

ET PERRON₅ naar het juiste digitale spoor

19 Tips om van digitale transformatie een succes te maken

Je wil relevant en concurrerend blijven én in de toekomst overleven? Je beseft dat door alle nieuwe digitale technologieën de klant 24/7 oneindig veel mogelijkheden tot zijn beschikking heeft. Als jij niet in de behoefte van de klant voorziet, er altijd iemand is die het wel kan. Je concurrenten digitale technologieën wel inzetten en je inhalen. Maar meer nog zie je als ondernemer kansen en mogelijkheden om door middel van digitale transformatie klanten aan je te binden en nieuwe markten aan te boren.

De corona crisis leidt tot een versnelling in digitale transformatie. Bedrijven zoeken antwoorden om omzetverlies te beperken door dichter naar de klant te bewegen en te zoeken naar nieuwe markten. Mensen zijn thuis gaan werken en zullen dat ook in de toekomst willen en/of moeten blijven doen. Werkprocessen worden hierop aangepast. Aan de productie en inkoop zijde is genadeloos de afhankelijkheid van een gering aantal, veelal op grote afstand, opererende leveranciers aan het licht gekomen. Bedrijven willen die afhankelijkheid verminderen en meer eigen regie kunnen voeren.

Digitale transformatie is geen nut meer maar noodzaak. Zonder ga je het niet meer redden. Maar doe het goed, want nu mislukken nog 70 tot 80 procent van de digitale transformatie trajecten.

In essentie is digitale transformatie een continu veranderingsproces, van een product gedreven naar een klantgedreven organisatie, met hulp van digitale mogelijkheden. De klant wordt hierbij centraal gesteld en processen, organisatiestructuur, rol van medewerkers, technologie en data worden geoptimaliseerd om de waarde voor de klant te maximaliseren. Het gaat veel verder dan het digitaliseren van processen en heeft ook impact op de wijze waarop de onderneming is georganiseerd, de cultuur, de rol van medewerkers, het verdien model en de customer experience die wordt geboden.



Als niets doen geen optie is, risico's relatief groot zijn, impact hoog is, de hoeveelheid digitale mogelijkheden overweldigend groot zijn en aanwezige kennis nog relatief laag is. Hoe begin je dan? En hoe zorg je dat je niet in de valkuilen trapt waar voorgangers al zijn ingetuimeld?

Er is niet één methodiek voor digitale transformatie die je uit de kast kunt trekken. Iedere onderneming is uniek en volgt daarmee zijn eigen traject. Toch zijn er tips die voor elk bedrijf belangrijk zijn om van digitale transformatie een succes te maken. Deze deel ik graag met jou.



1. **Bewustwording** van het topmanagement wat digitale transformatie is, waar het voor nodig is en wat het kan betekenen voor de toekomst van de onderneming. De perceptie van het begrip digitale transformatie is nog vaag en wordt vaak gezien als een eenmalig technologisch project. Die perceptie zal moeten veranderen in een bewustwording dat digitale transformatie een organisatie ontwikkeling is waarin topmanagers continu streven naar waardevolle verbeteringen met consistente, positieve en meetbare uitkomsten.
2. Begin met het beantwoorden van de vraag "**Waarom gaan we het traject van digitale transformatie doen?**". Wat is het nut en noodzaak? Wat willen we zijn en waar willen we heen? Het beantwoorden van deze vraag levert een blauwdruk op waar steeds op kan worden teruggevallen en is tevens een mooi referentie- en toetsingskader.
3. Ondernemingen die succesvol zijn in digitale transformatie focussen zich rond 3 speerpunten van hun bedrijfsvoering: **Customer experience, operationele processen en verdienmodellen**.
4. Ontwikkel een heldere **digitale strategie**. Het ontwikkelen daarvan is maatwerk waarbij onderzoek wordt gedaan naar de concurrentiepositie van de onderneming, het aanwezige ontwikkelpotentieel van de onderneming en de medewerkers, de technologische mogelijkheden en andere variabelen. Het gaat veel verder dan het bedenken van een aantal nieuwe initiatieven om hetzelfde werk efficiënter te doen. Het gaat fundamenteel om het heroverwegen hoe zaken worden gedaan in het licht van alle digitale trends binnen en buiten de organisatie. Zoeken naar mogelijk nieuwe dienstverlening, verdienmodellen, de interactie met medewerkers en dergelijke.
5. In deze strategie vormen nieuwe mogelijkheden zowel **kansen als bedreigingen**. Ook de concurrentie en startups kunnen deze aanbieden en de concurrentiepositie aantasten. Het is noodzakelijk om continu focus te houden of en op welke wijze de organisatie gebruik moet gaan maken van nieuwe technologieën.

