



DE GLASHELDERE GIDS

Effectieve en succesvolle digitale transformatie

// THE PORTAL SPECIALIST

1 Connecting the dots

2 Think - Build - Scale: the digital transformation journey

3 **THINK**

3.1 // Visie & strategie

3.1.1 // Customer journey mapping

3.1.2 // De ultieme klantbeleving

3.2 // Resource management

4 **BUILD**

4.1 // Technologie als kickstart voor jouw digitale transformatie

4.2 // Assessment van je huidige IT- en applicatielandschap

4.3 // Het toekomstige landschap visualiseren

4.4 // Digital partner voor development en implementatie

5 **SCALE**

5.1 // Met de juiste data van digitale transformatie naar digitale acceleratie

5.2 // Het belang van een single source of truth

5.3 // Data assessment

6 Connecting the dots met een alomvattend portaal

1.0

Connecting

the dots

Digitale transformatie is niet nieuw, maar de wereldwijde pandemie is een realiteitscheck geweest voor veel organisaties. Een katalysator voor bedrijven die digitale transformatie nog niet wilden omarmen. En aan ondernemingen die al een digitale strategie geïnstalleerd hadden, heeft het laten zien dat er nog ruimte voor verdere verbetering is.

Daarom is dit het moment om de huidige strategie te heroverwegen. Heeft jouw organisatie digitale transformatie daadwerkelijk of überhaupt omarmd? Of zijn er mooie systemen en technologieën geïmplementeerd, maar blijft de beoogde groei nog uit?



Waar veel organisaties de mist mee ingaan is dat de ideale situatie niet compleet wordt uitgedacht en er te snel tot aankoop en implementatie van bijvoorbeeld een nieuw systeem wordt overgegaan. Er zit namelijk een wezenlijk verschil tussen digitalisering en succesvolle digitale transformatie.

Dat is meer dan technologieën implementeren om data te benutten en processen te automatiseren. Het is een allesomvattende benadering waarbij het draait om de verbinding tussen alle business units, stakeholders en gebruikers en die helpen met de juiste technologie en automatisering.

Wij noemen dat **“connecting the dots”**. In deze whitepaper leer je wat die dots zijn en hoe je vanuit een holistische benadering die verbinding tot stand brengt. Met behulp van die verbinding kun je optimalisaties starten die onderaan de streep regelrecht resultaat opleveren.

