

Zenta Creative presenterar

DIGITALISERINGS GUIDEN

zenta

CURIOUS HEART. DIGITAL MIND.

Dags att bryta ner begreppet

Hej!

Vi på Zenta har under många år hjälpt företag att digitalisera processer för att ta dem till nästa nivå. Vår erfarenhet är starkast inom industrin, där vi med innovation och teknisk kunskap hjälper våra kunder att bli digitala.

Om digitalisering

Digitalisering är ett vida spritt begrepp och används för att beskriva allt från arbetsprocesser till ombyggnationer. Superenkelt förklarat innebär digitalisering att omvandla någonting analogt till digitalt för att skapa mer värde för företag och lösa problem för kund.

Digitalisering är varken en one-time fix eller en one-solution fix. Det löser inte alla problem och ingenting man bara gör en gång för att sedan aldrig behöva bry sig om det igen. Därför kan digitalisering kännas väldigt abstrakt, övermäktigt och helt enkelt bara så svårt att man inte vet var man ska börja.

Vårt mål med Digitaliseringsguiden är att hjälpa dig se digitalisering i en klar och tydlig bild så att du får grepp om vad, varför och hur digitalisering kan öka ditt företags värde.

” Enkelt förklarat innebär digitalisering att omvandla någonting analogt till digitalt för att skapa mer värde för företag och kund. ”

- Aida

Kommunikationschef

Digitalisering fick en dyster start

Digitalisering fick en dålig start genom att dyra IT-system såldes till företag som gjorde dem bundna till det inköpta systemet. Många gånger skulle dessa system implementeras i snabb takt på företagen för att hålla personalkostnad nere och produktiviteten uppe, vilket gjorde att de anställda som alltid arbetat på ett visst sätt nu blev tvungna att lära sig nya system, ofta med en del barnsjukdomar kvar. Givetvis tar det lång tid att byta ut sina arbetsverktyg och mjukvaror för att vänja sig vid nya, vilket är en kostnad som ofta är högre än man räknat med från början.

Inte nog med att kostnaden för dessa system var höga så tillkom också kostnad för utbildningar och konsulttimmar för att lösa problem som uppstod. Missnöjd personal och minskad produktivitet kom direkt som en konsekvens av detta. I digitaliseringens uppväxt hade man alltså missat den viktigaste faktorn, människan, genom att fokusera på system.

Digitaliseringens start hade därmed fläckat ner begreppet innan det ens var myntat.

“Det började skakigt innan digitaliseringen kunde visa sina muskler”

Digitalisera inte bara för sakens skull

Digitaliseringens ljusa framtid

För de som gör sig medvetna om digitaliseringens superkraft och kan använda det på ett kreativt sätt finns det oändligt med möjligheter. Ser man denna superkraft för vad det egentligen är och inte bara ett sätt att tjäna pengar kan man skapa tillväxt som går förbi det ekonomiska.

Framförallt ligger möjligheterna närmast dem som ser människan i digitaliseringsäventyret. När du riktar fokus bort från IT-system och processer och istället ser värdet i människors arbetssätt och kompetensutveckling, då har du förstått digitaliseringens äkta potential.

Digitalisering - för vem?

Vi förstår nu att när människor glöms bort i digitaliseringens framfart skapar det motsatt effekt än den man önskar se när man gör dessa stora investeringar. I mångas ögon är chattbotar ett sådant exempel. För företag med en stor kundtjänstavdelning är det logiskt att skaffa chattbotar som minskar kötider och kostnad för personal som svarar på samma enkla frågor om och om igen. Men hur upplever kunden det?

Kunden upplever oftast inte chattbotar som ett hjälpmedel utan snarare ännu ett hinder från att tala med en riktig person och få service de anser att de betalar för. Istället för att enkelt få prata med någon och förklara sitt problem möts man av en dum robot som inte förstår frågan, vilket ofta slutar i att man ändå måste skicka ett mail till kundtjänst.

Digitalisering är för de som vill få mer tid, mer livskvalitet och skapa fler möjligheter. För dig som företagare finns det många problem att lösa inom det administrativa, för dina medarbetare och dig själv. Likaså kanske du med digitala medel kan lösa kundernas problem. Vilka problem finns där och hur kan digitalisering hjälpa dig? Tänk framtid, vad är din vision? Hur ser framtiden ut för dig, medarbetare och kunder?

Hur börjar jag digitalisera?

Inför digitaliseringssatsningar bör man ha en vision av vad man vill skapa, inte bara ett fokus på fördelar. Genom att skapa en strategi förstår man hela ekologin av implementationen, det vill säga, både fördelar och konsekvenser. Vi börjar nästan alltid med att göra en digitaliseringsstrategi när vi tar oss an en ny kund som vill digitalisera en större del i sin verksamhet.

