

Βάλαμε τις βάσεις για τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων

Νέες προκλήσεις φέρνει για τις ελληνικές επιχειρήσεις ο ψηφιακός μετασχηματισμός, που επιταχύνθηκε εν μέσω πανδημίας, καθώς οι καταναλωτές πλέον αναγνωρίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό την αξία του ηλεκτρονικού εμπορίου

Εν μέσω πανδημίας οι ανάγκες για επενδύσεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό μπήκαν σε προτεραιότητα, σχεδόν στο σύνολο των τομέων της οικονομίας, με τους περισσότερους CEOs παγκοσμίως να τον τοποθετούν πολύ ψηλότερα στην ατζέντα τους, μεταθέτοντας μάλιστα ένα σημαντικό μέρος του ετήσιου προϋπολογισμού τους σε αυτόν.

Σύμφωνα με τον Αναστάσιο Σπανίδη, συνιδρυτή και CEO της Generation Y, αυτό που έχει πραγματικά ενδιαφέρον είναι ότι, εκτός από τις επιχειρήσεις που στράφηκαν και ενίσχυσαν το κομμάτι των ηλεκτρονικών καταστημάτων τους, το καταναλωτικό κοινό επίσης αναγνώρισε την προστιθέμενη αξία που προσφέρει η αγορά μέσα από το ηλεκτρονικό εμπόριο.

«Η πανδημία ουσιαστικά εκπαίδευσε μεγάλο μέρος του πληθυσμού να χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα πολύ περισσότερο και να εισπράττει τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου, είτε αφορά σε προϊόντα, υπηρεσίες είτε σε χρήσιμη ενημέρωση», σημειώνει χαρακτηριστικά ο κ. Σπανίδης, αναφέροντας ως τρανό παράδειγμα την κατηγορία των groceries, «που μέχρι σήμερα εισέρχονταν στο ψηφιακό εμπόριο με αργά βήματα, αλλά εν μέσω πανδημίας έκαναν άλμα ανάπτυξης». Το ίδιο συνέβη και με άλλους κλάδους, όπως η μόδα, η υγεία κ.ο.κ.

Οι βασικές προκλήσεις του ψηφιακού επιχειρείν

Το νέο σκηνικό που διαμορφώνεται από την επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού δημιουργεί πολλές προκλήσεις για τις ελληνικές επιχειρήσεις, που καλούνται πλέ-

ον να αντεπεξέλθουν στον ανταγωνισμό σε τοπικό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Σύμφωνα με τον κ. Σπανίδη, μια από τις πιο σημαντικές προκλήσεις για το ψηφιακό επιχειρείν, που σήμερα αναπτύσσεται με μεγαλύτερη ταχύτητα από ποτέ, είναι η ίδια η κουλτούρα των CEOs και οι τρόποι με τους οποίους αυτή διοχετεύεται σε όλο τον οργανισμό προκειμένου να γίνει αντιληπτή από όλους η αναγκαιότητα του ψηφιακού μετασχηματισμού και της εφαρμογής νέων τεχνολογιών. Και βέβαια, ένας ολοκληρωμένος ψηφιακός μετασχηματισμός δεν περιλαμβάνει μόνο την ψηφιοποίηση των υφιστάμενων διαδικασιών.

«**Οφείλουμε να προσεγγίζουμε** τον ψηφιακό μετασχηματισμό ολιστικά, αναπτύσσοντας νέες αυτοματοποιημένες διαδικασίες, αλλά και ενδυναμώνοντας τις ομάδες μας με εξειδικευμένους επαγγελματίες της αγοράς, ενώ ταυτόχρονα ενισχύουμε τους εργαζομένους μας με δεξιότητες απαραίτητες για τη σύγχρονη ψηφιακή εποχή», σημειώνει ο κ. Σπανίδης, προσθέτοντας ότι πλέον ζωτική σημασία έχει αποκτήσει και η διασφάλιση της κυβερνοασφάλειας των λειτουργιών μας λόγω της μεγάλης έκθεσης των εταιρειών σε ψηφιακά περιβάλλοντα.