2.0

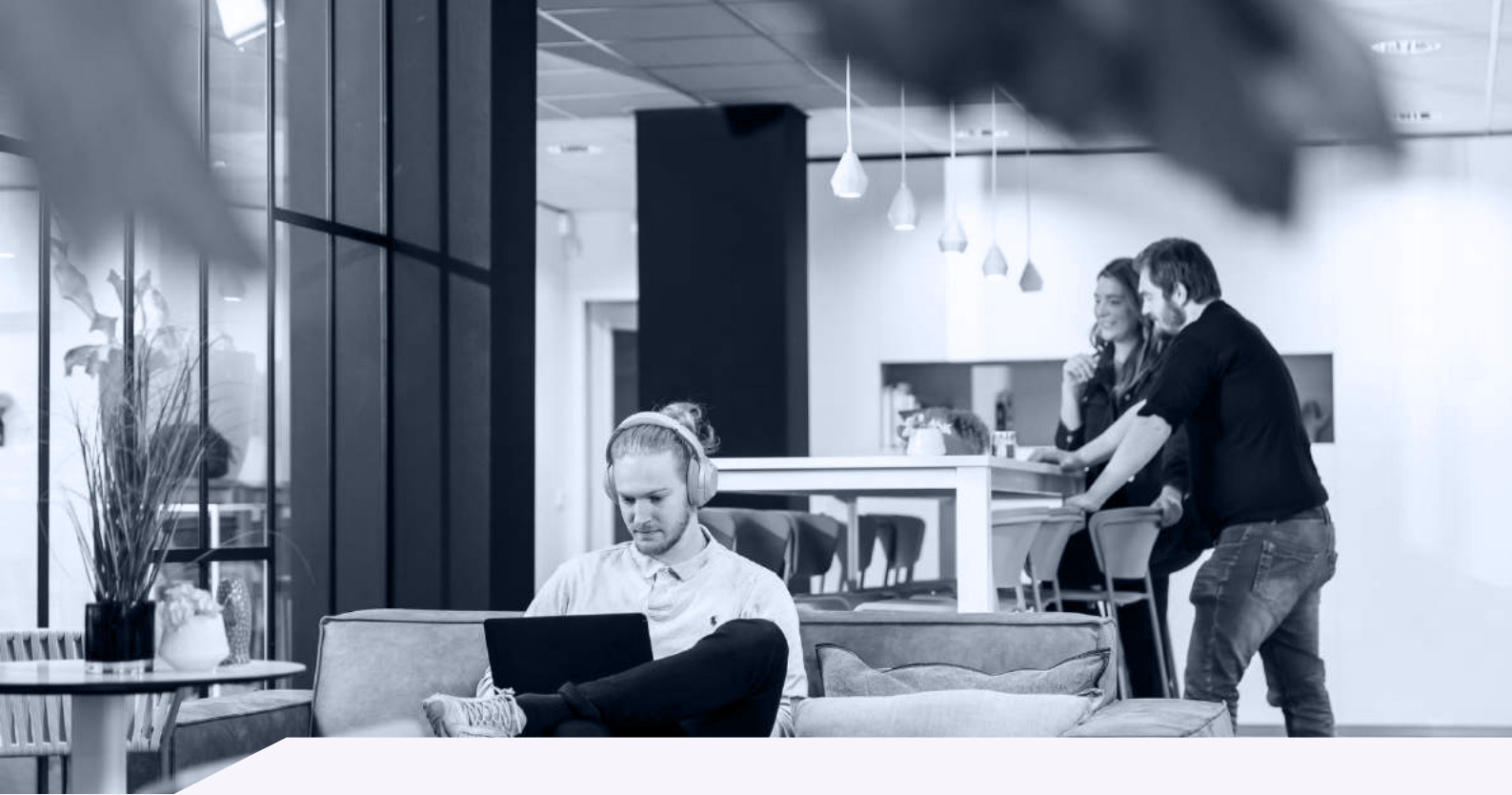
The digital transformation journey

Think - Build - Scale

Het mandaat om bedrijven te moderniseren en verouderde processen met digitale processen en technologieën te vervangen, wordt al jarenlang gepromoot. Wat is er dan nu veranderd?

In principe niet veel, want digitale transformatie heeft altijd al bijgedragen aan een betere user experience. Maar COVID-19 heeft de focus gelegd op een versnelde behoefte aan het digitale aanbod; het virus legde bedrijven over de hele wereld stil, sloot kantoren en verstoorde de wereldwijde supply chain.

Consumenten die nooit online winkelden, hadden ineens geen andere optie toen lockdowns en bezettingslimieten van kracht werden. Digitaal was niet langer "nice to have", maar de enige manier om zaken te doen. Die verschuiving is niet tijdelijk; het coronavirus heeft de manier waarop we leven, werken en winkelen permanent veranderd.

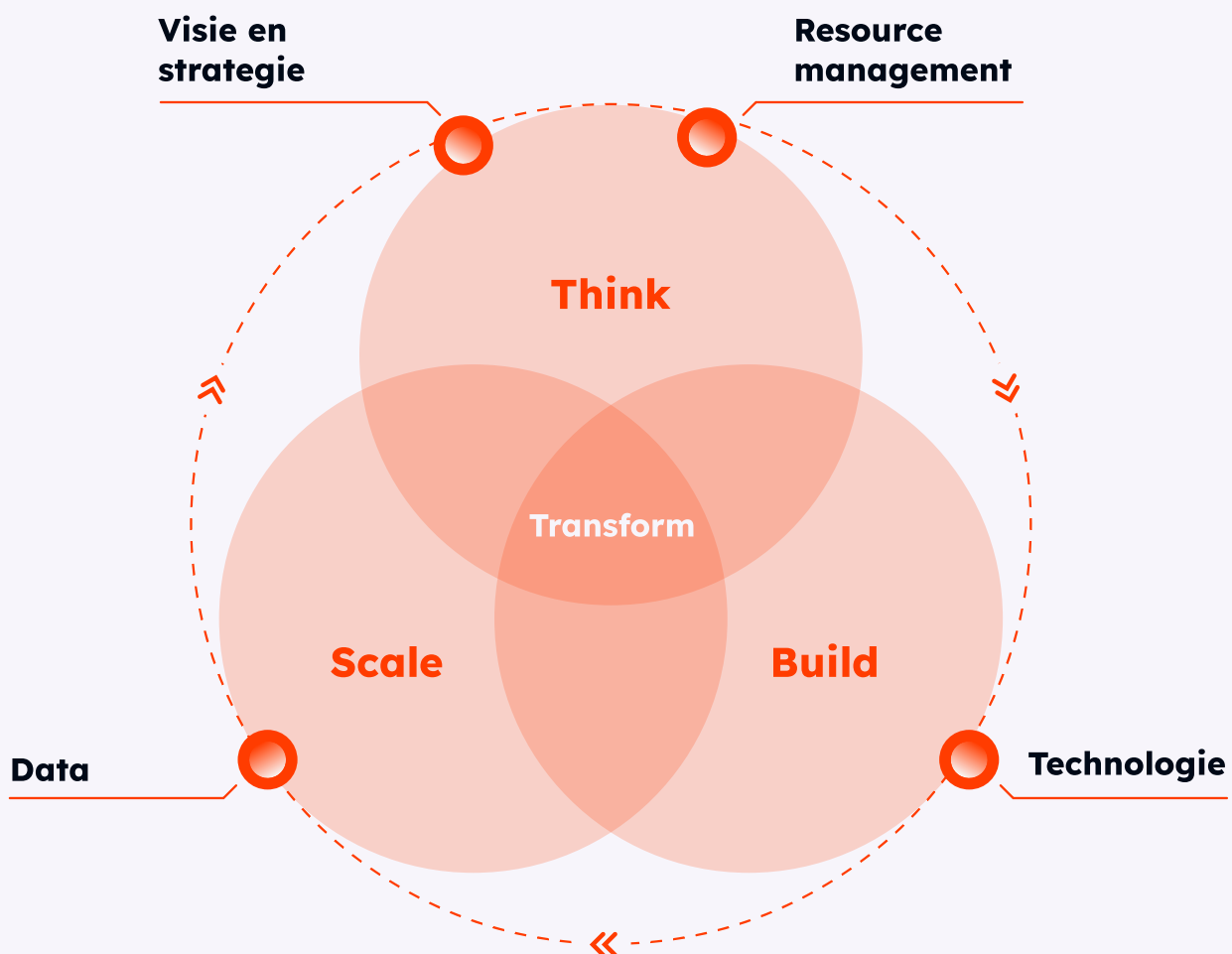


De pandemie heeft alle twijfels over de rol van digitale transformatie voor de levensduur van organisaties bij de deur gezet.

