в digital-эру. Второй сложностью является ограничение скорости преобразований. Организация не трансформируется одномоментно, и некоторое время digital продукты существуют параллельно с аналоговыми. Операционная модель организации должна позволять работу как в классическом, так и в инновационном режиме, чтобы перемены прошли с минимальными рисками. Нередко между цифровыми и традиционными отделами компании возникает конкуренция. Ответственность за решение проблемы ложится на профессиональный менеджмент.

Сложность третья – консерватизм высшего руководства. Цифровая трансформация предполагает дополнительные расходы времени, сил и денег, и не все к этому готовы. А основные ключевые показатели эффективности, от которых зависят и бонусы, часто нацелены на достижение сиюминутных финансовых результатов. Ключом к успеху становится гибкость руководства и готовность наделить полномочиями тех сотрудников, которые обладают необходимыми цифровыми компетенциями. И очень важно, реальное, а не на словах, понимание потенциала прорывных технологий и неизбежности трансформации.

В заключении можно сделать вывод, что цифровая трансформация является долгим, сложным и дорогим процессом. Но её эффект на производительность и эффективность бизнеса способен оправдать все затраты. Актуальные навыки и инструменты вкупе с профессиональным и гибким руководством – залог успешного преобразования на рынке. Главное, помнить, что инвестировать в развитие компании всегда проще тогда, когда ресурсы для этого еще есть.