Προφανώς, είναι μεγάλο το έδαφος που χρειάζεται να καλυφθεί και σε οικονομικό επίπεδο, ωστόσο οι επιχειρήσεις καλούνται να δουν τα οφέλη πίσω από τον ψηφιακό μετασχηματισμό και να ξεκινήσουν βήμα-βήμα την ολοκλήρωσή του. «Προσωπικά δεν σας κρύβω ότι ανησυχώ για το πώς η ρευστότητα έχει επηρεαστεί στις επιχειρήσεις. Παρ' όλα αυτά παραμένω αισιόδοξος και πιστεύω στον Έλληνα επιχειρηματία. Μετά από μια 10ετή

κρίση με πολύ μεγάλα εμπόδια έχει καταφέρει να επιβιώσει, έχει σκληραγωγηθεί και, αυτήν τη στιγμή, επιδεικνύει την απαραίτητη προσαρμοστικότητα, ευελιξία και ταχύτητα που επιβάλλει η πανδημία», σημειώνει ο κ. Σπανίδης, εκτιμώντας ότι σήμερα υπάρχουν οι συνθήκες για σοβαρή ανάπτυξη στην ελληνική οικονομία, οι οποίες θα ενταθούν περαιτέρω και με την προσέγγιση ξένων επενδύσεων, που θα φέρουν έναν αέρα άνθησης και ανέλιξης.

Η νούμερο ένα πρόκληση, όμως, δεν είναι άλλη από το να επιλέξει μια επιχείρηση τον κατάλληλο συνεργάτη ψηφιακού μετασχηματισμού, ο οποίος να ξέρει πώς να διαχειριστεί αυτή την εξέλιξη, να προβλέψει τα επόμενα βήματα και να την καθοδηγήσει σε αυτά. «Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι μία ξεχωριστή περίπτωση επένδυσης. Πρόκειται ουσιαστικά για ένα ιδιαίτερα σύνθετο project, για το οποίο η συνεργασία και η συνδημιουργία ανάμεσα στα δύο εμπλεκόμενα μέρη (σύμβουλος- πελάτης) είναι απαραίτητη. Και ο σωστός συνεργάτης είναι καταλυτικός παράγοντας ακριβώς γι' αυτόν τον λόγο. Επειδή εδώ απαιτείται βάθος γνώσης, εύρος εμπειρίας και expertise, ως εκ τούτου είναι σημαντικό να επιλέξεις μία ομάδα που τα διαθέτει όλα», σημειώνει ο CEO της Generation Y.

Σύμφωνα με τον ίδιο, η μεγαλύτερη συνέπεια από τη μη βέλτιστη επιλογή συνεργάτη δεν είναι τόσο το αμφιλεγόμενο αποτέλεσμα όσο το κόστος ευκαιρίας του χρόνου που θα έχει χαθεί μέχρι εκείνο το σημείο. Και όσον αφορά στον ανταγωνισμό αλλά και στις απαιτήσεις της ίδιας της αγοράς, που διαρκώς μεταλλάσσονται.



«**Οφείλουμε να προσεγγίζουμε τον ψηφιακό μετασχηματισμό ολιστικά, αναπτύσσοντας νέες αυτοματοποιημένες διαδικασίες αλλά και ενδυναμώνοντας τις ομάδες μας**», σημειώνει ο κ. Αναστάσιος Σπανίδης, CEO της Generation Y.

Τέσσερις πυλώνες

Στο πλαίσιο αυτό η Generation Y, με τα 21 χρόνια εμπειρίας της, τις 24 χώρες εξαγωγικής δραστηριότητας, τα 10 γραφεία παγκοσμίως και τους 230 κορυφαίους εξειδικευμένους επαγγελματίες της, προσφέρει καινοτόμες, απόλυτα μετρήσιμες ψηφιακές λύσεις μέσα από τα εννέα business units της (Market Research, Creative, Software Development, Mobile, Branding, Performance Marketing, Business Consultancy, Data Analysis & Reporting, Insurance), επιλέγοντας από 180 διαφορετικές υπηρεσίες, ο συνδυασμός των οποίων δημιουργεί διαφορετικές λύσεις.

«Η μεγάλη εμπειρία που διαθέτουμε μας επιτρέπει να αφουγκραζόμαστε σωστά τις ανάγκες του εκάστοτε συνεργάτη, ώστε να επιλέγουμε από το εύρος των διαθέσιμων λύσεων εκείνες που ειδικά για τη δική του επιχείρηση θα μπορέσουν αποδοτικά, γρήγορα και στοχευμένα να φέρουν ένα απόλυτα μετρήσιμο αποτέλεσμα», δηλώνει ο κ. Σπανίδης.