Digitale adoptie op grote schaal is noodzakelijk voor alle bedrijven, van groot tot klein en van jong tot oud. Om de concurrentie voor te blijven, moeten organisaties zich snel aanpassen en de online eisen van hun klanten omarmen. Dat betekent een digital-first strategie bedenken en uitvoeren.

Maar wat houdt een **digital-first strategie** precies in en hoe krijg je, zeker een gevestigd bedrijf, in beweging om digitale transformatie aan te pakken, om het écht te omarmen?

We bekijken 4 key pillars voor digitale transformatie binnen onze Think, Build, Scale aanpak:





3

THINK

3.1

Visie en strategie

**“Als je focust op resultaat
zul je niets veranderen; als
je focust op **verandering**
zul je resultaat zien.”**

JACK DIXON

Digitale transformatie wordt vaak gezien als technische missie, en dus wordt er een technisch team opgezet. Het gevaar daarvan is dat je dan volstaat met het implementeren van een nieuw systeem of het adopteren van een nieuwe technologie. Maar het vraagt echter om een holistische aanpak die door het hoger management organisatiebreed uitgerold moet worden.

Om echt succesvol te veranderen moet je eerst weten waar je nu staat. En die huidige situatie bekijk je niet vanuit je eigen perspectief, maar vanuit het perspectief van de klant. Want daar doe je het uiteindelijk allemaal voor. Hierin kan een klant natuurlijk iedereen zijn: consument, patiënt, student, collega, zakelijke partner, de overheid, ga zo maar door.

3.1.1

Customer journey mapping

Om de huidige situatie te bekijken vanuit het perspectief van de klant (of de gebruiker), wil je eerst een goed beeld krijgen van de interacties die deze gebruiker heeft met de organisatie. Door middel van customer journey mapping kun je dit proces in kaart brengen.

Documenteer wat klanten doen, waar en wanneer ze het doen, en hoe ze door een buyer journey bewegen. Die visuele weergave levert krachtige inzichten op. Het helpt je pijnpunten te identificeren en

zelfs emotionele beweegredenen te achterhalen. Aan de hand van die inzichten kun je op zowel de korte als lange termijn digitale transformatie projecten identificeren.

Tip

Gebruik je whiteboard software? Grote kans dat je gratis templates kunt gebruiken om de customer en buyer journey in kaart te brengen. Bijvoorbeeld:



Miro



Conceptboard



InVision



TheyDo

3.1.2

De ultieme klantbeleving

Als je de huidige situatie in kaart hebt gebracht is het tijd om de ideale situatie vorm te geven, jouw gevalideerde visie voor de ultieme customer experience.



Bedenk hoe die optimale ervaring eruitziet.

Hoe kun je die ervaring stroomlijnen?

Hoe kun je problemen, support calls, mails en fouten minimaliseren?

Waar heb je organisatorische of culturele silo's?

Hoe voeg je iets speciaals toe waardoor je echt opvalt?

Wat zou nodig zijn om meer enthousiaste fans te maken?

