



FLOWFABRIC
OPTIMISATION ENGINEERS

AFWACHTEN IS INGEHAALD WORDEN

MAAK NU JE DIGITALE TRANSFORMATIE CONCREET

ANTWOORDEN EN TIPS OM JE TRANSFORMATIE TE VERSNELLEN

Digitale transformatie is essentieel voor het relevant blijven en voortbestaan van je bedrijf. Maar wat is digitale transformatie eigenlijk? En wat betekent het voor jouw business?

In deze whitepaper beantwoorden we de 6 meest gestelde vragen over digitale transformatie. In het laatste hoofdstuk geven we je ook vier concrete adviezen over hoe je nu snel stappen kunt maken met de transformatie van jouw bedrijf.

WAT IS 'DIGITALE TRANSFORMATIE'?

Iedereen heeft het over digitale transformatie, maar het lijkt soms of iedereen daar ook net iets anders mee bedoelt. Daarom beginnen we met onze definitie van digitale transformatie.

Digitale transformatie is het veranderingsproces waarbij we digitale middelen gebruiken om onze bedrijfsprocessen, diensten en klantervaring te verbeteren en om nieuwe businessmodellen te testen en te implementeren. Daarbij houden we ons niet vast aan bestaande organisatiestructuren of methoden, maar richten we onze organisatie juist in voor een optimale klantervaring.

Digitale transformatie is dus veel meer dan digitalisering. Het is een diepe ingreep in hoe we werken en hoe we met technologie omgaan. En het is vooral een kans om ons bij alles wat doen af te vragen: welke waarde levert dit voor onze klant?



“Digitale transformatie is veel meer dan digitalisering.”

EXPERIMENTEREN EN RISICO'S NEMEN

Zit je midden in je digitale transformatie? Dan zijn er waarschijnlijk momenten dat je je afvraagt of je wel het goede pad bent ingeslagen. Of je wel met de juiste technologie, kanalen of proposities aan het werk bent. Dat is logisch, want digitale transformatie is een onzeker, verkennend traject. En, eerlijk gezegd: een deel van je inspanningen zal ook niet tot successen leiden. Om de juiste weg te vinden naar jouw doelen moet je experimenteren en risico's nemen. Waar een wil is, is een weg. Maar om die weg te vinden heb je de moed nodig om onbekende paden in te slaan. De winnaar van de huidige digitale transformatie is niet degene die nu al denkt te weten waar het naartoe gaat. De winnaar is degene die snel, flexibel en tegen lage kosten kan experimenteren met nieuwe technologieën en diensten.

MAAK NU JE DIGITALE TRANSFORMATIE CONCREET

WAAROM IS DIGITALE TRANSFORMATIE ZO BELANGRIJK?

Er is geen branche die niet op een of andere manier wordt geraakt door digitalisering en de marktverschuivingen die daarbij horen. Als je denkt dat de digitale transformatie van jouw branche of bedrijf nog niet zo'n haast heeft, is dat waarschijnlijk omdat je de tekenen over het hoofd ziet.

DIT ZIJN MOGELIJKE INDICATOREN DAT DE DIGITALE WERKELIJKHEID JOUW BEDRIJF AAN HET INHALEN IS:

1. LEADS DROGEN OP, KLANTEN LOPEN WEG

Je doet wat je altijd deed en je benadert de doelgroepen die je altijd benaderde via de gebruikelijke kanalen. Toch krijg je ieder kwartaal minder leads binnen en lopen je conversies terug. Onder je bestaande klanten zie je het aantal afhakers toenemen, zonder dat je precies de oorzaak kunt aanwijzen. Je bestaande data geven je niet meer voldoende inzicht in de vragen van je klanten en prospects. Je mist daardoor informatie die je nodig hebt om relevante nieuwe producten en diensten te ontwikkelen.

2. PROPOSITIES EN PROMOTIES HEBBEN STEEDS MINDER IMPACT

Je marketing- en promotiecampagnes lijken met de maand minder effectief te worden. Of je hebt vaker moeite om een nieuwe propositie van de grond te krijgen. Misschien krijg je het gevoel dat je het contact met je doelmarkt aan het kwijtraken bent en ben je op zoek naar manieren om bij te sturen.



3. SILO'S IN DE ORGANISATIE VERHINDEREN KLANTGERICHT SAMENWERKEN

In je pogingen om relevanter te worden, je contact met je markt te herstellen, nieuwe proposities te ontwikkelen en de klantervaring te verbeteren heb je steeds vaker last van je organisatiestructuur. Of hiërarchie maakt het lastig om multidisciplinaire agile teams in te richten of databronnen centraal bij elkaar te brengen in een bruikbaar formaat. Je bent op zoek naar een manier om mensen van verschillende afdelingen met dezelfde strategische doelen effectief bij elkaar te brengen.



