## المحور السادس
## النماذج المختلفة للتحوّل الرقمي

### ثالثا : النموذج السلوكي في تطبيق التحول الرقمي

1) مفهومه :

عندما نتحدث عن النموذج السلوكي للتحول الرقمي فنحن نركز على سلوكيات الأفراد والمؤسسة أثناء رحلة التغيير، وليس فقط على التكنولوجيا أو العمليات. هذا النموذج يدرس كيف يتفاعل الموظفون، القادة، والعملاء مع التحول الرقمي، ويضع إطارًا لضمان أن التغيير يُترجم إلى سلوكيات عملية يومية تدعم النجاح.

النموذج السلوكي هو بمثابة الجسر بين التكنولوجيا والإنسان، لأنه يضمن أن التحول الرقمي لا يبقى مجرد أنظمة جديدة، بل يصبح ثقافة وسلوك يومي داخل المؤسسة

2) عناصر النموذج السلوكي :

الوعي الرقمي: تعزيز إدراك الموظفين لأهمية التحول الرقمي ودوره في تحسين الأداء

التقبل والتكيف: قدرة الأفراد على تقبل التغيير والتكيف مع الأدوات الرقمية الجديدة بدلًا من مقاومتها

المهارات الرقمية: الاستثمار في تدريب الموظفين على المهارات اللازمة (مثل تحليل البيانات، استخدام المنصات الرقمية)

التحفيز والتمكين: خلق بيئة تشجع الموظفين على استخدام التكنولوجيا وتكافئ السلوكيات الإيجابية المرتبطة بالتحول الرقمي

التواصل الفعّال: نشر ثقافة الشفافية عبر قنوات رقمية داخلية، بحيث يفهم الجميع أهداف التحول وخطواته

القيادة القدوة: القادة يتبنون السلوكيات الرقمية أولًا (استخدام المنصات، اتخاذ قرارات مبنية على البيانات) ليكونوا نموذجًا يُحتذى به

### رابعا : نموذج التحوّل الإستراتيجي في تطبيق التحول الرقمي

النموذج الاستراتيجي للتحول الرقمي هو الإطار المرجعي الأعلى الذي يحدد كيف يمكن للمؤسسة أن تنتقل من وضعها الحالي إلى مستقبل رقمي متكامل، يركز هذا النموذج على الرؤية، التخطيط، والحوكمة أكثر من تركيزه على الأدوات التقنية فقط

1. مكونات النموذج الاستراتيجي

*الرؤية الرقمية :

رؤية واضحة تربط التحول الرقمي بأهداف المؤسسة الكبرى (مثل النمو، التنافسية، الاستدامة).

أن تكون هذه الرؤية مفهومة ومشتركة بين جميع المستويات الإدارية.

*الأهداف الاستراتيجية :

تحديد أهداف قابلة للقياس مثل : تقليل التكاليف بنسبة معينة، رفع رضا العملاء، أو زيادة الحصة السوقية.

*خارطة الطريق الرقمية :

خطة مرحلية تحدد أولويات المشاريع الرقمية، الموارد المطلوبة، والجداول الزمنية

مرونة تسمح بتعديل الخطة وفقًا للتغيرات في السوق أو التكنولوجيا

*المتابعة والتقييم :

نظام دوري لمراجعة التقدم ومقارنته بالأهداف.

استخدام مؤشرات كمية ونوعية لقياس النجاح.

2. مراحل النموذج الاستراتيجي

التشخيص والتحليل: دراسة الوضع الحالي (نقاط القوة، الضعف، الفرص، التهديدات).

تحديد الرؤية والأهداف: صياغة رؤية رقمية وربطها بأهداف المؤسسة.

تصميم خارطة الطريق: وضع خطة تنفيذية بمراحل واضحة.

التنفيذ المرحلي: تطبيق المشاريع الرقمية وفق الأولويات.

المراجعة والتحسين: تقييم النتائج وإجراء تعديلات مستمر