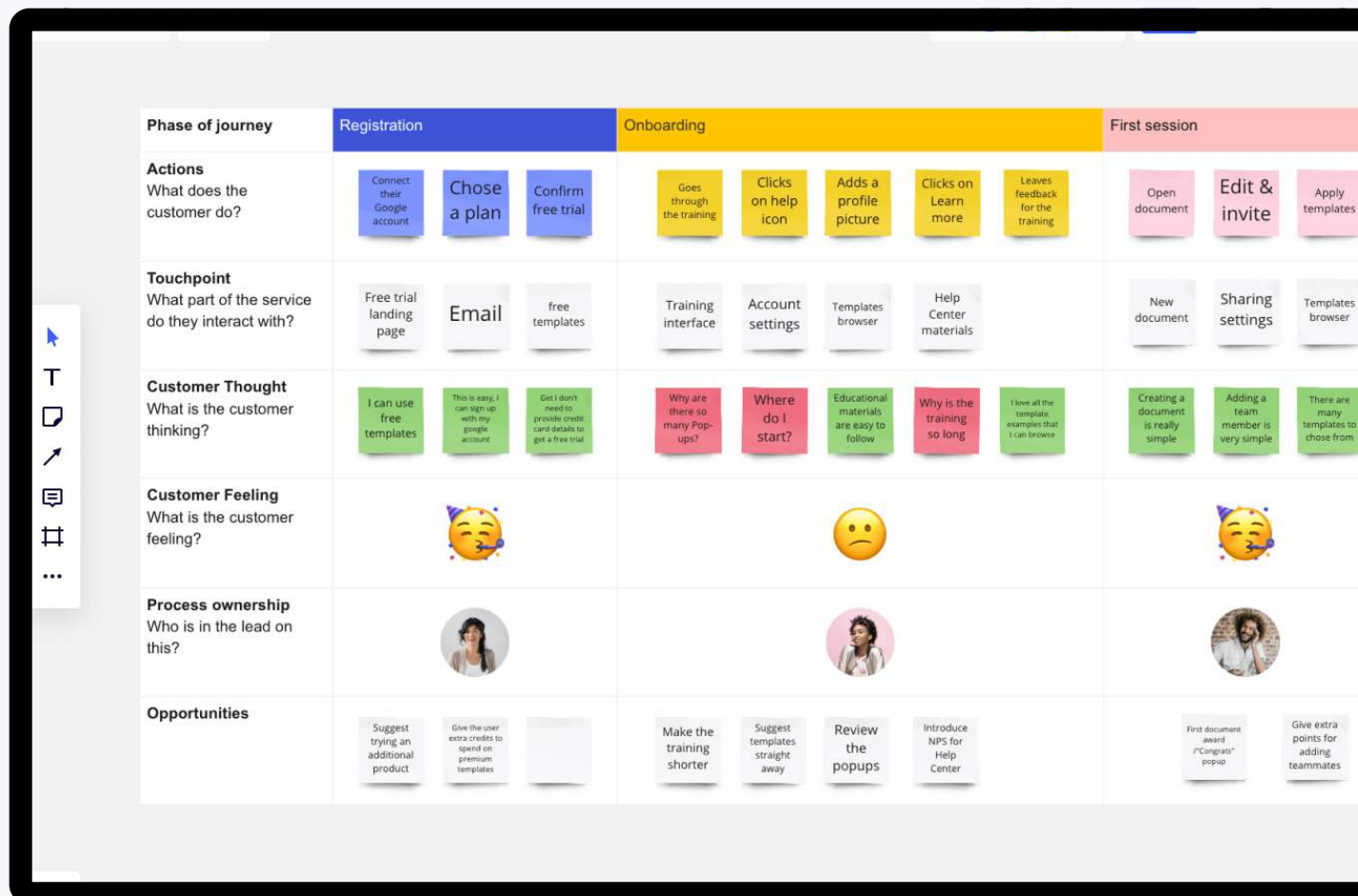
Kunnen meer elementen van de buyer journey in een zelfbedieningsmodel worden geleverd?

Echt succesvol veranderen heeft visie nodig.

Je moet precies weten welke ideale situatie je nastreeft, om vervolgens die ideale situatie te creëren met behulp van technologie. Dus vraag je af hoe de meest ultieme klantbeleving eruitziet? Beter nog, vraag het je klanten zelf.

Interview klanten of klantgroepen, degenen die van je houden en juist ook degenen die geen fan zijn, en vraag hen wat zij missen en nodig hebben. Zo leer je welke hiaten zij zien en welke extra's je kunt bieden.

// MIRO TEMPLATE - CUSTOMER JOURNEY MAP



3.2 A-spelers

Resource management is essentieel voor digitale transformatie.

Nadat je de stip op de horizon hebt gezet, is het zaak om te investeren in de resources die je nodig hebt om daar te komen. Zonder de juiste middelen en vaardigheden om deze nieuwe ideeën tot leven te brengen, blijf je hangen in de huidige situatie.

De belangrijkste resource die je hebt, is het personeel. Je hebt zogenoemde A-spelers nodig om de stappen te kunnen zetten die voor ogen hebt. Dat zijn mensen die meegaan in de agile cultuur die nodig is voor digitale transformatie én die over de skills beschikken om die transformatie te realiseren en succesvol te maken.