“Om relevant te blijven wil je mensen van verschillende afdelingen met dezelfde strategische doelen bij elkaar brengen.”

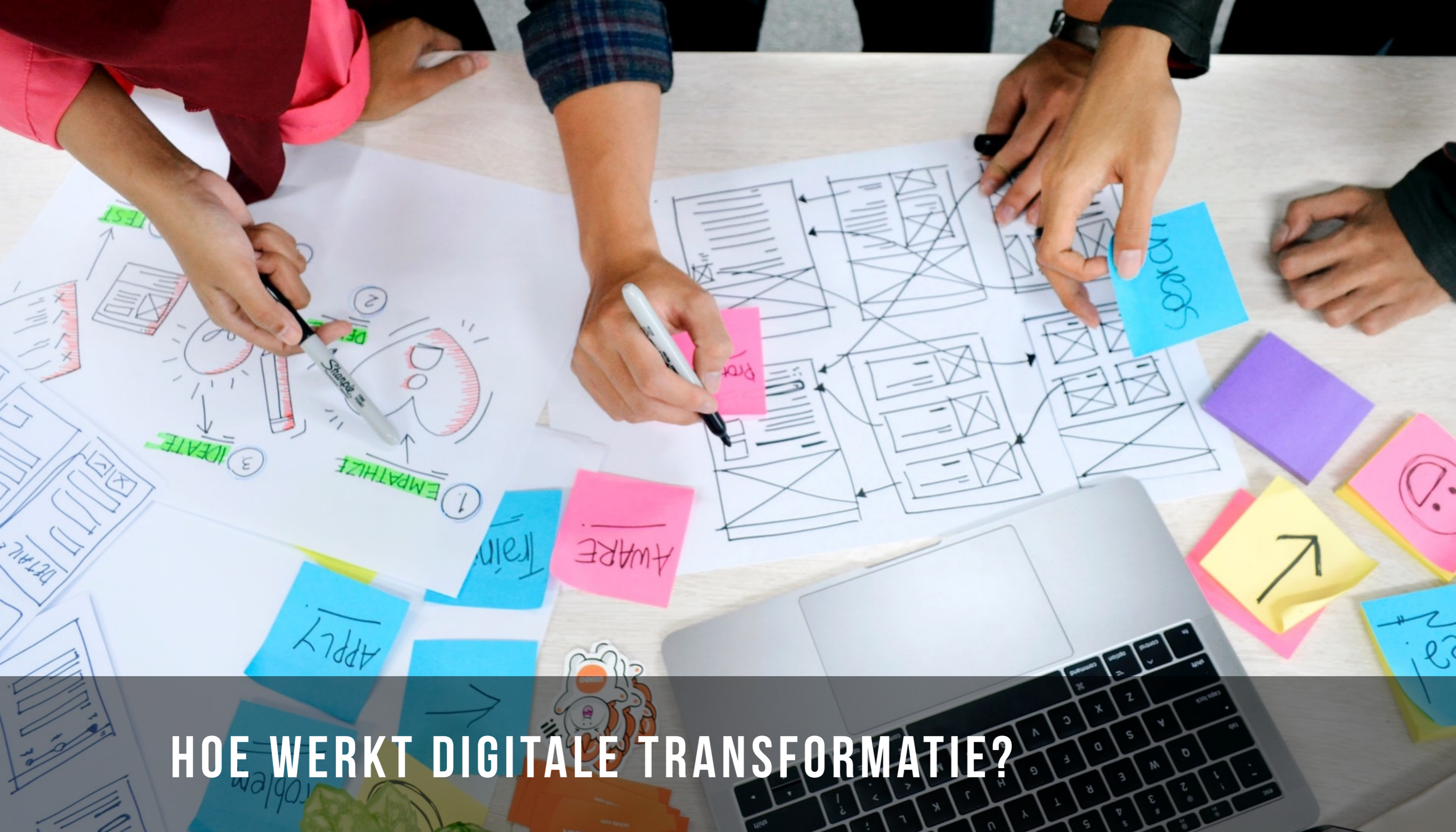
4. TECHNICAL DEBT VERTRAAGT INTEGRATIE EN IMPLEMENTATIE

Je bent druk op zoek naar manieren om systemen te integreren, processen te stroomlijnen, (big) data nuttig in te zetten, je propositie te verbeteren en digitale marketingtechnieken te gebruiken. Daarvoor moeten je softwaresystemen worden aangepast. Omdat IT veel tijd kwijt is aan technical debt en met het onderhouden van legacysoftware en –hardware ligt het tempo van die veranderingen te laag.

5. KLANT- EN GEBRUIKERSERVARING LOPEN STEEDS VERDER ACHTER BIJ DE MARKT

De levens van je klanten zijn steeds digitaler geworden. Daarbij zijn ze gewend geraakt aan een hoge standaard van gebruikerservaring. Jouw klant- en gebruikerservaring loopt daarbij achter. Responstijden die een paar jaar geleden nog prima waren, zijn nu niet meer acceptabel. Er wordt aanwezigheid geëist op nieuwe contactkanalen en mobiele toegankelijkheid van al je diensten.

