

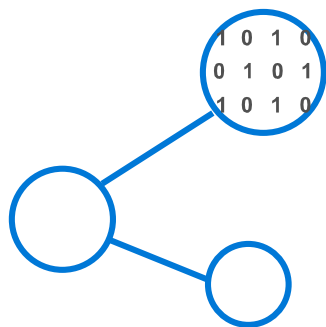
Digital transformasjon: Hvorfor og hvordan?

Henrik Linnestad
Strategirådgiver, Microsoft

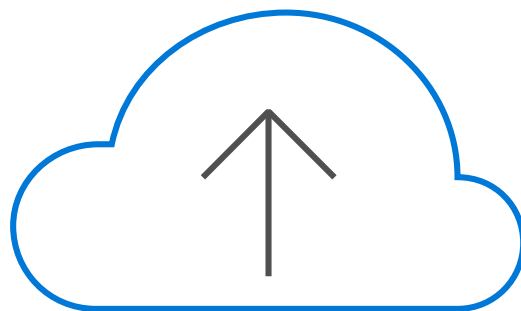
Norsk institutt for styremedlemmer

Temamøte 18. april 2018

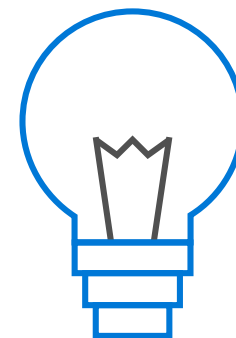




Data



Skytjenester



Intelligens

I den globale økonomien ser vi paradigmer komme i bølger

Bremser opp

Kjøperadferd drevet av produktkarakteristikk og funksjonalitet

Produktøkonomi

Mister betydning

Reduksjon av kostnader ved automatisering, IT

Informasjonsøkonomi

Øker i betydning

Kjøperadferd drevet av opplevelser og merkevare

Tjenesteøkonomi

Begynner å gjøre seg gjeldende

Akselererende innovasjon i forretningsmodeller og verdiforslag

Digital økonomi

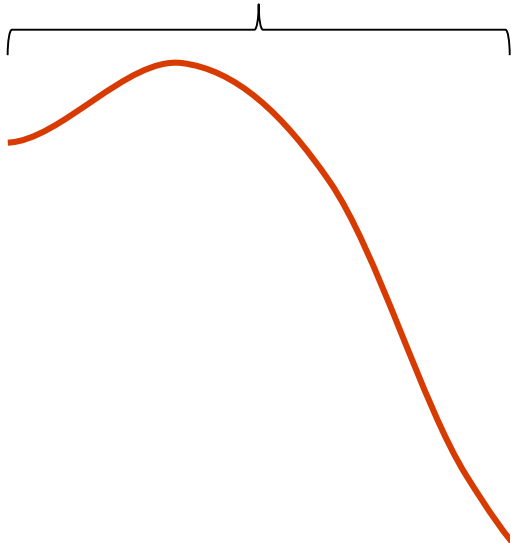