Hur digitaliserar jag rätt?

Efter att du har arbetat dig igenom din digitaliseringsstrategi har du troligen kommit fram till vilken typ av digitalisering du vill eller behöver göra. Den här biten hjälper vi ofta till med när det kommer nya kunder och vill se alla möjligheter. Möjligheterna är ofta många och det kan vara svårt att veta i vilken ände man vill börja. Vi har hjälpt många kunder ta fram sin digitala identitet.

Handlar det om att börja med att förändra arbetsprocesser? Eller är det snarare molnlösningar som ska på plats först? Kanske gå raka vägen in i AI? Vi jobbar alltid med det som finns på plats nu och vad som ligger närmast det med en större vision i sikte.

I grund och botten handlar det om förståelse, varför du vill göra det du vill göra. När du vet ditt "varför" har du en mycket bättre förståelse för ditt projekt och mål.

Så här gör du en DIGITALISERINGS-STRATEGI

Prova på att göra en enkel strategi, eller bara börja smått på en för att få igång tankarna och strukturera upp din idé.

Skapa en nulägesanalys

Vad har vi idag och hur använder vi det? Är det logiskt att satsningen börjar här eller grundar sig problemet på annat ställe?

Förstå ert syfte

Varför vill vi ha ett nytt system?

Gör en kartläggning

För vem digitaliserar vi? Vilka är användarna/målgruppen? Vilka behov har de?

Skapa en strategi

Hur fyller vi behovet? Vilka mål och delmål finns här? Vilka actions behöver tas innan, under och efter processen?

Sätt deadlines av mål, delmål och actions

Hur lång tid ska processen ta? Hur påverkar deadlines företaget/medarbetarna

Utvärdera

Hur utvärderar vi milestones och delmål och hur utvärderar vi resultatet?

Håll digitaliseringsstrategin levande

Utifrån resultatet av utvärderingen, vad är nästa steg?

UTMANING

DIGITALISERAD SÄKERHET

Hur kan vi med nya inlärningsmetoder och digitalisering få barn och unga att träna trafiksäkerhet och riskmedvetenhet? Och hur kan vi göra det på ett roligare och bättre sätt? Det resulterade i en spännande utmaning. Vårt syfte är att få barn, föräldrar, lärare och kommuner att vilja satsa och genomföra trafiksäkerhetskampanjer på ett nytt, fräscht och effektivt sätt.

LÖSNING

KREATIVA TRAFIKUPPLEVELSER

Genom att använda Oculus Go kliver deltagarna in i en VR-värld med filmade trafiksituationer. Varje situation får upplevas utifrån tre synvinklar för att få förståelse för olika trafikanter, t ex cyklistens, bilistens och fotgängarens. Filmerna produceras med den senaste 360-tekniken.

Dessa scenarios presenteras visuellt och pedagogiskt som sedan laddas ner på VR-headsets.

VÅRT UPPDRAG

OPTIMERAT FÖR FRAMTIDEN

Vi driver, projektleder, projekt-/resursplanerar, optimerar, programmerar, designar och konceptutvecklar tätt tillsammans med både kunden och samarbetspartner.

RESULTATET

INTERAKTIV UNDERVISNING

Uppdragsgivaren kan enkelt och användarvänligt ladda upp filmer och scenarion till VR-headsets. Till varje film följer olika frågor och utmaningar anpassade efter deltagarnas ålder och mognad. Detta resulterar i en modern, kunskapsbringande och rolig undervisning där elever och vuxna tillsammans lär sig att med ögonkontakt, kommunikation och medvetenhet i trafiken.

VR-KONTAKT I TRAFIKEN

NÄSTA GENERTION TRAFIKUNDERVISNING



VR-Kontakt i trafiken är ett viktigt projekt som vi tillsammans med Växjö Kommun och Arvsfonden skapat något vi kallar för framtidens trafikundervisning.

Idag görs det pilotundervisningar i utvalda skolor runtom i Växjö där barn i årskurs 4 får uppleva trafiksituationer från flera vyer: **cyklist, bilist och helikoptervy**. Målet är att de ska kunna förstå och uppleva situationer i trafiken och genom det se hur de syns eller inte syns när de vistas i trafiken. Detta skapar en god grund för vanor i trafiken för barn väldigt tidigt.

Detta projekt är ett bra exempel på tätt samarbete med flera faktorer där vi kan vara med och göra samhällsnytta, och digitalisera ett fält som kan skapa medvetenhet och rädda liv.



Hej!