Για την Generation Y ο ψηφιακός μετασχηματισμός σπάει σε τέσσερις πυλώνες για μία επιχείρηση:

1. Πώς θα πουλήσει παραπάνω προϊόντα ή υπηρεσίες.
2. Πώς θα μειώσει τα λειτουργικά της κόστη μέσα από αυτοματισμούς.
3. Πώς θα κάνει μετρήσιμους όλους τους δείκτες λειτουργίας ώστε να βελτιώνει συνεχώς τα operations της.
4. Πώς θα καταγράψει την αγορά με βάση όχι μόνο τα δημογραφικά, αλλά και τα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των χρηστών στα ψηφιακά κανάλια προκειμένου να έχει υψηλής ποιότητας στόχευση επικοινωνίας.

«**Και πώς μειώνουμε** το κόστος επικοινωνίας, τόσο ενεργειών κύρους όσο και διαφημιστικής τοποθέτησης, ενώ αυξάνουμε την ποιότητα στόχευσης; Έχοντας δημιουργήσει καινοτόμα προϊόντα, τα οποία υποστηρίζουν στήματα AI (Artificial Intelligence) και μας δίνουν τη δυνατότητα να δημιουργούμε επικοινωνία βάσει συγκεκριμένου segmentation, με τη χρήση προσωποποιημένων, δυναμικών «real time» διαφημίσεων, όσον αφορά και στο περιεχόμενο και στην εικόνα», σημειώνει ο κ. Σπανίδης.

Σύμφωνα με τον ίδιο, «ο δικός μας ρόλος ως Generation Y είναι να συνεχίσουμε να ηγούμαστε της αγοράς βοηθώντας τις επιχειρήσεις να πετύχουν τους στόχους τους και να αξιοποιούν τις ευκαιρίες που η τεχνολογία μπορεί να τους προσφέρει, είτε στο κανάλι πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών είτε μέσω αυτοματισμών για να χαμηλώσουν τα λειτουργικά τους έξοδα».

Ταξίδι μετασχηματισμού

«Και εμείς στην Generation Y βρεθήκαμε το τελευταίο διάστημα μπροστά σε διάφορα σταυροδρόμια. Ποια οπτική γωνία να επιλέξουμε; Να επιλέξουμε τη συστολή ή την προσαρμοστικότητα; Να προχωρήσουμε με τα υπάρχοντα προϊόντα μας ή να δημιουργήσουμε νέες λύσεις για να βοηθήσουμε το εγχώριο επιχειρείν; Να αρκεστούμε στη στασιμότητα ή να επιμεινουμε στην ανάπτυξη; Μπροστά σε αυτά τα διλήμματα, η Generation Y επέλεξε τη συνδημιουργία, τη θετικότητα, την προσαρμοστικότητα», αναφέρει ακόμα ο κ. Σπανίδης και σημειώνει ότι «όταν η τάση της αγοράς ήταν να σταματά κάθε εμπορική ενέργεια, εμείς παρακινούσαμε τους συνεργάτες μας να επιμεινουν, διεκδικώντας μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Και το πετύχαμε».

Η Generation Y επέλεξε έμπρακτα τον δρόμο της ανάπτυξης, ανοίγοντας 100 νέες θέσεις εργασίας για το 2021, στο πλαίσιο της εταιρικής καμπάνιας «Choose Your Perspective». «Δραστηριοποιούμενοι σε έναν κλάδο νευραλγικής σημασίας για τις απαιτήσεις που επιβάλλει η τρέχουσα συγκυρία, έχουμε ευθύνη πρωτίτως να παρέχουμε τη στήριξή μας. Και στην ελληνική οικονομία, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να μετασχηματιστούν ψηφιακά, αλλά και στην κοινωνία συνολικά, πολλαπλασιάζοντας τους τρόπους με τους οποίους συνεισφέρουμε σε όλους τους τομείς της», τονίζει ο κ. Σπανίδης.

«Όλη αυτή την περίοδο σκεφτήκαμε και δημιουργήσαμε λύσεις για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, όπως το GY fast, μια λύση ηλεκτρονικού εμπορίου η οποία εγκαθίσταται εντός επτά ημερών και ήρθε να ενισχύσει τη ρευστότητά τους και να δημιουργήσει μία νέα πηγή κερδοφορίας, ενώ παράλληλα, όσον αφορά στις μεγάλες επιχειρήσεις, βοηθήσαμε σε ένα εύρος αναγκών, από το στήσιμο της ομαλής λειτουργίας τους εξ αποστάσεως (όπου αυτό επιτρεπόταν) μέχρι διάφορους μετασχηματισμούς στα operations τους, δεδομένου ότι, π.χ., άλλαξε ο όγκος στις παραγγελίες τους».