Content is een hygiënefactor geworden. Inmiddels zien startups en tech bedrijven dit ook en beproeven hun geluk in jouw markt. Hun investeringsvermogen, technologische voorsprong, wendbaarheid en focus op klantervaring trekken klanten aan. Jij bent dus op zoek om jouw decennia van specifieke ervaring en expertise te koppelen aan een modern IT-landschap dat je de flexibiliteit geeft om op dit nieuwe speelveld te concurreren.



HOE WERKT DIGITALE TRANSFORMATIE?

Digitale transformatie verandert veel meer dan alleen je technische infrastructuur. Sterker nog, het is voornamelijk een manier van denken en pas daarna een kwestie van techniek.

DENKEN VANUIT DE KLANT

Een digitale transformatie betekent niet dat je bestaande diensten en producten digitaliseert of via andere kanalen aanbiedt. Neem als voorbeeld de digitalisering van de samenleving, dit heeft grote veranderingen gebracht in de markt. Consumentengedrag wordt steeds 'digitaler'. Bankieren, winkelen, communiceren, reizen en bijna alle andere menselijke activiteiten zijn door digitale technologie totaal veranderd. Veel van je bestaande diensten en producten zullen de komende tijd verdwijnen of onherkenbaar veranderen, onder druk van de sterk veranderde markt. Het aanpassen van jouw manier van werken aan deze nieuwe wereld. Dat is de basis van je digitale transformatie.

“Het aanpassen van jouw manier van werken aan deze nieuwe wereld. Dat is de basis van je digitale transformatie.”