Vi er her nå

Økende rolle for teknologi

Forretningsfornyelse skjer nå kontinuerlig

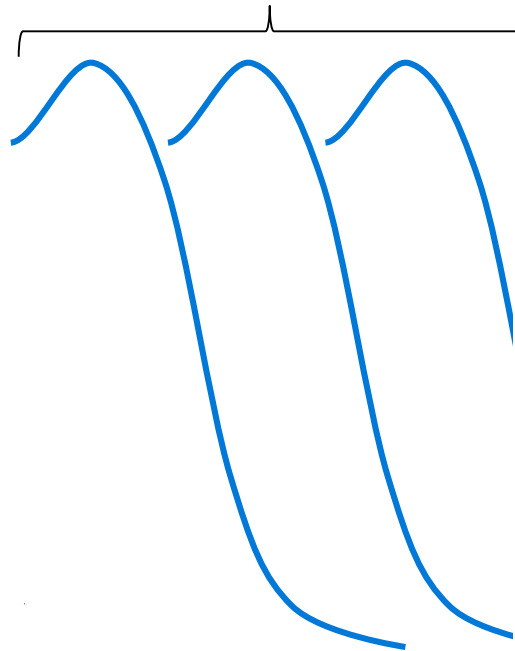
Fokus: produkter

8-25 år



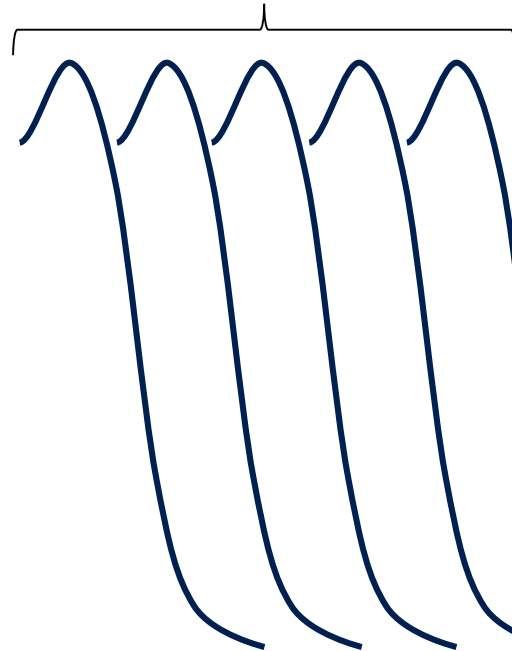
Fokus: tjenester

3-8 år



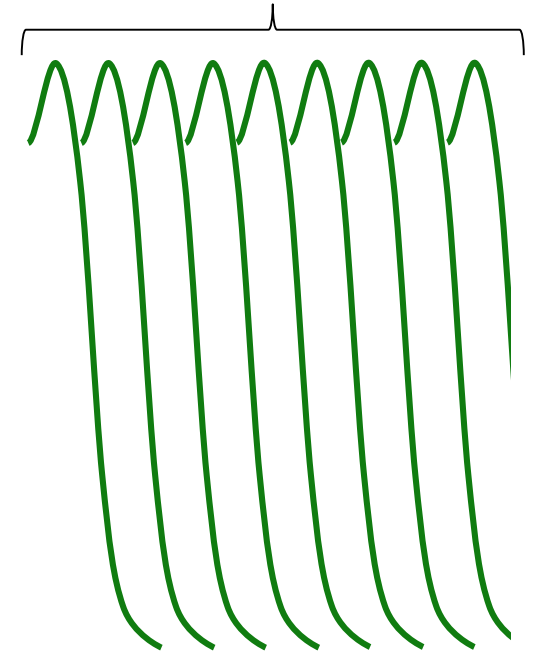
Fokus: opplevelser

1-3 år



Fokus: digital

~ kontinuerlig



Forretningsledere peker ut kritiske temaer for å lykkes i den digitale tidsalderen

Oppdatere
forretningsstrategi

Merkevare og
kunden i sentrum

Drive gjennom
innovasjon

Organisasjon og
kultur

Utnytte aktiva best
mulig

Innebygget
endringsdyktighet

Forenkling

Verdinettnettverk

Større appetitt på
risiko

Smartere, raskere
beslutninger

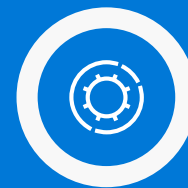
Hovedkilder: McKinsey CxO Digital Era interviews, Gartner "Digital Business" research