Kärnan i framgångsrik digitalisering är ett tätt samarbete. I alla våra case jobbar vi tillsammans med kund precis på samma sätt som vi jobbar internt, det vill säga, vi är inte en leverantör som bara tillför en del av ett projekt, vi är med och skapar hela upplevelsen.

Vad kan man digitalisera?

Man kan digitalisera allt från arbetssätt till maskiner. Det handlar i grunden om att skapa nya, kreativa sätt att arbeta genom att använda digitala teknologier och sudda ut gränsen mellan den digitala och fysiska världen.

Vi ser på digitalisering som ett mål för att skapa ett nytt värde för kunderna, inte bara ett sätt att förbättra en redan befintlig process. Man kan till exempel digitalisera pärmar av papper till digitala plattor vilket kan snabba upp processer i arbetet, eller säkra data direkt när det förs in men endast det utbytet är inte digitalisering i sig.

Däremot kan man strukturera om arbetet genom att använda IoT och machine learning och få dessa att sköta data och autonoma uppgifter. På det sättet kan man få människor att arbeta på ett mer kreativt sätt istället för att fokusera på manuellt, upprepande arbete. Man kan då ägna sig åt kundkontakt, kommunikation och uppgifter som skapar värde för både företag och kunder, d.v.s områden en maskin aldrig kan skapa samma sorts värde i. För oss är det digitaliseringens kärna.

Autonomt arbete är onaturligt för en människa. Det tråkar ut, tröttar ut och skapar utrymme för att göra fel. En maskin kan utföra arbetet snabbare med minimala fel så att människor istället kan skapa värde för företaget och i sin karriär. Maskiner som styrs av robotar kan arbeta dygnet runt och produktionslinjen behöver aldrig ta en paus på samma sätt som människoberoende produktion vilket gör att tillverkningen aldrig slutar. Dessa digitaliserade lösningar besparar företaget kostsamma misstag och skapar mer produktivitet och lönsamhet.

Istället kan man fråga sig hur mycket potential man kan öppna bland sina medarbetare och sitt företag genom att digitalisera processer och låta medarbetare utvecklas och öka sin kompetens inom de områden som är värdefulla för företaget. På så sätt skapar man möjlighet att utveckla både arbetsprocesser, medarbetare och företag, vilket i sin tur skapar enormt värde för företagets kunder.

“Låt människor fokusera på uppgifter som skapar ett värde för både företag och kunder.”

När bör man undvika digitalisering?

Det går snabbt framåt nu, med teknologi och nya begrepp att ta till sig. Stressen över att “digitalisera” kan snabbt greppa tag i den som inte vill hamna bakom i den snabba utvecklingen. Givetvis är det så att om man fortsätter jobba på samma sätt som man alltid har gjort och inte hänger med, så kommer man att “halka efter” i utvecklingen. De som kommer halka efter mest är dock de som kastar sig in i ett digitaliseringsprojekt utan mål eller förståelse.

Det handlar inte bara om att digitalisera, det handlar om att digitalisera på rätt sätt.

Vad är då rätt sätt? Har vi lärt oss någonting hittills är det att fel sätt är att bara fokusera på den tekniska aspekten och digitalisera ett företag med nya IT-system utan att ha en nykter bild klar för sig.

Rätt sätt är att tänka “människan först”. Vem ska det hjälpa och varför? Vilka konsekvenser medför det för människorna som nuddas av det?

Kort sammanfattat: undvik att kasta dig in i ett digitaliseringsprojekt om du inte vet vad du vill åstadkomma eller varför. Låt dig inte övertalas av trender eller hurtiga företag som använder ordet “digitalisering” utan att du förstår nyttan för dig och dina kunder. Har du ingen vision eller mål vet du heller inte var du är på väg med projektet. Gör en god grund med en digitaliseringsstrategi för att bättre förstå visionen och justera den om nödvändigt.

Digitalisering kan vara en fantastisk partner men det kan också bli en otrevlig upplevelse.

5 hinder för digitalisering

1. Okunskap

Okunskap om digitalisering i sin helhet är ett hinder för många då, som vi redan nämnt, digitalisering är ett luddigt begrepp som kan ha annorlunda betydelse för olika företag som jobbar med det. Digitalisering är också ett väldigt stort område, man kan digitalisera nästan vilket område som helst, så var börjar man? Vad kan man digitalisera? Vad skulle mitt företag behöva digitalisera? Är det svårt? Är det dyrt? I första hand behöver man veta vad digitalisering är och få ett sammanhang i förhållande till sitt eget företag eller arbete.

Detta är ett steg vi tycker mycket om att jobba med, att visa möjligheterna digitaliseringen har och vara med från idéstadiet.

2. Kompetensbrist

Kompetensbrist är annorlunda än okunskap. Det handlar mer om att man vet vad digitalisering är och hur man skulle kunna digitalisera i sitt företag men man har inte kompetensen att göra det.

En hel del av våra kunder kommer hit med en idé om vad som kan digitaliseras och vill ha hjälp med strategi och utförande. Företaget kanske inte är redo för den förändring som krävs. För att täcka upp kompetensbrist finns det en rädsla för konsulter som kostar mycket pengar och tar många timmar i arbete. Det kan vara sant, det kan också vara falskt. Det handlar om vad man vill åstadkomma och skapa.

3. Ovilja

Ovilja hänger tätt ihop med okunskap och uppstår ofta av att man tror att det är kostsamt och svårt att börja en digitaliseringsprocess. Ovilja kan också komma från en kultur där man har ägandeskap över processer och avdelningar så att man inte gärna är villig att samarbeta eller förändra. Här behöver man titta på vad visionen är över företagets framtid. Så länge man tar medvetna beslut och inte gör dem på grund av ovilja eller rädsla kan man nå framgång och tillväxt.

4. Kultur

Digitalisering kräver att man förändrar kulturen något, förändrar sättet man jobbar på och rutiner man vant sig vid. Det är viktigt att kulturen har en öppenhet och flexibilitet för att kunna digitalisera. Med digitalisering kommer förändring, inte bara i ett initialt skede utan även framöver. Det är en levande organism, en livsstil inom företaget. Man behöver ha en kultur där nyfikenhet och nytänkande är ledorden. Det är lättare sagt än gjort i en kultur som under många år byggts upp på ett annat sätt men med visioner och mål kan man förändra vad som helst för tillväxt.

5. Rädsla

“Så här har vi alltid gjort” är ett vanligt argument i ett företag med rädsla för förändring. Rädsla för att man ska göra förändringar man inte riktigt kan hantera när de är på plats eller inte hänga med i efterverkningarna av digitaliseringen man implementerat är inte ovanligt. Därför råder vi nästan alltid våra kunder som kommer för att göra digitaliseringsstrategi med oss att börja där man är. Vi skapar en strategi för den närmaste framtiden med milestones man kan förstå och greppa och även visar vad framtidsvisionen kan vara för att man ska ha en klar riktning och inte gå vilse i digitaliseringsdjungeln, eller stanna kvar och stagnera.

Beyond Digitalisering

Vi tänker alltid "framtid". Vad är nästa steg? Vad är fem steg efter det? Mitt i digitaliseringens charm ser vi också hur allting ser ut när begreppet och hypen dalar, när data slutat imponera och kreativiteten är viktigast igen. Cirkeln är sluten och vi är tillbaka där vi började: människan.

Digitala lösningar har en stor risk att bränna sig igen, när det görs utan själ. Man kan köpa likes på Instagram, följare på Youtube och lyssningar på Spotify. Tilliten till det vi ser finns inte längre där. Hur identifierar vi digital transformation som tar fel avfart?

När det digitala trycket blir för högt kommer det analoga ännu igen få högre värde. Det som är äkta, handgjort och har själ.

Vi ser digitalisering som ett kraftfullt verktyg att skapa kreativa idéer med. Något att känna och uppleva. Därför jobbar vi med något vi kallar Beyond Digitalisering. Där digitaliseringen inte bara är data utan har själ, kreativitet, upplevelse, mänsklighet.

Menar vi att digitaliseringen dalar av och tappar kraft?

Tvärtom! Digital transformation är bara i sin första sprint. Vi är precis i barnsjukdomarna, i början att förstå potentialen och framförallt i början med att skapa superkrafter och en medhjälpare till mänsklig kraft och kreativitet.

Kärnan är och kommer alltid att vara mänsklighet och själ.

You did it! Digitalisering nästa.

Jag hoppas att du känner dig klokare men framförallt lugnare efter att ha läst Digitaliseringsguiden. Nu ser du att hemligheten bakom bra digitalisering inte är att kasta sig in i ett jätteprojekt utan börja där du står, just nu.

Stora visioner är superbra och det som på riktigt utmärker företag. För att komma dit och göra det där magiska är strategiska beslut för tillväxt det som verkligen tar dig framåt. Börja där du står, gör det du har möjlighet till just nu och ställ dig på gasen.

Ingen minns en fegis!

Frågetecken eller funderingar?

Vi här på Zenta älskar att prata om digitalisering och olika utmaningar som företag kan ställas inför.

Hör av dig till oss !

zenta

CURIOUS HEART. DIGITAL MIND.

zenta

CURIOUS HEART. DIGITAL MIND.