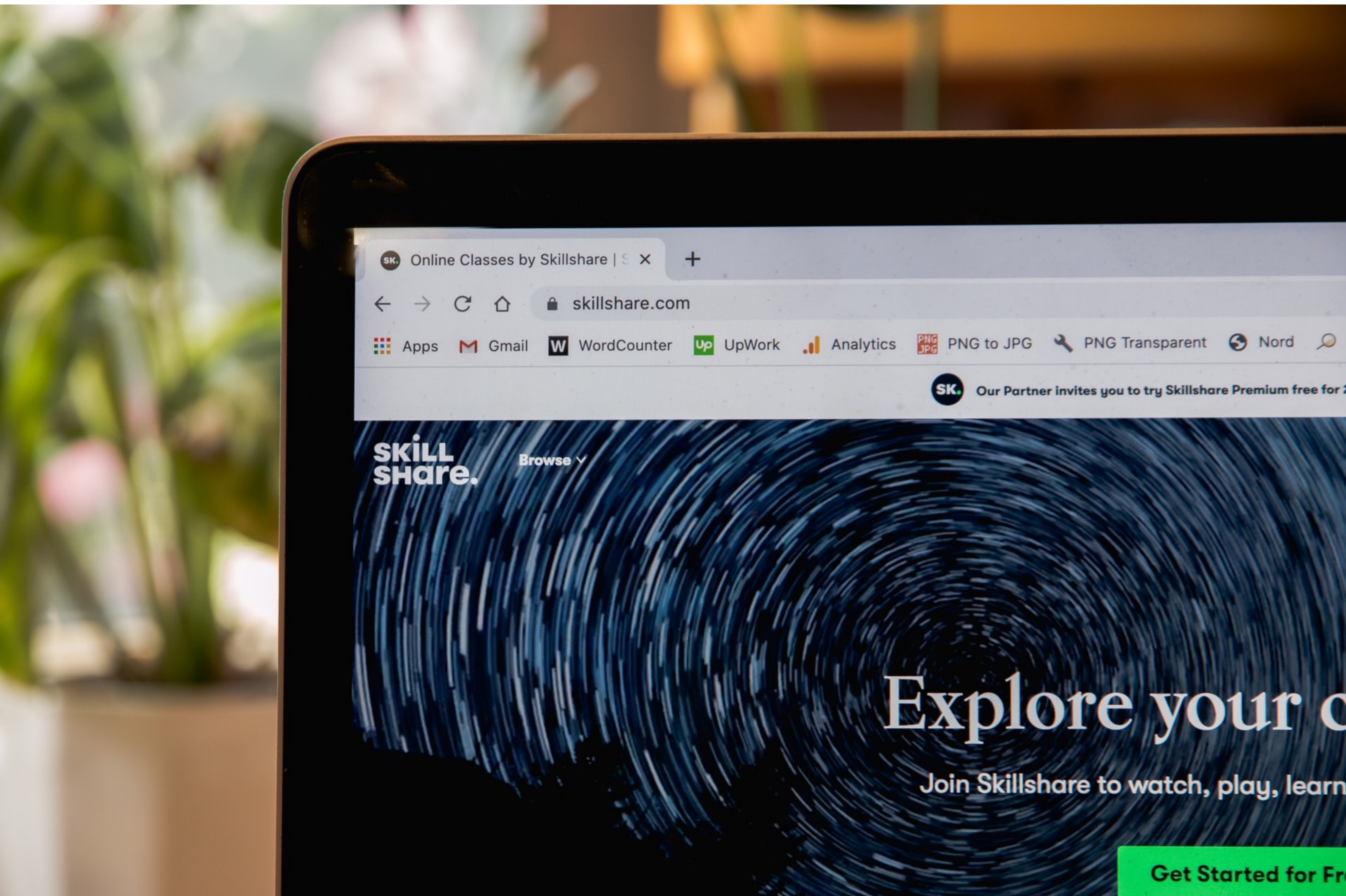
INTEGRATIE VAN TECHNOLOGIE

Technologie is niet de enige focus van je digitale transformatie, maar tegelijkertijd is het wel de belangrijkste *enabler*. Het zo snel mogelijk integreren van veelbelovende nieuwe technologieën is dus een belangrijk deel van je digitale strategie. AI, *machine learning*, cloud, low-code, *Robotic Process Automation* en *Internet of Things*: allemaal ontwikkelingen die prachtige kansen bieden.

MAAK NU JE DIGITALE TRANSFORMATIE CONCREET

INVESTEREN IN COMPETENTIES

Ook de arbeidsmarkt verandert. Voor digitale transformatie heb je digitale competenties nodig. Heb jij die allemaal in huis? Waarschijnlijk zul je de komende tijd moeten investeren in training en ontwikkeling. Het werven van deze competenties is lastig, omdat ze erg in trek zijn bij bedrijven. Wil je een aantrekkelijke werkgever zijn voor de *digital natives* die jouw transformatie vooruit kunnen helpen? Zet dan in op minder hiërarchie, maak ruimte voor innovatie en creativiteit en automatiseer saai, herhalend werk.



DOORBREKEN VAN ORGANISATORISCHE SILO'S

De belangrijkste hindernis voor digitale transformatie is de klassieke organisatiestructuur die werkt met monodisciplinaire afdelingen. Voor innovatie heb je multidisciplinaire teams nodig die zelfstandig aan nieuwe toepassingen kunnen werken. Hetzelfde geldt voor data. Als data 'opgesloten' zitten in een organisatorische silo, zul je ze nooit kunnen integreren en zul je niet het maximale rendement uit data en AI halen.

BLIJVEN EXPERIMENTEREN

Het succes van je digitale transformatie hangt af van je vermogen om snel en tegen controleerbare kosten nieuwe processen, toepassingen en businessmodellen te testen. Waarschijnlijk is je huidige IT-proces daar niet op berekend. Een *agile* manier van werken met low-code of no-code development faciliteert snelle experimenten.

MAAK NU JE DIGITALE TRANSFORMATIE CONCREET

WAT BETEKEN DIGITALE TRANSFORMATIE VOOR MIJN BUSINESS?

Wat digitale transformatie precies inhoudt, verschilt per bedrijf en per branche. Er zijn wel veranderingen die in iedere branche en in ieder bedrijf terugkomen. En het is, tussen al die veranderingen, ook belangrijk om te weten wat er hetzelfde blijft.

De kern van wat je voor je klanten doet, die blijft hetzelfde. Een bank zal altijd klanten helpen met betalen, sparen, beleggen en lenen. Een mode-retailer zal altijd kleding, schoenen en accessoires verkopen. Digitale transformatie verandert de kernwaarde van je bedrijf niet. Het verandert als het goed is ook niet jouw motivatie om waarde te leveren voor je klanten.

Digitale transformatie werkt alleen als iedereen betrokken is, van de werkvloer tot het topmanagement. Om te kunnen innoveren, is in de meeste organisaties ook een cultuurverandering nodig. De beste ideeën komen niet altijd van de mensen met de autoriteit om ze uit te voeren. Daarom heb je een organisatiestructuur nodig die *bottom-up* innovatie ondersteunt. Dat vraagt een grondige herziening van de huidige hiërarchisch ingerichte organisaties.



“Je digitale transformatie is nooit klaar. Ontwikkelingen zullen alleen maar sneller gaan en innovatie laat zich niet voorspellen.”

Op technisch gebied betekent digitale transformatie vrijwel altijd dat je cloud-first zult moeten gaan denken. Er is bijna geen toepassing meer te bedenken die niet eenvoudiger, kosteneffectiever en met minder risico naar de cloud kan worden uitgerold dan naar eigen infrastructuur.

Tenslotte is digitale transformatie nooit klaar. De technologische ontwikkelingen zullen alleen maar sneller gaan en disruptieve innovatie laat zich niet voorspellen. Een succesvol getransformeerde organisatie is dus een organisatie die niet stopt met transformeren, maar zich blijft aanpassen en opnieuw inrichten om de volgende verandering voor te zijn.