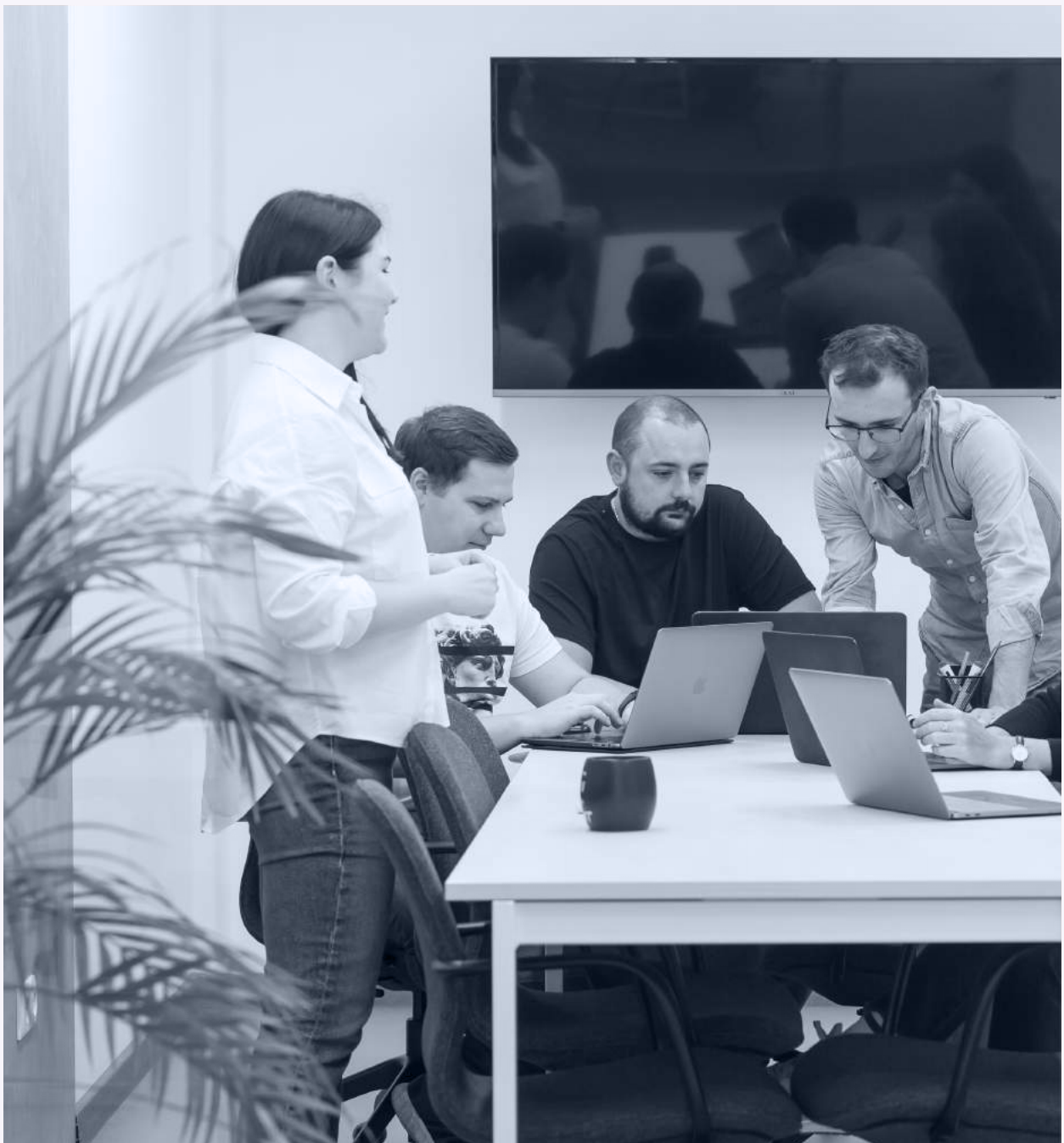
Je zult dus het bestaande personeelsbestand moeten beoordelen.

Welke skills zijn er binnen het team en welke ontbreken. Om het gat te dichten kun je verschillende acties ondernemen:

- » **Het huidige personeel trainen**
- » **Nieuw personeel aantrekken**
- » **Gebruikmaken van freelancers**
- » **Gespecialiseerde bureaus/consultants inhuren**

Je kunt ervoor kiezen het huidige personeel bij te scholen of uit te breiden met freelancers. Goede freelancers kunnen waardevol zijn voor je inspanningen op het gebied van digitale transformatie. Zij kunnen het perspectief van een buitenstaander bieden, en hun focus is niet verwaterd.

Tot slot heeft het inhuren van gespecialiseerde bureaus ook zeker zijn voordelen. Zij hebben de ervaring en de middelen om snel en goed resultaat te behalen op vlakken waar het jouw organisatie misschien meer tijd en geld zou kosten.





4

BUILD

4.1 Kickstart

Technologie als kickstart voor jouw digitale transformatie

Digitale transformatie wordt vaak gezien als technische missie, en dus wordt er een technisch team opgezet. Daarmee doe je het allesomvattende karakter van het project teniet. Zorg dus dat je als initiatiefnemer of verantwoordelijke betrokken blijft en een grondig begrip ontwikkelt rondom het technologische aspect.

Dat betekent niet direct dat je je moet omscholen tot IT'er. Het is op dit gebied van belang dat je op de hoogte bent van het huidige IT- en applicatielandschap van de organisatie en welke systemen met elkaar gekoppeld zijn.

Hoe die koppelingen precies werken, dat kun je overlaten aan de experts. Maar door zelf een goed begrip te krijgen van de informatie- en communicatiestromen kun je ook zien waar er ruimte is voor verbetering. Welke processen kunnen soepeler, efficiënter of goedkoper?

En laat je niet belemmeren door je huidige IT-portfolio. Bij de gedachte aan het implementeren van nieuwe systemen, schieten veel bestuurders direct in de vlekken.

Want ja, dat kost vaak tijd en geld. Maar als je bang bent voor verandering, zul je niet snel in die groeispurt terechtkomen die je ambieert. Durf in te zien waar er betere alternatieven zijn en durf vervolgens ook de stap te zetten naar een nieuwe of aangepaste oplossing. Goede digitale partners helpen bij het implementatieproces en creëren samen met jou draagvlak binnen de organisatie voor de verandering.

“Insanity is doing the same thing over and over again and expecting different results”

ALBERT EINSTEIN

4.2 Huidige situatie

Assessment van je huidige IT en applicatie landschap

In dit deel van de digital transformation journey bekijk je jouw bestaande IT- en applicatielandschap. Aan de hand van een gap-analyse breng je in kaart waar de technologie te kort schiet en hoe je kunt groeien naar het meest ideale proces.

Inventariseer organisatiebreed welke digitale oplossingen gebruikt worden.

