ليس بالضرورة أن يكون التحول الرقمي مزعزعاً بالقرب من نهاية غداء عمل طويل في مطعم مشرف على بحيرة جنيف الساكنة، ولدينا مبادرات للتحول الرقمي ونحن نمضي في اتجاه التحول الرقمي بكل ما أوتينا من زخم. تعتبر الإجابة بسيطة هذا التعبير المستعمل على نطاق واسع يعني تكييف استراتيجية المؤسسة وهيكليتها لاغتنام الفرص التي توفرها التكنولوجيا الرقمية. للرئيس هذا يحاول إيصالها لنا هي أنه بات من الصعوبة المتزايدة بمكان على أي شركة أن تترجم الإجابة إلى خطة عمل. بات بوسع هذه التطبيقات الوصول إلى الناس في كل مكان فأجهزة الاستشعار المزروعة في المعدات والتجهيزات تسمح بإيصال البيانات فوراً، لم تعد التكنولوجيا الرقمية محصورة ضمن مجال ضيق هو نطاق تقنية المعلومات بل باتت تطبق في كل جزء تقريباً من أجزاء سلسلة التوريد لأي شركة. ومن غير المفاجئ أن يتوقع العديد من المدراء الذين يواجهون هذا الواقع أن ينطوي التحول الرقمي على زعزعة جذرية لأعمال الشركة، واستثمارات جديدة ضخمة في التكنولوجيا، وانتقالاً كاملاً من الأقنية التقليدية إلى الأقنية الافتراضية، والاستحواذ على شركات تكنولوجية ناشئة المؤكد في الأمر هو أنه في بعض الحالات هناك تحول كامل في نموذج العمل. لكن بحثنا وعملنا يشيران إلى أن التحول الرقمي بالنسبة لمعظم الشركات يعني شيئاً مختلفاً تماماً عن الزعزعة الصريحة، التي يكنس الجديد فيها القديم ليحل مكانه. وفي بعض الحالات يكون من الضروري الاستبدال الجذري لعمليات التصنيع، نبني على الاستنتاجات والخلاصات التي توصلنا إليها من المقابلات التي أجريناها مع أكثر من 60 شركة، يتطلب التحول الرقمي إدخال زعزعة جذرية على القيمة المضافة المقدمة للزبون. التحول الرقمي يعني عادة استعمال الأدوات الرقمية لتحسين عملية تلبية حاجة الزبون المعروفة. يؤمن بعض المدراء أن تحقيق التحول الرقمي يتطلب منهم إدخال تعديل جذري على الطريقة التي تقدم بها شركتهم القيمة المضافة، تطمح الشركات إلى أن تكون شبيهة بشركة أبل وتحاول العثور على منتج أو منصة أساسيين يعتمدان على التكنولوجيا الفائقة، يتمثل التحدي في العثور على الطريقة الفضلى لتلبية هذه الاحتياجات باستعمال الأدوات الرقمية. وتحول العلامات التجارية إلى متاجر تجزئة،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي