مقياس : الاقتصاد الرقمي

د , مسمش نجاة

المحاضرة : استراتيجية الاقتصاد الرقمي و التحول الرقمي

مع التطور التكنولوجي المتزايد حول العالم، أصبحت الحاجة لتطبيق استراتيجية التحول الرقمي في المؤسسات أمر لا بد منه، حيث يساعد التحول الرقمي من تطوير المنتجات، مع إمكانية التسليم في وقت أقل مع ضمان كفاءة أعلى. ولذا، فإن تطبيق التحول الرقمي يساهم في مواجهة تغيرات السوق ومتطلبات العملاء المتغيرة باستمرار. فما هي استراتيجية التحول الرقمي، وكيفية تطويرها؟

ما هي استراتيجية التحول الرقمي؟

تُعرف استراتيجية التحول الرقمي على أنها إحدى الطرق المستخدمة لإعادة هيكلة المؤسسة، بهدف دمج التقنيات الرقمية في جميع مجالات التحول الرقمي داخل المؤسسة، وذلك من أجل الحصول على رضا العملاء، من خلال سرعة التسليم وزيادة كفاءة وجودة المنتجات. ولكن لن يقتصر تعريف رقمنة المؤسسة إلى هذا فقط، بل يشمل تغيير كامل لثقافتها أيضًا، وطرق تنفيذ العمليات وسير العمل.

كما يشير مفهوم استراتيجية التحول الرقمي إلى أنها خطة مُفصلة وشاملة لتطوير العمليات بالمؤسسات وكافة الجوانب المادية، وذلك باستخدام التقنيات الرقمية. وهي تشمل مجموعة من الخطوات التي تقوم المؤسسات من خلالها بتطبيق الأدوات والتقنيات المناسبة، من أجل رضا العملاء وتحسين الكفاءة.

وبالرغم من التحديات التي قد تواجه المؤسسة عند تطبيق التحول الرقمي، إلا أن الفائدة التي سوف تعود عليها أكبر، ومنها:

- القدرة على مواكبة التطور والتغيرات المستمرة.
- سرعة الاستجابة ووقت الوصول إلى السوق.
- زيادة الجودة وتحسين الإنتاج.
- تعزيز التعاون بين أقسام المؤسسة.
- زيادة القدرة على المنافسة.
- تقليل المخاطر.

مكونات استراتيجية التحول الرقمي

حتى تكون قادرًا على إنشاء استراتيجية فعّالة، يجب أن تكون على دراية تامة بمكوناتها، والتي تشمل:

1- الرؤية والقيادة

التحول الرقمي يعني رؤية جديدة للمؤسسة، والتي يجب أن تكون واضحة وتعبر عن أهداف المؤسسة من هذا التغيير. كما أن عقلية القيادة يجب أن تكون منفتحة ومتقبلة للتغيير، لأن القادة سيكون لهم دور أساسي في تشجيع الموظفين على الابتكار.

2- نهج التركيز على العملاء

التحول الرقمي يعطي دائمًا الأولوية للعملاء، ومن أجل تبدأ المؤسسات رحلتها في التغيير!

وبالتالي، يجب على المؤسسات أن تركز على احتياجات وتوقعات العملاء، وذلك من خلال مصادر وطرق عديدة، مثل الحصول على رؤى من العملاء، والاعتماد على تحليل البيانات لاتخاذ القرار المناسب في كيفية تحسين تجارب العملاء.

3- مرونة العمليات

دائمًا ما يتطلب التحول الرقمي المرونة والتكيف، للاستمرار في مواكبة التغيرات المتسارعة. كما يجب أن يكون لدى المؤسسة ثقافة الابتكار وتجربة مبادرات جديدة، حتى تكون مستعدة للتكيف.

كما أنه بإمكان المؤسسات أن تعتمد على أساليب مرنة مثل نهج DevOps، والذي يتيح لها يسهل لها التكيف والتعديل، فمن خلال هذه الوسائل، تتمكن المؤسسات من الوصول إلى السوق وإجراء التعديلات والتكامل المستمر.

4- اتخاذ القرار القائم على البيانات

البيانات عنصر هام لا يجب الأغفال عنه في استراتيجية التحول الرقمي، إذ يجب على المؤسسات الاعتماد على تحليل البيانات ليس فقط لاتخاذ القرارت المدروسة، بل أيضًا للاعتماد عليه في تحسين تجربة العملاء، وتحديد مصادر جديدة للدخل، وتطوير عمليات الشركة.

ويجب الأخذ في الاعتبار ضمان أمن البيانات باستخدام التدابير الأمنية الفعّالة، إلى جانب الاعتماد على إطار مُحكم في حوكمة البيانات.

5- الابتكار والتعاون

دائمًا ما يرتبط التحول الرقمي بالابتكار، وهي ثقافة يجب أن تكون راسخة في المؤسسات التي تسعى للتغيير، وهذا يعني يجب أن يكون لدى الموظفين هذه الثقافة، ويحصلون على التشجيع في إطلاق الحلول والأفكار الإبداعية. كما أنه ما يعزز من هذا الابتكار ويساعد على تقديم أفكار مبتكرة ومبادرات رقمية ناجحة، هو التعاون الذي يجب أن يسود بين الجميع.