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE DRIVERS VAN DIGITALE TRANSFORMATIE?

Ieder bedrijf heeft zijn eigen redenen om te willen transformeren. En iedere situatie lijkt uniek. Je hebt misschien het idee dat je voor jouw unieke situatie helemaal opnieuw moet beginnen met het uitdenken van je transformatie. Maar in feite zien we steeds dezelfde drijfveren om te transformeren. In dit hoofdstuk behandelen we de vier belangrijkste drivers van digitale transformatie.

TECHNOLOGIE

Vooroplopen in digitale transformatie betekent dat je op de hoogte bent van de technologische trends en ontwikkelingen en continu nieuwe technologie evalueert. Als je dat doet met een duidelijke focus op het verbeteren van klantervaring en processen, weet je snel welke ontwikkeling voor jou relevant is. Het adopteren van technologie voor één toepassing leidt ook altijd weer tot de ontdekking van nieuwe toepassingen. Zodra een organisatie bijvoorbeeld begint met het overzetten van infrastructuur naar de cloud, ontdekt het ook dat de cloud veel meer mogelijkheden biedt dan alleen maar het draaien van de bestaande software. Zo wordt technologie een driver van transformatie, op voorwaarde dat je bedrijf een innovatieve cultuur weet te creëren met een duidelijke missie.

KOSTEN VAN LEGACY

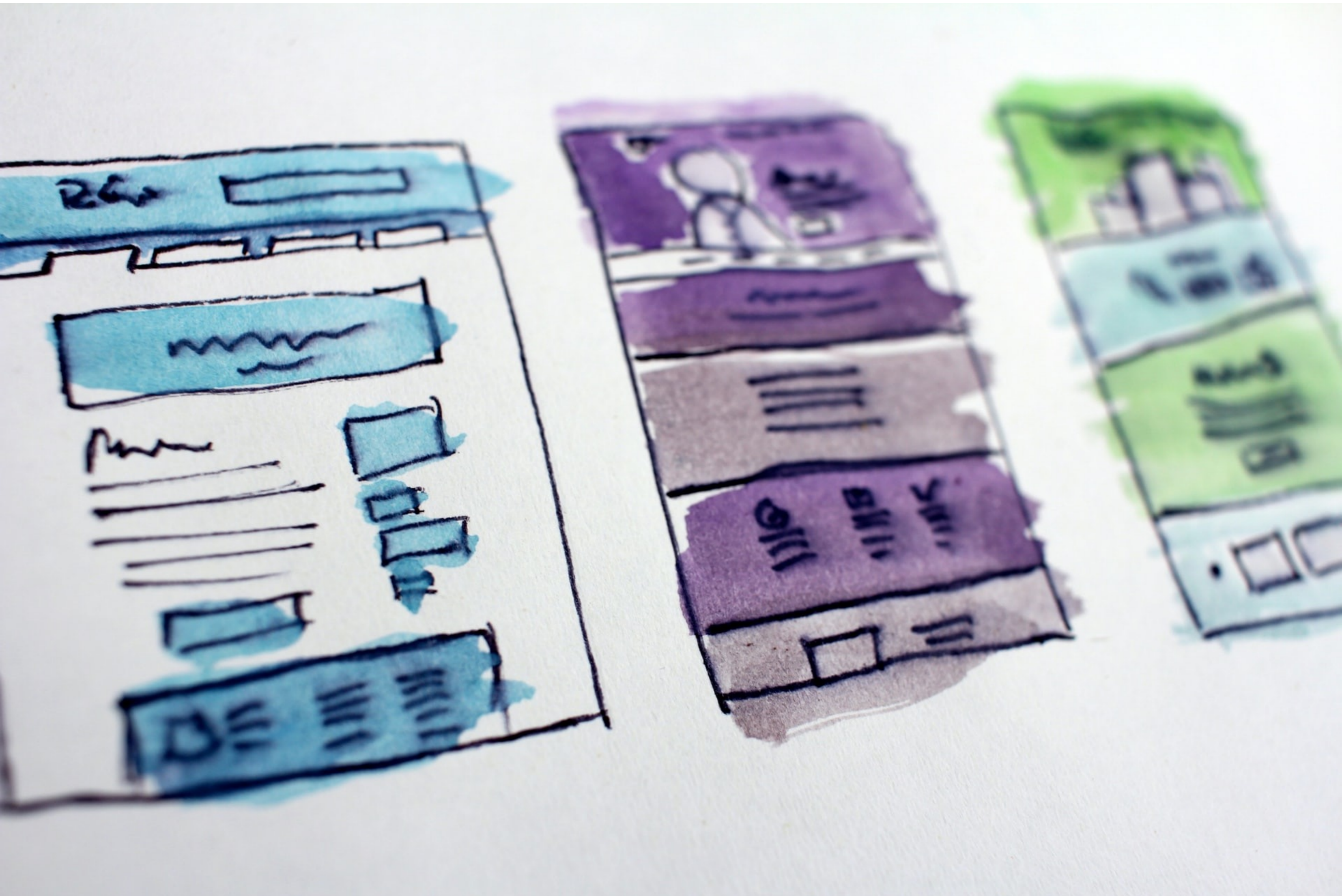
Technical debt vertraagt innovatie, maar nog vaker zijn het de kosten van beheer en de veiligheids- en beschikbaarheidsrisico's van oude hard- en software die de trigger zijn om systemen te gaan vervangen. Als eenmaal besloten is dat een systeem vervangen moet worden, is de businesscase voor een cloud migratie meestal een no-brainer. *Pay-as-you-go* vervangt grote investeringen in hardware en naadloze schaalbaarheid zorgt dat ook complexe software zeer kosteneffectief gedraaid kan worden. Als de eerste stap in de cloud dan gezet is, ontdekken IT-afdelingen heel snel wat de cloud nog meer te bieden heeft, bijvoorbeeld op het gebied van data warehousing en machine learning.



