

2. Diagnosticarea nivelului actual de digitalizare a întreprinderii

2.1 Pentru a implementa o transformare digitală eficientă, o întreprindere trebuie mai întâi să-și evalueze nivelul actual de digitalizare, să identifice procesele de afaceri care pot beneficia de digitalizare, să analizeze punctele de îmbunătățire și să stabilească obiective clare.

Iată cum se poate structura această evaluare:

1. Evaluarea nivelului de digitalizare ajută întreprinderea să-și înțeleagă poziția actuală și să stabilească o bază pentru dezvoltare.

Această etapă presupune:

- **Analiza infrastructurii digitale prin** evaluarea utilizării actuale a tehnologiei - dacă întreprinderea utilizează :
 - ✓ sisteme ERP, CRM
 - ✓ soluții de automatizare a proceselor
 - ✓ tehnologii cloud (public, privat sau hibrid) și capacitatea lor de scalare
 - ✓ criptare, autentificare multi-factor, firewall-uri pentru protejarea datelor sensibile
 - ✓ politici de backup și recuperare în caz de atacuri sau defecțiuni
 - ✓ sisteme de analitică și gestionare a datelor
- **Evaluarea competențelor digitale ale angajaților** prin identificarea nivelului de competență digitală în rândul personalului, pentru a vedea cât de pregătită este echipa pentru schimbările digitale. Care sunt instrumentele digitale disponibile pentru colaborare și comunicare în cadrul echipelor.
- **Revizuirea proceselor și resurselor digitale existente** prin examinarea modului în care tehnologia susține procesele cheie ale afacerii și dacă există redundanțe sau lipsuri.

2. Identificarea proceselor de afaceri care pot beneficia de digitalizare

Digitalizarea nu este potrivită pentru toate procesele, însă există anumite zone care pot fi îmbunătățite semnificativ. Identificarea acestor procese presupune:

- **Listarea proceselor de bază și auxiliare**
 - ✓ Procesele care susțin funcțiile principale (ex.: vânzări, suport clienți, logistică, finanțe) și identificarea celor care ar beneficia de eficiență și automatizare.
- **Evaluarea valorii adăugate**
 - ✓ Analiza proceselor în funcție de timpul și resursele implicate și identificarea zonelor unde digitalizarea poate aduce un plus de eficiență, precizie și rapiditate.
- **Identificarea proceselor repetitive și consumatoare de timp**

- ✓ Procese precum gestionarea inventarului, facturarea, procesarea comenzilor sau relațiile cu clienții pot fi digitalizate pentru a reduce erorile și a elibera resursele umane de sarcinile repetitive.

3. Evaluarea proceselor de afaceri existente și identificarea punctelor ce pot fi îmbunătățite prin digitalizare

Această etapă presupune analiza detaliată a fiecărui proces pentru a vedea unde se pot face îmbunătățiri:

▪ Maparea proceselor

- ✓ Crearea unei „hărți” vizuale a fiecărui proces pentru a identifica fluxul activităților, rolurile implicate și punctele slabe.

▪ Identificarea blocajelor și a punctelor cu neregularități

- ✓ Determinarea zonelor unde există întârzieri, erori frecvente sau necesită intervenții manual.

Exemplu de blocaje:

- Sisteme care funcționează izolat, limitând fluxurile de lucru și colaborarea eficientă.
- Infrastructura digitală nu poate susține creșterea traficului sau a cerințelor operaționale.
- Lipsa soluțiilor avansate de protecție cibernetică crește riscul de atacuri și pierderi de date.
- Absența unei strategii clare pentru asigurarea funcționării sistemelor în caz de întreruperi sau dezastre.
- Lipsa unor instrumente robuste de analiză a datelor pentru luarea deciziilor bazate pe informații concrete.

• Analiza impactului digitalizării asupra fiecărui proces

Pentru fiecare proces identificat, estimarea beneficiilor potențiale aduse de automatizare sau integrarea digitală – fie că este vorba de reducerea costurilor, creșterea vitezei sau îmbunătățirea acurateței.

Prin parcurgerea acestor etape, o întreprindere poate face un diagnostic detaliat al situației sale actuale și poate crea o strategie de digitalizare care să fie adaptată nevoilor sale, concentrându-se pe procesele care vor avea cel mai mare impact pozitiv asupra eficienței generale.

4. Stabilirea unor obiective concrete, măsurabile și adaptate nevoilor specifice ale organizației.

Exemple:

- ✓ reducerea timpului de răspuns la clienți,
- ✓ creșterea accesibilității sau îmbunătățirea proceselor interne.
- ✓ reducerea timpului necesar pentru activitățile repetitive prin implementarea soluțiilor software.
- ✓ utilizarea datelor colectate pentru luarea deciziilor bazate pe informații.
- ✓ implementarea soluțiilor de securitate cibernetică și instruirea angajaților în privința bunelor practici digitale.

- ✓ simplificarea colaborării cu furnizorii și partenerii prin implementarea unei platforme de management al relațiilor cu furnizorii (SRM - Supplier Relationship Management).
- ✓ dezvoltarea unei aplicații mobile sau a unui abonament digital pentru un produs/serviciu existent.
- ✓ digitalizarea documentelor și proceselor administrative pentru a deveni mai eco-friendly.

2.2 Planificarea digitalizării

După stabilirea obiectivelor, este importantă elaborarea unui plan clar de acțiune. Această etapă presupune:

- Stabilirea unei strategii pentru implementarea progresivă a tehnologiilor necesare.
- Identificarea resurselor necesare, atât financiare cât și umane, precum și formarea unei echipe dedicate procesului de digitalizare.
- Stabilirea unor etape și termene pentru implementare, cu puncte de verificare la intervale regulate.

Exemplu: O companie care dorește să implementeze un sistem CRM (Customer Relationship Management) ar trebui să planifice resursele pentru achiziționarea software-ului, instruirea personalului și integrarea acestuia cu sistemele existente.

2.3 Alegerea tehnologiilor potrivite

Alegerea corectă a tehnologiilor este esențială pentru succesul procesului de digitalizare. Se recomandă alegerea soluțiilor software adaptate specificului și mărimii afacerii:

- Selectarea unor tehnologii scalabile, care pot crește odată cu afacerea.
- Optarea pentru soluții care oferă automatizare în ariile critice, cum ar fi ERP pentru gestionarea resurselor, CRM pentru managementul relațiilor cu clienții, sau soluții de e-comerț.
- Testarea unor instrumente care răspund nevoilor afacerii și sunt ușor de utilizat de către echipă.
- Soluții de monitorizare în timp real și răspuns rapid la incidente.
- Utilizarea instrumentelor RPA (Robotic Process Automation) pentru optimizare.
- Investiții în infrastructură redundantă pentru reducerea timpului de inactivitate.

Exemplu: O afacere din sectorul retail poate implementa un ERP pentru a integra gestiunea stocurilor, comenzile și vânzările, astfel încât toate datele să fie disponibile într-o platformă unică.