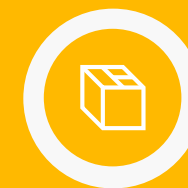
Engasjere
kundene



Understøtte
medarbeidere



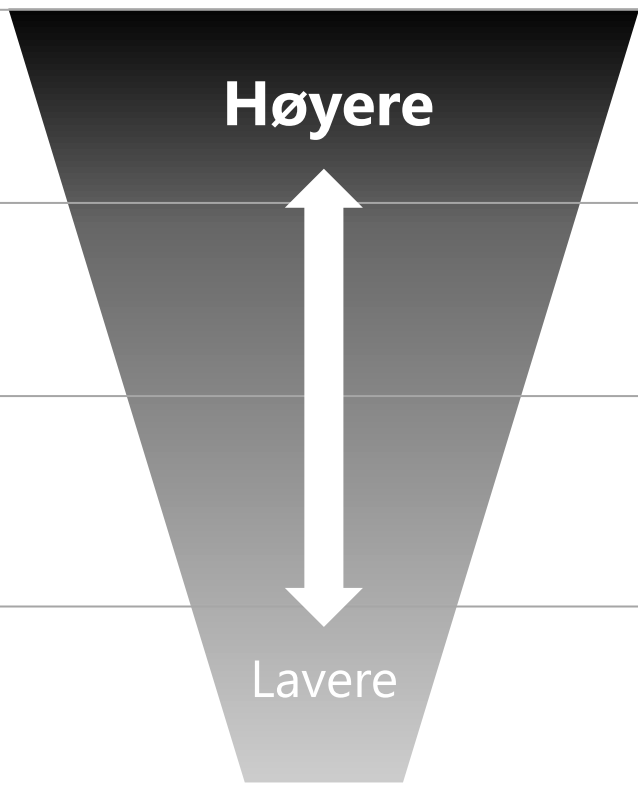
Optimalisere
prosesser



Transformere
produkter

Domener for digital transformasjon

De fire domenenene for digital transformasjon driver typisk ulike former for verdi

	Type endring	Gevinster	Relativ betydning
Transformere produkter	Nye verdistrømmer	Topplinjevekst, nye markeder	
Engasjere kundene	Kundeopplevelse	Inntekter; tiltrekke og beholde kunder	
Understøtte medarbeidere	Medarbeideropplevelse	Effektivitet; tiltrekke og beholde medarbeidere	
Optimalisere prosesser	Effektivitet (gjøre de rette tingene, gjøre dem rett)	Kostnader, hastighet	