“De businesscase voor een cloudmigratie is meestal een no-brainer.”

USER EXPERIENCE

Processen en operational excellence zijn belangrijk voor de gebruikerservaring. Technologische achterstanden maken het vaak moeilijk om op dit vlak verbeteringen door te voeren. Terwijl de klanten juist steeds veeleisender worden. Zo wordt gebruikerservaring snel een belangrijke driver voor digitale transformatie.



DATA EN MACHINE LEARNING

Om machine learning en AI toe te kunnen passen, heb je een centrale plek nodig waar alle data uit je hele bedrijf, plus data uit externe bronnen, snel toegankelijk is. Klassieke IT-infrastructuren zijn daar niet op berekend. Bedrijven die met data en machine learning aan het werk willen, hebben dus meestal geen keus. Ze moeten moderniseren en naar de cloud migreren om rendement uit hun data te kunnen halen.

WIE LEIDT DE DIGITALE TRANSFORMATIE?

Wie is eigenlijk de 'baas' van je digitale transformatie? Is dat IT? De CEO? Of zijn het de business managers die het uiteindelijke product leveren? Onduidelijkheid over wie de leiding heeft is een belangrijke vertrager van het transformatieproces.

Hoewel we blijven zeggen dat digitale transformatie nooit alleen een IT-aangelegenheid mag zijn, zien we in de praktijk toch vaak dat de CTO of de CIO binnen het bedrijf verantwoordelijk zijn voor het op gang brengen en houden van de digitale transformatie.

Tegelijkertijd zien we steeds vaker dat transformaties zo diep ingrijpen in het bedrijf dat het niet langer logisch is om het aan de informatici over te laten. Digitale transformatie gaat samen met fundamentele strategische keuzes en veranderingen. Dat betekent dat het hele topmanagement er fulltime bij betrokken moet zijn. Dat maakt het een zaak van de CEO.



“Digitale transformatie grijpt diep in en is dus een zaak van de CEO.”

Maar kun je een digitale transformatie volledig *top-down* aansturen? Nee. Ook op de werkvloer en onder het *middle management* is leiderschap nodig. Door de hele organisatie heen zal op een gegeven moment het besef door moeten dringen dat klant centrisch denken en het adopteren van de technologie die daarbij hoort een taak voor iedereen is. Afdelingsmanagers, teamleiders en individuele werknemers nemen daar als het goed is ook hun verantwoordelijkheid in.

Je zou kunnen zeggen dat de échte leider van je digitale transformatie de enige betrokkene is die niet bij je bedrijf werkt. De klant. Jouw klant maakt uiteindelijk uit welke gebruikerservaring 'goed' is en welke producten 'relevant' zijn. De belangrijkste taak van CEO, CIO en andere interne leiders is om de stem van die klant, in de vorm van data, een centrale plek te geven in alle initiatieven.



DE DIGITAL TRANSFORMATION ROADMAP: STAPPEN NAAR SUCCESVOLLE DIGITALE TRANSFORMATIE

Klinkt dat allemaal een beetje overweldigend? Dat klopt. Er komt ontzettend veel op je af als je de uitdagingen van een digitale transformatie wil tackelen. Je zult ook nooit alles in één keer kunnen doen. Maar er zijn wel dingen waar je nú echt aan moet beginnen.

Wat ons betreft zijn dit de 4 essentiële stappen naar digitale transformatie die je nu moet zetten:

1. BEGINNEN!

Het klinkt makkelijk, maar blijkt in de praktijk vaak de lastigste: beginnen. Veel bedrijven zijn nog veel te afwachtend, ook in markten waar de concurrentie al druk aan het innoveren is en nieuwe businessmodellen uitrolt. Heb je nog legacy-systemen van 15-20 jaar oud? Die hebben meestal geen enkele integratie met de rest van je IT-voorzieningen, waardoor ze niet bruikbaar zijn in nieuwe processen. Het beheer van deze oplossingen is handwerk. Dat is tijdrovend en foutgevoelig en verlamt je IT-organisatie. Deze klassieke infrastructuur heeft bovendien moeite met het omgaan met pieken en dalen in de belasting, waardoor je nooit flexibel zult kunnen schalen. Het is tijd om deze systemen te gaan vervangen en zo de weg vrij te maken voor innovatie.

CORONACRISIS: VERSNELLER ÉN VERTRAGER

De coronacrisis heeft waarschijnlijk veel impact gehad op je digitale transformatie. Aan de ene kant zorgden lockdowns voor een grote extra behoeften in thuiswerken, omnichannel commerce, digitale content en digitale producten en diensten. Een goed voorbeeld daarvan is de gezondheidszorg, waar oplossingen die in 2019 nog interessante mogelijkheden voor een verre toekomst waren, in 2020 ineens core business waren voor zorgaanbieders. Eenvoudigweg omdat ze de enige overgebleven optie waren. Waarschijnlijk ben je daar heel druk mee geweest, waardoor andere projecten misschien even wat minder snel gingen. Het is nu tijd om die weer op te pakken.

Wat we namelijk ook zagen vanaf het voorjaar van 2020, is dat bedrijven die al ver gevorderd waren met de uitwerking en uitvoering van hun digitale strategie, daar onmiddellijk de vruchten van plukten. De tweedeling tussen de koplopers van de digitale transformatie en de bedrijven die achterliepen is op deze manier flink toegenomen. Misschien hebben jouw concurrenten deze crisis gebruikt om je in te halen?

NU IS HET MOMENT...

Wat in ieder geval vaststaat is dit: nu het ergste van Covid bijna achter de rug is, zullen je concurrenten de nieuwe digitale mogelijkheden aangrijpen om hun digitale transformatie nog verder te gaan versnellen. Dus wie je ook bent en waar je nu ook staat op je transformatie roadmap, nu is het moment om verdere stappen te zetten.

MAAK NU JE DIGITALE TRANSFORMATIE CONCREET

2. INZETTEN OP INNOVATIESNELHEID

In het verleden lag de focus van digitale transformatie vaak op kostenbesparing. Voor iedere nieuwe technologie die beschikbaar kwam, werd gezocht naar een toepassing die de kosten van bijvoorbeeld marketing en klantcontact kon verlagen. Of er werden nieuwe businessmodellen bedacht met als doel de marges te vergroten of aan *recurring revenue* te werken. Inmiddels weten we dat dit een hele beperkte manier is van kijken naar digitale transformatie en dat wendbaarheid en innovatiesnelheid veel belangrijker zijn.



“Wendbaarheid en innovatiesnelheid zijn belangrijker dan kostenreductie.”

CONCURRENTIE UIT NIEUWE HOEKEN

Bedrijven uit hele andere branches kunnen van de ene op de andere dag besluiten om jouw markt te betreden, simpelweg omdat ze de innovatiesnelheid hebben. Coolblue, van oorsprong een online retailer in consumentenelektronica, is zo flexibel op het gebied van infrastructuur en organisatie dat het makkelijk en met veel succes in de markt voor zonnepanelen kon stappen. Tot grote schrik van de bestaande bedrijven in de branche. In november 2020, toen duidelijk was geworden dat thuiswerken nog wel even een hot issue zou blijven, lanceerde Coolblue een zakelijke dienst voor het leveren van complete thuiswerkplekken en betrad zo weer met grote concurrentiekracht een totaal nieuwe markt.

WENDBAARHEID BOVEN EFFICIENCY

Hoe wendbaar ben je? Kun jij snel reageren als Amazon, Google of Facebook het oog laat vallen op jouw business? Kun je snel genoeg innoveren om uniek en onderscheidend te blijven? Kun je met nieuwe producten en diensten komen die de vraag uit de markt kunnen bijhouden of zelfs voor zijn? Voor een succesvolle digitale transformatie zijn die vragen veel belangrijker dan kostenbesparing en efficiency.



3. DATA EN MACHINE LEARNING EFFECTIEF

Er zijn twee soorten data die van fundamenteel belang zijn voor je digitale transformatie.

De eerste soort is data over je eigen processen. Want hoe ga je keuzes maken over het verbeteren, veranderen en vervangen van processen als je niet weet wat je binnen je organisatie precies doet, hoe vaak je het doet en wat het je kost? Alleen betrouwbare, volledige procesdata kan je vertellen waar je moet beginnen met het moderniseren van je bedrijf. Intelligente algoritmen kunnen je vervolgens helpen met *process mining* en *process discovery*. Zo vind je de plekken waar je transformatiebudget het meeste kans heeft om te renderen.