Denk aan tooling en platformen. Analyseer vervolgens de performance per digitale oplossing aan de hand van het IT-assessment.



IT assessment

Op de volgende pagina vind je een voorbeeld van hoe jouw IT assessment eruit kan gaan zien. Dit is voor iedere organisatie weer anders. Aan de hand van de onderstaande stappen kun jij jouw IT- en applicatielandschap in kaart brengen en beoordelen.

01

Zet onder 'Applicatie' de tooling, het systeem of het platform bij de afdeling die daarvoor verantwoordelijk is. De afdelingen en tooling die er nu staan, kun je als voorbeeld beschouwen. Waarschijnlijk zul je nog een aantal afdelingen moeten toevoegen.

02

Omschrijf de applicatie en welk doel de applicatie dient binnen de organisatie.

03

Maak een opsomming van de functionaliteiten. Deze informatie kun je bij je provider opvragen en vraag dan direct of er nieuwe features zijn of bestaande die jouw bedrijf nog niet optimaal benut. Daarnaast kun je ook vragen om een demo van de mogelijkheden die hun meest innovatieve klanten benutten.

04

Onderzoek welke koppelingen en integraties mogelijk en/of nodig zijn.

05

Beoordeel de schaalbaarheid van de oplossing. Is deze applicatie ook in de toekomst nog interessant voor jouw organisatie?

06

Bekijk welke andere stakeholders gebruikmaken van de applicatie en met welk doel en in welke mate. Dit kunnen uiteraard interne gebruikers zijn, maar denk juist ook aan de externe gebruikers zoals klanten, partners, patiënten of studenten.

07

Vraag de gebruikers naar hun ervaringen. Waar zitten de knelpunten, is er behoefte aan andere of meer functionaliteiten, heeft de applicatie veel onderhoud nodig? Neem ruim de tijd voor dit onderdeel en probeer alle informatie op tafel te krijgen. Deze inzichten kun je direct gebruiken voor procesoptimalisaties.

	1. Applicatie	2. Omschrijving en bedrijfsdoelstelling	3. Functionaliteiten	4. Koppelingen	5. Schaalbaarheid	6. Overige users en doelen	7. Knelpunten
Sales	CRM						
	Sales funnel tool						
	Sales integration tool						
Marketing	CMS/DXP						
	Marketing Automation software						
	SEO/SEA tool						
	Analytics tool						
Operations	Slack						
	Trello						
	Jira						
	Operation management software						
Human resource	Slack						
	Trello						
	Jira						
	Operation management software						
+ Add Department							

4.3 Ideale situatie

Het toekomstige landschap visualiseren

Nu je een helder beeld hebt van je huidige IT- en applicatielandschap en weet waar de knelpunten zitten bij de gebruikers, is het zaak een voorstelling te maken van de meest ideale situatie. Aan de hand van de inzichten die je hebt opgedaan, definieer je 'the gap'.

Vervolgens bekijk je de mogelijkheden om het gat tussen de huidige en de ideale situatie te dichten. Tot slot breng je toekomstige mogelijkheden en technieken in kaart die je op de lange termijn wilt toevoegen of uitbreiden in een technology roadmap.



Digitale transformatie is een organisatiebreed proces en dus vraagt het schetsen van de meest ideale situatie om een multidisciplinair team. Denk aan de verantwoordelijke van alle business units, maar ook van de afzonderlijke afdelingen.

Daarnaast wil je ook andere stakeholders betrekken bij dit proces. De zogenaamde end-user wordt vaak vergeten, maar is natuurlijk de meest belangrijke partij. En vergeet ook externe partners niet die bijdragen aan bedrijfskritische processen.

Bij het bepalen van de inrichting van het toekomstige landschap zijn flexibiliteit, innovatie, e-commerce en snelheid belangrijke onderwerpen.

Om op die gebieden goed te presteren moet het IT- en applicatielandschap hiervoor geschikt zijn. De volgende vragen kunnen je helpen bij het schetsen van de meest ideale situatie:

10

Welke oplossingen en afdelingen moeten samenwerken?

Bekijk in de tabel welke afdeling verantwoordelijk is voor een bepaalde applicatie en in welke mate die afdeling de applicatie gebruikt. Misschien ontdek je dat een andere rol of afdeling binnen het bedrijf de applicatie minstens even intensief gebruikt. Wellicht is het in dat geval verstandig de verantwoordelijkheid te heroverwegen en de behoeftes van deze andere user zwaarder mee te laten tellen.

02

Hoe bereik je een single source of truth?

Hoe minder handmatige invoer, hoe minder foutgevoelig en tijdrovend processen zijn. Bekijk welke integratiepunten er zijn met andere oplossingen. Controleer ook waar spreadsheets voor gebruikt worden. Wellicht zie je kansen om die handmatige processen te automatiseren en samen te voegen in één source.

03

Hoe bewaak je het overzicht?

Bekijk wie data genereert, waar die worden opgeslagen en hoe deze data toegankelijk worden gemaakt voor de andere users.

04

Hoe elimineer je meerdere logins voor meerdere tools?

Het schakelen tussen de verschillende applicaties kan zeker in het geval van een groot IT-landschap, veel tijd kosten en ongemak veroorzaken. Bekijk hoe je logins kunt verminderen en het werkproces kunt versoepelen.

