



Näringslivet räknar med 17 procents avkastning på digital transformation under det närmaste året

Men nära hälften varnar att en "digital förändringströtthet" påverkar deras möjligheter att rusta sig digitalt inför framtiden

Stockholm, 26 juni 2019 - Företagsledare runt hela världen bedömer att de under ett år kan få 17 procents avkastning på investeringar i digital transformation. Det framgår av en ny undersökning från Avanade, den ledande digitala innovatören inom Microsofts ekosystem. Men samtidigt som 92 procent uppger att digital transformation är bland topp tre prioritering säger 43 procent att en trötthet över digitala förändringar - *digital transformation fatigue* - påverkar deras framsteg betydligt.

I undersökningen som gjorts bland 1150 seniora beslutsfattare ombuds cheferna att identifiera de främsta hindren för en digital transformation i deras eget företag.

- 80 procent svarar att de inte kan fatta beslut grundade på fakta
- 46 procent uppger anställningar och utbildning av rätt kompetens
- 40 procent säger integrationen av gammal och ny teknik
- 35 procent svarar moderniseringen av IT-system inom juridik

–Det finns ingen självklar väg till framgång, eftersom var och en har sina egna unika utmaningar, säger Gord Mawhinney, Global Business Applications Lead på Avanade. Vi har identifierat tre nyckelområden som vi anser att organisationer måste adressera för att framgångsrikt slutföra sin digitala transformation. Det är innovation, effektivitet och erfarenhet. De företag som uppnår mognad inom alla tre områden kommer att skörda den största avkastningen. Resultaten från undersökningen återspeglar detta.

88 procent svarar att deras affärssystem måste omfattas av innovationen för att möjliggöra flexibilitet och fortsatta förbättringar. 84 procent säger att organisationen måste investera i AI samtidigt som man uppdaterar sina affärsapplikationer för att bli så framgångsrik som möjligt.

När det gäller effektivitet menar 78 procent av de tillfrågade att artificiell intelligens, AI, ofta används utan att man först överväger hur man ska integrera AI med IT-system inom juridik; en utmaning som de svarande själva uppger att de har svårigheter att hantera. Dessutom uppger 85 procent att integrationen mellan AI, datakällor och affärssystem kan bli bättre.

Hela 83 procent anser att investeringar i kundupplevelser (CX) och medarbetarupplevelser (EX) ska prioriteras likvärdigt. Faktum är att 82 procent säger att investeringar i CX och EX ska komma före AI-investeringar. 80 procent svarar att deras företagskultur och medarbetare är de mest kritiska faktorerna för framgång likväl som misslyckanden.

–Nyckeln till nöjda kunder är att göra AI till en del av företagets DNA och en del av den digitaliseringen. Det gör det möjligt för organisationen att bli mer framgångsrik och medarbetarna att bli mer produktiva och effektiva, säger Simon Thomas, Global Data och AI Lead på Avanade.

Respondenterna i undersökningen är överens

94 procent av beslutsfattarna som har investerat i smarta teknologier anser att intelligent automation och avancerade prognosfunktioner, baserade på stora mängder data som analyseras med hjälp av AI - så kallad prediktiv analys - kommer ge det största lyftet för affärsresultatet.

Avanades kund, det ledande franska försäkringsföretaget Generali, har redan under det första året av ett femårigt program med syfte att öka effektiviteten i verksamheten och kundservice, erfårit fördelarna med en digital transformation. I det första steget har Avanade implementerat en ROT-lösning (Robotic Process Automation) som har sänkt tiden för att behandla kundförfrågningar från 72 timmar till ett genomsnitt på bara en timme. På längre sikt arbetar Avanade med Generali för att öka effektiviteten hos medarbetarna genom att integrera kognitiva förmågor med robotar. Med fortsatta framsteg är Generali på god väg att realisera den ökade avkastningen på 17 procent som framhävs i Avanades undersökning.

Om undersökningen

Undersökningsföretaget Vanson Bourne intervjuade på Avanades uppdrag 1150 seniora beslutsfattare. Undersökningen avslutades i juni 2019. Respondenterna finns i Europa, Nordamerika, Asien och Stilla-havsområdet. De är verksamma inom IT, ekonomi, verksamhetsstyrning, försäljning, marknadsföring och HR. Företagen som de representerar har en årlig omsättning från 500 miljoner USD upp till drygt tio miljarder USD och verkar inom branscher såsom tillverkning, kommunikation, media, teknologi, finans, hälsa samt offentlig sektor.

För mer information kontakta:

Marta Kardach, Marketing Lead, Avanade Sverige

T: +46 70 521 32 88

E: marta.kardach@avanade.com

Om Avanade

Avanade is the leading provider of innovative digital and cloud services, business solutions and design-led experiences delivered through the power of people and the Microsoft ecosystem. Our professionals bring bold, fresh thinking combined with technology, business and industry expertise to help fuel transformation and growth for our clients and their customers. Avanade has 30,000 digitally connected people across 24 countries, bringing clients the best thinking through a collaborative culture that honors diversity and reflects the communities in which we

operate. Majority owned by Accenture, Avanade was founded in 2000 by Accenture LLP and Microsoft Corporation. Learn more at www.avanade.com.