

Wat is digitale transformatie en hoe werkt het?

De razendsnelle opkomst en voortdurende doorontwikkeling van nieuwe technologieën schept legio nieuwe mogelijkheden voor het moderniseren en verbeteren van bedrijfsprocessen. Digitale transformatie is dan ook meer dan een modewoord: het is een proces dat bij veel organisaties bovenaan de agenda staat.

Niet zo vreemd als u kijkt naar de potentiële voordelen. Een goed doordacht en uitgevoerd digitaal transformatieproces maakt een bedrijf efficiënter en wendbaarder, waardoor het beter en makkelijk inspelt op veranderlijke marktontwikkelingen, klantwensen en gebruikersbehoeften. Maar digitale transformatie houdt meer in dan het tweaken en updaten van uw IT-landschap. In deze whitepaper leest u alles over digitale transformatie en hoe dit proces in de praktijk werkt.

Wat houdt digitale transformatie in?

In de kern is digitale transformatie het proces dat ervoor zorgt dat organisaties snel en slim kunnen inspelen op de laatste technologische ontwikkelingen binnen hun markt en de bredere maatschappelijke context. Digitale transformatie draait dus om het slim(mer) gebruiken van digitale technologie voor het verbeteren of vernieuwen van een proces, product, dienst of bedrijfsmodel.

Digitale transformatie kan betrekking hebben op allerlei technologische deelgebieden en variëren van het moderniseren van uw IT tot het adopteren van compleet nieuwe digitale businessmodellen.

Volgens IT-dienstverlener Citrix is digitale transformatie “de strategische adoptie van digitale technologieën zoals de digital workspace, om processen en productiviteit te verbeteren, zakelijke risico's te managen en de service aan de klant te verbeteren”.

Een ander kenmerk van digitale transformatie is een sterke focus op de klantreis. Digitale transformatie is vooral een middel om klantervaringen te personaliseren en optimaliseren. De moderne klant is namelijk bijzonder gevoelig voor diensten, producten en communicatiekanalen die helemaal zijn afgestemd op zijn persoonlijke voorkeuren en interesses. Die trend is in gang gezet door verkopers als bol.com en Coolblue, digital natives die de verwachtingen van klanten naar grote hoogten hebben gestuwd.

Data vormen de belangrijkste brandstof voor digitale transformatie. Met de juiste gegevens is het namelijk een stuk makkelijker om tegemoet te komen aan klantwensen en uw eigen interne processen efficiënter in te richten. Digitale transformatie is daarom zowel een gevolg als een aanjager van de ‘dataficering’ van de moderne samenleving. Digitale transformatie is ook een proces dat de hele organisatie raakt; iedereen moet meegaan in en betrokken zijn bij een digitaal transformatieproject als het traject kans van slagen wil hebben.

Bij elk bedrijf of merk zal digitale transformatie er anders uitzien, afhankelijk van de precieze doelstellingen en mate van digitale volwassenheid die een organisatie heeft. Een paar concrete voorbeelden van digitale transformatie:

- Het leveren van diensten zonder productiefaciliteiten of eigen fysieke middelen. Denk bijvoorbeeld aan bedrijven als Uber, Booking.com of Airbnb. Ze bezitten zelf geen taxi's of gebouwen, maar richten zich helemaal op het koppelen van vraag en aanbod via digitale kanalen.
- Streamingdiensten zoals Spotify en Netflix die met een compleet nieuw verdienmodel cd's en videotheken nagenoeg overbodig maken.
- Bedrijven die van fysieke verkoop gedeeltelijk of grotendeels overstappen op e-commerce.
- Logistieke dienstverleners die al hun systemen integreren en digitaliseren om zo realtime-inzicht te krijgen in alle onderdelen van de supplychain, van het voorraadbeheer tot aan de bezorging bij de eindklant.

Hoe werkt digitale transformatie?

Succesvol digitaal transformeren kan een delicaat en uitdagend proces zijn, zeker voor organisaties die nog niet zo lang bezig zijn aan deze spannende reis. Tijd om te kijken hoe digitale transformatie werkt en wat IT-managers kunnen doen om het proces in goede banen te leiden.

“Succesvol digitaal transformeren kan een delicaat en uitdagend proces zijn.”

1. Stel de digitale ambities en transformatiestrategie op

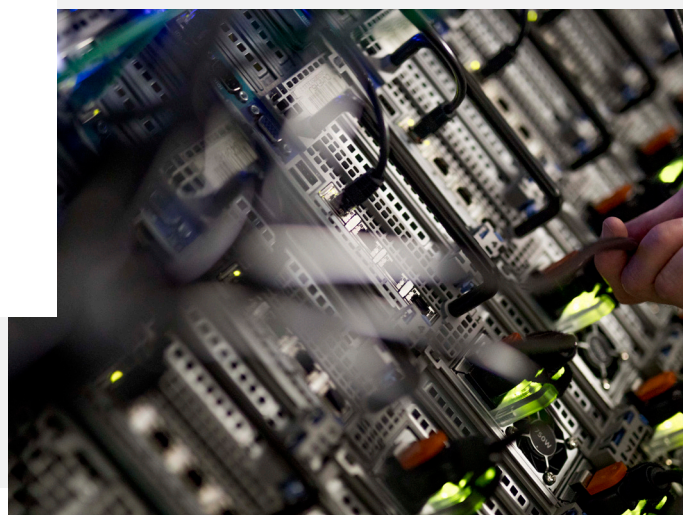
Digitaal transformeren begint met het schrijven van een goed draaiboek. Dit bevat allereerst uw digitale ambities. Wat wilt u bereiken met digitale transformatie? Wat voegt het toe aan uw huidige dienstverlening? En hoever wilt u hierin gaan? Het besluit om over te gaan tot digitale transformatie kan namelijk ingegeven zijn door diverse wensen en doelstellingen. Denk bijvoorbeeld aan het:

- Versnellen van de omzetgroei.
- Besparen op kosten.
- Bereiken van nieuwe markten of klanten.
- Verhogen van de productiviteit van medewerkers.
- Verbeteren van klantervaringen.
- Reageren of een voorsprong nemen op de concurrentie.