05

Kunnen werknemers volledig remote werken zonder dat de veiligheid in het geding komt?

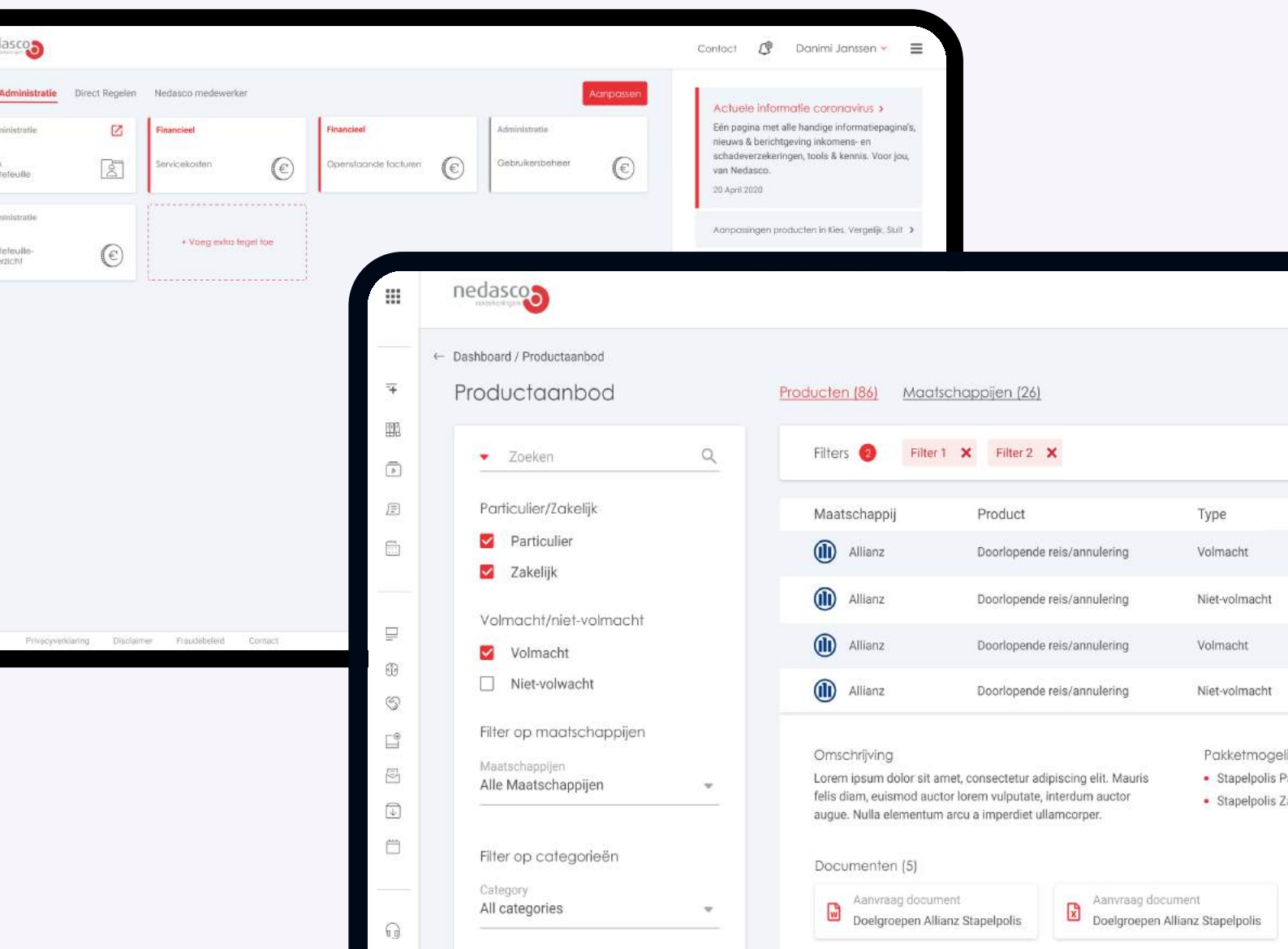
Als werkgever ontkom je er niet meer aan flexibiliteit te bieden als het gaat om waar en ook wanneer het werk gedaan wordt. Data zullen dus overal toegankelijk moeten zijn zonder dat dit ten koste gaat van de security.

Overweeg om een portaal te laten ontwikkelen om zo zoveel mogelijk applicaties met elkaar te koppelen.

Met een single sign-on oplossing verminder je het aantal logins en maak je schakelen tussen verschillende applicaties makkelijker.

Daarnaast creëer je overzicht door zoveel mogelijk data in één veilige en centrale omgeving toegankelijk te maken voor de juiste rollen.

// PARTNER PORTAL MET SINGLE SIGN-ON



4.4 Partnership

Digital partner voor development & implementatie

Als de schets van het meest ideale IT- en applicatielandschap staat, is het tijd om de brug te ontwerpen waarmee je van de huidige staat bij die gewenste situatie terechtkomt. Die oplossing ontwikkel je samen met een development bureau.

Uiteraard kun je er ook voor kiezen om een **ervaren portal specialist in te schakelen die je bij het hele proces begeleidt.**

Die partij zal de bovenstaande stappen en assessments samen met jou en je team doorlopen.