6- تطوير مهارات الموظفين

لا يمكن أن ينجح التحول الرقمي دون وجود موظفين يمتلكون مهارات مطوّرة للتعامل مع هذا التغيير وقادرين على استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة. وبالتالي، يجب أن تهتم المؤسسات بتوفير برامج تدريبية للموظفين تُمكنهم من تطوير مهاراتهم الرقمية وحتى يكونوا أكثر استعدادًا للتغيير، ويتمكنوا من المشاركة بشكل فعّال في استراتيجية التحول الرقمي.

7- تحديد التقنيات التكنولوجية

يجب أن تتضمن استراتيجية التحول الرقمي التقنيات التكنولوجية المطلوبة والتي يجب أن تتماشى وفق رؤية وأهداف المؤسسة، ومن بين الأمثلة على هذه التقنيات: إنترنت الأشياء، الحوسبة السحابية، الذكاء الاصطناعي.

من الأفضل أن تعتمد المؤسسة خطة بالتقنيات المستخدمة والأخرى التي قد تحتاجها المؤسسة، وتحديد مدى استفادة المؤسسات من هذه التقنيات في إدارة التغيير، على أن تكون خطة مرنة قابلة للتعديل.

8- حماية بيانات العملاء

حتى تتجنب الشركات مخاطر الإضرار بالسمعة وفقدان ثقة العملاء، يجب أن تهتم بحماية بيانات العملاء، وذلك باستخدام تدابير أمنية قوية، مع ضمان الامتثال للوائح والقوانين.

كيفية تطوير استراتيجية التحول الرقمي:

مهم نعرف أن التحول الرقمي عبارة عن عملية مُعقدة ومستمرة، ولهذا يجب على الشركات والمؤسسات أن تتحرى الدقة عند التخطيط للتحول الرقمي، وذلك لضمان نجاحها. ولهذا يمكن تطوير استراتيجية التحول الرقمي من خلال اتباع الخطوات التالية:

تقييم الوضع الحالي للمؤسسة_

تحديد نقاط الضعف ونقاط القوة

البحث عن الفرص المحتملة في السوق

توضيح الغرض من رؤية المؤسسة وأهدافها

ثم وضع خطة عمل مناسبة تضمن التكنولوجيا والفرق والميزانية المطلوبة لتحقيق ذلك دون التركيز في التفاصيل

تكمن ضرورة استخدام تقنيات التحول الرقمي من أجل التكيف مع تغيرات السوق وعادات العملاء. ولهذا يسعى أصحاب الأعمال إلى تطبيق الخطوات التالية:

التكيف مع تطورات عالم العمل

تحقيق المرونة

تشجيع الابتكار

التحول من مشروع إلى منتج

ولتحقيق ذلك يُنصح بمعالجة جميع مجالات المؤسسة لتحقيق استراتيجية التحول الرقمي، كما يلي:

1- تغيير بيئة العمل

من الضروري أن تبنى بيئة العمل للفرق على التعاون والمشاركة، بالإضافة إلى إتاحة الإستقلالية حتى يمكنهم ذلك من استخدام أفضل الطرق لضمان تسليم سريع للعملاء. ولتحقيق مزيد من المرونة يجب التكيف مع التطورات المتغيرة في عالم العمل.

2- التشجيع على الابتكار

يعتبر الابتكار من الأساسيات التي تساعد في مواجهة التغيرات السريعة في السوق، وكذلك التحديات لضمان تحقيق مرونة الأعمال التي يجب أن تتحقق في المؤسسة. ولهذا من الضروري تشجيع الموظيفين على العمل والابتكار وإعطاء حلول للمشكلات، وطرح أفكار لانتهاز الفرص التي يمكن أن تطور من العمل داخل المؤسسة. فيكون العمل الجماعي هو سر النجاح.

3- تحديث البرمجيات على نطاق واسع

تساهم الحلول البرمجية في تمكين المؤسسة من تحقيق الأهداف، وتحسين سير العمل والعمليات، بالإضافة إلى تعزيز التخطيط والتمويل، حيث أنها تساعد المستخدمين في الحصول على متطلباتهم تبعًا لشروطهم وجدولهم الزمني.

4- تطوير المنتجات

للحصول على رضا العملاء ومواكبة تغيرات السوق، تلجأ العديد من المنظمات إلى تطوير الأساليب المستخدمة لزيادة سرعة التسليم مع تكاليف أقل بغض النظر عن جودة المنتج. ويكون الحل هنا هو استخدام تكنولوجيا البرمجيات في أعمال المنظمات لتعزيز التحول الرقمي، حيث يساهم في تحسين النتيجة النهائية للأعمال، وتحقيق الأهداف الاستراتيجية، وزيادة رضا العملاء، وبالتالي زيادة الإيرادات.