Door het ultieme doel van het digitale transformatieproces scherp te stellen en dit met alle stakeholders binnen de organisatie te bespreken, komt u uiteindelijk tot een duidelijk gedefinieerde en uitgekristalliseerde digitale transformatiestrategie.

2. Definieer de doelgroep middels buyer persona's en klantreizen

We zagen al dat digitale transformatie meestal sterk klantgericht is. Het is daarom van belang om uw doelgroep goed in kaart te brengen.



Hoe ziet die groep eruit? En wat schiet die op met digitale transformatie? Het creëren van buyer persona's op basis van demografische en psychologische informatie helpt bij het beantwoorden van die vragen en geeft u de mogelijkheid om digitale kanalen en strategieën te 'hyperpersonaliseren'. Zo ontstaat een solide basis voor het ontwerpen van klantreizen die de wensen en behoeften van klanten rechtstreeks koppelen aan uw digitale initiatieven.

3. Capability mapping

De volgende stap draait om het in kaart brengen van de technische mogelijkheden. Welke capaciteiten (mensen, processen, technologie, inhoud en data) zijn nodig om een digitale transformatie uit te voeren? En welke technische en budgettaire mogelijkheden zijn er? Bij dit proces van capability mapping zet u mogelijke oplossingen af tegen de benodigde capaciteiten, technische haalbaarheid en het beschikbare budget. In deze fase bepaalt u ook welke functionaliteiten echte 'must haves' zijn en welke features vooral leuke extra's zijn. Prioriteer altijd de eerste groep.

4. Richt de organisatie in

De daarop volgende stap is het voorbereiden en inrichten van de organisatie op het digitale transformatieproces. Definieer de processen die nodig zijn om de operatie in goede banen te leiden en bepaal de capaciteit en benodigde competenties. Neem de hele organisatie mee in die reis. Zo ontstaat snel draagvlak voor en inzicht in de noodzaak en praktische invulling van het digitale transformatieproces.

5. Bouw de IT-infrastructuur

Er zijn amper nog organisaties die niets doen met digitale technologie. Helemaal op nul beginnen op IT-infrastructureel vlak is dus meestal geen optie.

De systemen van zowat elk bedrijf hebben wel een zeker legacy component. Zorg voor een goed overzicht van alle bestaande systemen en onderlinge afhankelijkheden en breng duidelijk in kaart waar aanvulling en optimalisatie nodig zijn om uw digitale landschap klaar te stomen voor de toekomst.

6. Blijf toetsen en verbeteren

Digitale transformatie is een proces van continu verbeteren dat nooit helemaal af is. Nieuwe oplossingen leveren nieuwe data op, wat weer het pad effent voor verdere optimalisatie van uw digitale landschap. Blijf dus testen, kritisch nadenken en verbeteren. Het helpt als u beschikt over een flexibele bedrijfscultuur die innovatie aanjaagt. Dit is namelijk dé manier om met uw digitale transformatiestrategie de concurrentie een stapje voor te blijven. Digitale transformatie betekent dat u de technologie kneedt tot praktische oplossingen die meerwaarde genereren voor uw business en klanten blij maken.

Hoe helpt Dataplace?

Dataplace levert de technische bouwstenen die nodig zijn om digitale transformatie in een succesvolle vorm te gieten. Denk bijvoorbeeld aan het leveren van een cloudomgeving en -infrastructuur die de snelheid, flexibiliteit, veiligheid, beschikbaarheid en schaalbaarheid bieden die nodig zijn om uw digitale transformatieproject te doen slagen. Maar bijvoorbeeld ook aan de uitstekende connectiviteit die ervoor zorgt dat uw IT-diensten altijd snel en betrouwbaar beschikbaar zijn. Tot slot is Dataplace een betrouwbare partner die met u meedenkt. We vinden het belangrijk om een goede relatie met u op te bouwen. Zodat we uw visie kunnen vertalen naar de juiste strategie. Zitten we op dezelfde lijn, dan maken onze experts een definitief ontwerp met bijbehorende tijdslijnen.

Vragen?

Neem contact op!



Kunt u hulp gebruiken bij het digitale transformatieproces? Een digitale transformatie is immers een proces wat nooit in een keer kan worden afgerond. Neem dan gerust vrijblijvend contact met ons op via +31 (0)88 32 827 52 voor meer informatie of een deskundig advies.



+31 (0)88 32 827 52



sales@dataplace.com

 Dataplace Utrecht

 Dataplace Amsterdam

 Dataplace Arnhem

 Dataplace Rotterdam

 Dataplace Brabant

 Dataplace Nedzone