Samen, want voor een succesvolle transformatie is volledig uitbesteden geen optie. Je zult altijd zelf met jouw eigen team nauw betrokken moeten zijn bij het hele proces.

Zo voorkom je dat het eindproduct niet aansluit bij de werkwijze, cultuur, de wensen van gebruikers of simpelweg niet aan de verwachtingen voldoet.





5

SCALE

5.1 Accelereren

**Met de juiste
data van
digitale
transformatie
naar digitale
acceleratie**



Wanneer de juiste technieken en processen geadapteerd zijn, kun je over tot hetgeen dat de motor draaiende houdt en waar je gas mee kunt geven: data. Zonder data zijn de tools en technieken die je hebt geïnstalleerd lege hulzen.

De data kun je zien als de brandstof die het geheel in beweging brengt én houdt. Om het beste resultaat te verkrijgen en op de weg van exponentiële groei te komen, moet je inzicht krijgen in de juiste data.

01

Creëer een single source of truth

02

Investeer in het elimineren van datasilo's en het verzamelen van nieuwe data

03

Gebruik bestaande data als basis voor productontwerp en het creëren van nieuwe businessmodellen

04

Onderzoek nieuwe tools, zoals kunstmatige intelligentie, om data op een nieuwe manier te bekijken

05

Behandel data en privacy met uiterste zorg en zorg voor een goede beveiliging

5.2

Het belang van een single source of truth

Een single source of truth stelt alle medewerkers en stakeholders van een organisatie in staat om zakelijke beslissingen te nemen op basis van dezelfde datasets. Het is het uitgangspunt voor ieders handelen op operationeel, tactisch én strategisch niveau. Daarnaast voorkom je dubbele inspanningen doordat gebruikers dezelfde data genereren.

Een portal kun je zien als een soort meta-applicatie. Een startpagina die toegang verleent tot een collectie van tools, applicaties en unieke services. Door middel van een portal kun je alle business data op één enkele locatie krijgen. Zo voorkom je dat informatiesilo's ontstaan. Het is je single source of truth waarbinnen data uit verschillende bronnen bij elkaar komen en met elkaar gecombineerd worden. Dat geeft een eenduidig overzicht op basis waarvan afzonderlijke teams kunnen handelen.

Gebruik onderstaand assessment om de data van je organisatie te beoordelen en de acties voor optimalisatie te definiëren

DATA ASSESSMENT

- 01 | Welke data heb je?
- 02 | Hoe volledig en actueel zijn de gegevens?
- 03 | Waar zijn de silo's en wat moet er gebeuren om de data-integraties te verbeteren?
- 04 | Wie creëert data en waar worden ze opgeslagen?
- 05 | Zijn er meerdere afdelingen of mensen die dezelfde soorten data creëren en onderhouden?

06

Welke aanvullende data heb je nodig van je klanten en prospects en hoe kom je aan die data?

07

Zou je kunnen profiteren van het aangaan van partnerschappen met een aantal strategische dataleveranciers om de kennis over prospects en klanten te vergroten?

08

Heb je grip op data uit sociale media en beschik je over de informatie over wat anderen over jouw bedrijf zeggen?

09

Behandel data en privacy met uiterste zorg en zorg voor een goede beveiliging

10

Hoe zit het met dark data – de grote hoeveelheden ongestructureerde data die offline worden gevonden? Kan dit worden gedigitaliseerd en in de organisatie worden toegepast?

11

Als er al een audit van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is uitgevoerd, controleer deze dan om er zeker van te zijn dat de processen nog steeds werken. Als er nog geen is uitgevoerd, plan deze dan in.



Connecting the dots met een allesomvattend portaal

De Think - Build - Scale journey kun je gebruiken om de weg die je hebt ingeslagen naar digitale transformatie en digitale acceleratie te heroverwegen.

Mocht je hulp nodig hebben met het opmaken van de balans of met het ontwerp van de meest ideale situatie, dan kun je altijd een portal specialist zoals Dotlab inschakelen. Een ervaren partij, met kennis van digital-first strategie, user experience en schaalbare digitale oplossingen, kan je begeleiden met het proces van digitaal transformeren. Compleet uitbesteden is daarentegen geen goed idee. Je zult altijd zelf betrokken moeten blijven bij het proces om het beste resultaat te behalen.



Waar een digital partner of portal specialist het verschil kan maken is op het gebied van expertise. Digital consultants kunnen je uitdagen verder te denken en laten je de kansen zien die je zelf misschien niet eens voor mogelijk had gehouden.

Een portaal kan digitale transformatie versnellen doordat het bijdraagt aan de 4 key pillars van digitale transformatie en deze ook met elkaar in verbinding brengt, connecting the dots. Visie & strategie, resources, technologie en data komen samen en vormen zo een single source of truth. En met die single source of truth kunnen alle stakeholders op elk moment en vanaf elke locatie bijdragen aan de winstgevendheid van de onderneming.



Samen digitale impact maken?

Wil jij niet langer afhankelijk zijn van techniek, maar de gebruiker centraal zetten? Door human-driven te denken en te ontwerpen, zorgen wij dat de techniek weer vóór je werkt. Ook een menselijke aanpak nodig? Pak de telefoon en laten we eens praten.

mail@dotlab.nl

of

+31 (0)10 310 34 10

dot
.lab