12. **Focus op het resultaat** en niet op de technologie. Er zijn ontelbare digitale oplossingen en leveranciers die de mooiste dingen beloven. De meeste zijn niet nodig. Wees kritisch en beperk je tot wat daadwerkelijk helpt in het behalen van strategische doelstellingen.
13. Digitale transformatie is **een continu lerend proces**. Veel ondernemingen die niet succesvol zijn geweest zagen digitale transformatie als een eenmalig technologisch project. Digitale transformatie is echter een proces en ontwikkeling van vallen, opstaan, leren en weer verder gaan. Niet alle bedachte innovaties zullen succesvol zijn. Evalueer regelmatig en durf de stekker uit een ingezette innovatie te trekken als die niet werkt en blijf niet investeren in een dood paard.



14. Digitale transformatie heeft **impact op de hele organisatie en de medewerkers**. Dit betekent dat het tempo van de digitale transformatie in lijn blijft liggen met het adaptatievermogen van de organisatie en de medewerkers. Kortgezegd: de zaak moet in balans blijven.
15. **Digitaliseren is wat anders dan digitale transformatie**. Veel bedrijven die zeggen bezig te zijn met digitale transformatie zijn eigenlijk alleen bezig met het digitaal maken van processen en blijven hetzelfde doen alleen dan een beetje efficiënter. Verder worden initiatieven ontplooid met behulp van onder andere sociale media en data analyse waarbij getracht wordt om middels pushen de klantwaarde te vergroten. Hier is nog steeds de product gedreven gedachte leidend en niet de klant.
Note: bij digitale transformatie zal al dan niet als voorloper op de daadwerkelijk transitie gebruik worden gemaakt van digitalisering.
16. **Begin klein**. Het is slim om klein te beginnen en snel de eerste successen te boeken. Bij de start is het voor iedereen nog allemaal nieuw, onwennig. Nog niet alles loopt soepel, her en der zal wat weerstand moeten weggenomen. Verstandig om in een veilige omgeving de eerste successen te boeken die later kunnen worden uitgebreid en die als accelerator werken om draagkracht te genereren binnen de organisatie.

17. Pas op voor **te hoge verwachtingen**. Digitale transformatie is niet het ei van Columbus. Blijf realistisch. Digitale transformatie is een complex geheel van innoveren, proberen, evalueren, leren en weer verder gaan. Soms 2 stapjes vooruit en weer eentje terug.
18. **De menselijke factor is cruciaal**. In de tijd dat steeds meer automatisch verloopt en de klant verwacht dat hij de dienst of product 24/7 bij u van de plank kan trekken op de manier die hem/haar uitkomt, verwacht hij/zij dit gemak ook als de klant wel persoonlijk met je in contact wil komen. Op dat moment verwacht de klant dat je weet wie hij is, waar hij mee bezig is, wat zijn historie is en dat hem vanuit de klant gedacht een oplossing wordt geboden. Empathie, inlevingsvermogen, daadwerkelijke interesse, eigenaarschap nemen en inventiviteit zijn essentiële eigenschappen en vaardigheden van de toekomstige medewerker. Dit zijn nl geen zaken die we kunnen digitaliseren en het onderscheidend vermogen levert ten opzichte van je concurrent.
19. **Blijf positief en vier successen!** Bovenal is digitale transformatie een uitdaging van **samen** uitvinden, leren, ontwikkelen en evalueren naar een toekomstbestendige bestendige organisatie en waar medewerkers, vanuit hun kracht, zich kunnen bezighouden met die dingen die er toe doen. Op zich al een reden voor een feestje!



Digitale transformatie zorgt voor een continu lerende en zichzelf verbeterende organisatie. Een organisatie die veranderingen omarmt, flexibel en wendbaar is en zich continu afvraagt of en in welke mate technologische ontwikkelingen ingezet moeten of kunnen worden om nog meer waarde te kunnen toevoegen aan de steeds veranderende behoefte en verwachtingen van de klant. Daarmee relevant blijft en daar rijkelijk voor wordt beloond.

Verder praten? Ik maak graag de connectie om in gesprek te gaan. Waar kan ik je bereiken?

ETPERRON5

Richard de Ruijter

06 82984220

richard@etperron5.nl

etperron5.nl