Kundeopplevelse er blant temaene som virksomhetsledere er mest opptatt av

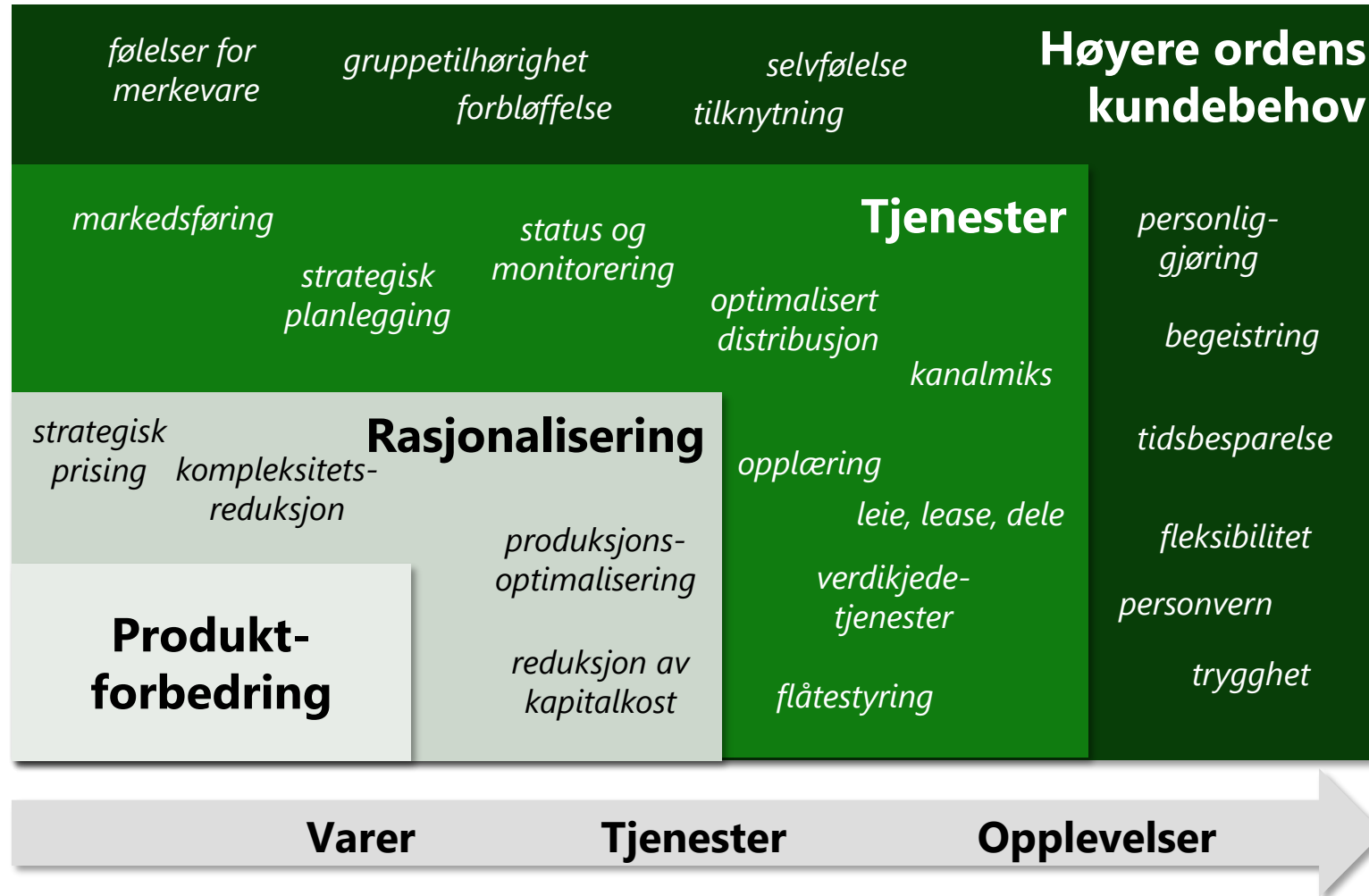
“Forretningsledere omformer sine selskaper for fremtiden”



Vektlagte temaer fra Microsofts kunder:

- Økende **kundeforventninger**, fokus på kundeopplevelse
- Globalisering og introduksjon av utradisjonelle konkurrenter gir **disrupsjon** i industrier
- **Spontane muligheter** til å generere/fange verdi krever svært rask innovasjon
- Akselererende **endringstakt** i markedene, behov for å respondere raskt
- **Forretningsledere** i økende grad som beslutningstaker innen IT
- **“Commoditization” av IT** and IT-infrastruktur

Vekstmuligheter i den digitale økonomien er ofte knyttet til kundeopplevelse



Kilde: "Value Migration," Slywotzky

Oppsummert: tre viktige punkter for konkurransedyktighet i den digitale tidsalderen



"Industribedrifter er nå i informasjonsbransjen, enten de liker det eller ikke"

- Jeff Immelt
CEO, GE

"Mange forretnings- og IT-ledere ser nå kundeopplevelsen som en vedvarende kilde til differensiering"

Kilde: Gartner, "Customer Experience Is the New Competitive Battlefield," 04 June 2015

"Merkevare er i økende grad den eneste reelle og varige kilden til konkurransefortrinn ... Som aldri før må merkevare gripe oss følelsesmessig"

Kilde: Oliver Wyman

"Når endringstakten i markedet overstiger endringstakten i organisasjonen, er slutten nær"

Jack Welch

Takk for oppmerksomheten!



Henrik Linnestad, Ph.D.
Microsoft Services

helinnes@microsoft.com
99262901

 <https://no.linkedin.com/in/Henrik-Linnestad>

