



Sådan kommer du godt i gang med at optimere dine forretningsprocesser

CGI

Vejen til digital forretningsudvikling går gennem en grundig analyse af processer og værdikæder. Her er fem spørgsmål, du bør stille dig selv før du går i gang



ØGET DIGITALISERING ER HØJT PÅ DAGSORDENEN I MANGE VIRKSOMHEDER OG ORGANISATIONER

Nogle er godt i gang, nogle er lige begyndt og nogle tøver fortsat. Men uanset hvor på rejsen, man er, har den globale coronakrise slået én ting fast med syvtommersøm:

Digitalisering og optimering er ikke længere en luksus (eller *nice to have*, om man vil). Det er derimod *need to have* - en basal nødvendighed for at bevare konkurrenceevnen. Ja, måske endda for at overleve.

Virksomheder må ganske enkelt reagere på forandringerne. De må omstille og tilpasse sig - og de må afsøge nye muligheder. Både for at drive deres forretning mere effektivt og rentabelt, og for at udvikle nye forretningsmuligheder i form af nye og bedre produkter og services.

RESPOND. REBOUND. REINVENT

I CGI har vi udviklet et fleksibelt rammeværk til at hjælpe virksomheder med at komme styrkede ud på den anden side af krisen: CGI 3R, hvor de tre R'er står for "Respond. Rebound. Reinvent."

Et af de mange værktøjer, vi bruger til at hjælpe virksomheder og organisationer gennem de tre faser i CGI 3R, er Value Stream Analysis. Det er et effektivt værktøj, som vi oprindeligt har udviklet til at indgå i forarbejdet til større ERP-implementeringer og opgraderinger.

Value Stream Analysis handler først og fremmest om at identificere og analysere de problemområder og processer, det giver værdi at optimere. Og vores erfaringer viser, at Value Stream Analysis også med stor fordel kan bruges som et enkeltstående og omkostningseffektivt redskab til at høste nogle lavthængende frugter hurtigt.

Det kræver noget forarbejde. For hvis man ikke tør stille sig selv nogle kritiske spørgsmål først, kommer man sjældent (læs: aldrig) hverken godt i gang eller halvt i mål. Men den gode nyhed er, at der ikke nødvendigvis skal så meget til for at nå et godt udgangspunkt.

Netop dét er vores fokus i det følgende. Her identificerer vi fem helt afgørende spørgsmål, som alle virksomheder bør stille sig selv inden de kaster sig ud i nogen former for digital forretningsudvikling.

Når de spørgsmål er besvaret, kan virksomheden på kort tid opnå en række helt håndgribelige, forretningsmæssige gevinster med Value Stream Analysis.



1

HVAD ER VORES REELLE UDFORDRINGER?

Her handler det om at finde ud af hvor det "gør ondt" ved at bruge et struktureret rammeværk, som får udfordringerne frem lyset. I stedet for at foretage individuelle interviews samler man mennesker fra flere afdelinger og taler åbent om de enkelte processer og problemer. Det skaber transparens og ny indsigt på tværs af organisationen.

2

HVOR STRØMLINET ER VORES VIRKSOMHED NU?

Øvelsen her er at afdække hvad man kan kalde virksomhedens modenhed i forhold til digitalisering, og den kan måles i flere dimensioner. Blandt andet:

- Procesmodenhed - har vi et sæt arbejds gange og procedurer, som alle følger, eller gør vi tingene på hver vores måde?
 - Organisatorisk - hvor afhængige er vi af enkeltpersoner? Har virksomheden et PMO (projekt management office,) som er vant til at styre flere projekter?
 - KPI'er og rapportering - følger vi de samme KPI'er og rapporter?
 - Master data - hvordan er de organiseret, og hvor høj (eller lav) er kvaliteten?
 - It-plattform: Har vi mange utidssvarende systemer? Kan vi skalere vores plattform, eller er vi begrænset af den?
-

3

HVORNÅR HAR VI SIDST RYDDET OP I VIRKSOMHEDENS PORTEFØLJE AF PRODUKTER OG YDELSER?

Tag et langt og grundigt kig på forholdet mellem omkostninger og indtjening på hvert enkelt produkt/ydelse. Måske venter der en overraskelse eller to, og den allestedsnærværende 80/20-regel viser sig ofte her.

Omvendt skal man også anerkende, at visse produkter eller ydelser, som ved første øjekast ser mindre rentable ud, kan have en strategisk berettigelse, fx pga. konkurrence i markedet, eller fordi produktet komplementerer og dermed indirekte understøtter salget af andre produkter.

Kunsten er at identificere dem og tage aktivt stilling til, hvordan og hvor godt it-strategien skal understøtte hver enkelt produkttype.

4

HAR VI EN HANDLINGSORIENTERET BUSINESS CASE?

Hvad er det, vi ønsker at opnå - og hvordan? Mange projekter begynder med en business case, der har nogle hypotetiske, overordnede målsætninger. Målsætningerne skal sætte en retning for et projekt, men ofte er de for ukonkrete til at man rent faktisk kan bruge dem til noget. Derfor skal målsætninger brydes ned, så de er konkrete og målbar. Når man har gjort det, har man fundamentet for en handlingsorienteret business case.

5

HAR LEDELSEN ET STYRINGSGRUNDLAG?

Hvis ledelsen skal have succes med at styre et komplekst projekt og træffe de rigtige beslutninger undervejs, skal den bruge en ramme og et sæt guidelines, som passer til projektet. Øvelsen er at omsætte målsætningerne til styringshåndtag, så ledelsen kan træffe de beslutninger, der støtter projektet bedst muligt.

PAS PÅ FALDGRUBERNE!

Til sidst en velment opfordring til at undgå de to mest oplagte faldgruber, som kan kaste grus i maskineriet i ethvert forsøg på digital forretningsudvikling:

Processer først - teknologi senere

Pas på med at se dig varm på en bestemt teknologi eller løsning på forhånd. Teknologi er midlet, ikke målet i sig selv. Value Stream Analysis handler først og fremmest om at identificere og analysere de problemområder og processer, det giver værdi at optimere.

Sørg for at både forretning og it er med

Digital forretningsudvikling handler om at få it til at understøtte forretningens behov. Derfor er det afgørende, at både forretningen og it-afdelingen sidder med ved bordet fra begyndelsen. Udvikling af virksomhedens forretning er en rejse, som alle i virksomheden skal med på.

Kontakt os nu og få mere at vide om hvordan CGI kan hjælpe din virksomhed med Value Stream Analysis



cgi.dk@cgi.com



44 78 40 00

Om os

Insights you can act on

CGI er grundlagt i 1976 og en af verdens største leverandører af konsulentytelser og services inden for it og forretningsrådgivning. Vi leverer indsigt og skalerbare, bæredygtige løsninger, der skaber resultater. I CGI går global styrke og kompetencer hånd i hånd med lokalt kendskab og nærhed til vores kunder via 400 kontorer over hele verden.

cgi.dk