Ook binnen je processen is het effectief gebruiken van data essentieel. Stel je bijvoorbeeld een organisatie voor die veel kort cyclische opdrachten moet inplannen. Denk daarbij aan service-afspraken of storingsmeldingen. Vaak wordt daarbij gewerkt met een standaardtabel met doorlooptijd en inzet per type opdracht.

Een machine learning-algoritme kan je, op basis van historische data, vertellen hoe lang een bepaalde werknemer over de klus zal doen en zo niet alleen je planning verbeteren, maar ook je klantervaring. Je kunt je klant nu namelijk veel preciezer vertellen wanneer een monteur komt en wanneer het werk klaar is.

4. TOEGANKELIJKE TECHNOLOGIEËN UITROLLEN

‘Klassieke’ IT-projecten gaan meestal te langzaam om een hoge innovatiesnelheid te ondersteunen. Daarbij is gekwalificeerd IT-personeel ook nog erg moeilijk te vinden. Er wordt dus wereldwijd steeds meer ingezet op low-code ontwikkeling en *Robotic Process Automation* (RPA) om procesgericht en over systeemgrenzen heen te kunnen innoveren, zonder afhankelijk te zijn van de technische details.

Een groot voordeel van low-code is dat ook niet-developers software kunnen ontwikkelen. Businessanalisten of inhoudelijk experts kunnen zich snel de skills eigen maken die ze nodig hebben om met low-code een app te bouwen en daarbij geavanceerde functies, zoals AI, te gebruiken. Projecten hoeven nu niet meer op de beschikbaarheid van IT te wachten. Zo fungeert low-code als een enorme versneller van je digitale transformatie.

Low-code helpt je transformeren op zes verschillende manieren:

- 1. Bevorderen van innovatie.** Naarmate de noodzaak toeneemt om in steeds kortere tijd resultaten te leveren, creëren low-code platformen ruimte voor innovatie in plaats van legacy systemen draaiende te houden.
- 2. Het ontlasten van IT-afdelingen.** Ontwikkelaars en niet-ontwikkelaars werken nauw samen in elke fase van het ontwikkelproces. Het resultaat is een vermindering van 40% in herontwikkeling.
- 3. Kortere ontwikkelingstijden.** Door de applicatie en de gebruikersinterface gelijktijdig te ontwikkelen, verkorten low-code platforms de ontwikkelingstijden met een factor tien.
- 4. Flexibele aanpassing aan nieuwe vereisten.** Low-code platforms stellen gebruikers in staat om innovatieve applicaties op een agile manier te implementeren en zo in de kortst mogelijke tijd in te spelen op nieuwe marktontwikkelingen.
- 5. Hoge integratiemogelijkheden.** Low-code platforms kunnen via hun open interfaces gemakkelijk worden geïntegreerd in de bestaande infrastructuur en naadloos worden ingepast in het huidige IT-landschap.
- 6. Minimal Viable Product (MVP).** Met behulp van de MVP concentreren bedrijven hun eisen op de essentiële componenten, zodat verschillende organisatiegebieden hun digitale initiatief gelijktijdig kunnen lanceren zonder de IT-afdelingen te overbelasten.

Een van deze factoren is meestal de drijfveer om met low-code te beginnen. Maar de andere vijf voordelen worden vaak snel ontdekt.

PROCESDATA UIT APPS

Low-code apps en RPA-toepassingen verzamelen daarnaast grote hoeveelheden data over het proces dat ze ondersteunen. Die data kun je gebruiken om betere beslissingen te nemen. Onze Promotiemanager geeft retailers bijvoorbeeld de mogelijkheid om op basis van historische data de beste promoties te kiezen. Op welke artikelen moet ik korting geven? Hoeveel korting? Wanneer is mijn promotie het effectiefst? En zelfs: waar moet mijn artikel staan in de folder? Als je medewerkers niet meer bezig zijn met het zoeken naar antwoorden op dit soort basale vragen, kunnen ze tijd vrijmaken om strategisch na te denken over product en business.

En die tijd zullen ze nodig hebben de komende jaren.

TOT SLOT

Het is duidelijk: digitale transformatie is niet iets wat van vandaag op morgen gedaan is. Het is ook niet iets wat je voor elkaar kunt krijgen met één ingreep of de invoering van één technologie. Het is een samenspel van techniek, cultuur en het besef dat niet veranderen geen optie is.

Hopelijk hebben we met deze whitepaper je belangrijkste vragen over digitale transformatie beantwoord. Hopelijk hebben we je ook laten zien dat low-code development een centrale rol kan spelen in je digitale transformatie. Wil je verder praten over de mogelijkheden van low-code of wil je ons uitdagen om met ideeën te komen over hoe jouw digitale transformatie sneller en wendbaarder kan? Maak dan nu een afspraak via +31 (0)33 744 00 04

