

Digitalisering kan stärka medelstora företags konkurrensförmåga

Av [David Mills, CEO, Ricoh Europe](#)

Stockholm, 8 november 2016

Människor har studerat himlavalvet i tusentals år, men det var inte förrän raketforskningen var en realitet som vi lyckades ta oss dit. Europas medelstora företag behöver en liknande teknisk utveckling för att förverkliga sina "astronomiska" mål.

[En ny undersökning från Ricoh](#) visar att svårigheter med inköp och finansiering av rätt teknik är ett av de största tillväxthindren för medelstora företag. Många medelstora företag lider av något vi skulle kunna kalla för "Middle Child Syndrome" – de förväntas konkurrera med storföretagen, men får inte samma finansiella stöd som uppstarts företagen.

Undersökningen visar att 30 procent av de medelstora företagen fortfarande inte har nyttjat de digitala verktyg de skulle behöva för att expandera verksamheten.

De medelstora företagen skulle ha stor nytta av den nya tekniken, både i arbetet med sina kunder och med sina anställda. När företagen, i undersökningen, ombads ange de största fördelarna med den digitala tekniken hamnade förbättrad kundservice i topp (36 %), tätt följt av förbättrad produktivitet hos medarbetarna (32 %). På frågan om vilken som är den största utmaningen blev svaret komplex och kostsam reglering, följt av svårigheter att locka till sig kvalificerade medarbetare (27 %).

Så, var ska man börja?

Bättre kundservice och kommunikation

Många större företag bildas genom fusioner och förvärv. Faktum är att 27 procent av de medelstora företagen planerar att delta i någon form av företagsförvärv under de kommande två åren. En sådan process medför alltid vissa utmaningar och när två företag ska integrera sina plattformar gäller det att se till att inga kunder tappas bort på vägen.

Data måste snabbt och smidigt sammanställas, så att företaget kan analysera informationen, fatta rätt beslut och se till att kommunikationen till kunderna blir riktad och anpassad.

När ett företag växer samtidigt som resurserna är knappa kan det vara svårt att behålla en hög servicenivå. Men det finns verktyg som möjliggör en kostnadseffektiv kundvård. 70 procent av företagen planerar att ge sig in på nya marknader under de kommande två åren och att ha ett gott anseende gällande sin kundservice är avgörande.

Ökad produktivitet hos de anställda

En av de största fördelarna med dagens teknik är att den gör det enkelt att lagra och behandla information samt att kommunicera. I dag förväntar sig kunder och aktieägare att få snabb och korrekt service och ska man kunna erbjuda detta i stor skala krävs digitala verktyg.

De anställdas produktivitet är en viktig faktor för de medelstora företagen. Nästan en tredjedel (32 %) av de företag som har infört digitala lösningar har redan uppnått förbättringar på detta område.

De digitala verktygen förbättrar produktiviteten på två sätt. För det första möjliggör de ett obehindrat informationsflöde inom företaget, så att de anställda enkelt får tillgång till information och kan fokusera på att erbjuda personlig service. För det andra bidrar de till ett smidigt arbetsflöde och till att kostnader och svinn minskar.

Ett attraktivt arbetsgivarvarumärke

Att locka till sig de bästa talangerna är en stor utmaning för de medelstora företagen, eftersom många potentiella medarbetare hellre vill jobba på ett stort och känt företag. 65 procent av företagen anser att detta är ett problem. Hela 58 procent av företagen svarade att de har svårt att locka till sig toppkandidater på grund av att de inte har implementerat de senaste digitala lösningarna.

Om de medelstora företagen ska klara av att locka till sig de bästa talangerna måste de erbjuda de bästa verktygen så att de kan utnyttja sin produktivitetspotential, teknik jämförbar med den de ledande företagen i respektive bransch använder. De anställda ställer också allt högre krav på flexibilitet, vilket kräver de rätta digitala verktygen.

Den italienska banken [Cassa di Risparmio di Volterra](#) brottades med typiska tillväxtproblem för ett medelstort företag. Innan banken inledde ett samarbete med Ricoh Communication Services var kostnaderna för kundservice i bankens växande nätverk av filialkontor ett stort hinder för tillväxt.

– För att kunna expandera behövde vi en lösning som minskade våra kostnader per filial. Samtidigt ville vi öka kundnyttan genom att kunna erbjuda expertrådgivning på distans, sade Eugenio Fortunio, COO vid Cassa di Risparmio di Volterra.

– Tack vare den nya lösningen [Virtual Communication Point](#) kan våra experter på huvudkontoret ge våra kunder rådgivning via videosamtal. Lösningen gör det också lättare för våra medarbetare att dela information och samarbeta. Detta sparar tid och vi slipper kostnaderna för att ha rådgivare på plats lokalt. Det har också gett oss en möjlighet att investera i andra delar av verksamheten och expandera vidare, fortsätter Fortunio.

Att snabbt digitalisera verksamheten är synonymt med att behålla konkurrenskraften. Processen måste börja med företagets ledning. 76 procent av respondenterna i undersökningen säger att medelstora företag behöver ha en "tydligt definierad, långsiktig vision" för den digitala tekniken. Och 77 procent säger att de behöver "en tydlig plan" för att genomföra den.

Den som är chef för ett medelstort företag har mycket på sin agenda. Att se till att företaget växer i dag och investera inför morgondagen är viktiga uppgifter. Den som vill fortsätta växa och ta företaget till nästa nivå måste prioritera tekniken – för det är de digitala lösningarna som är botemedlet för den som lider av "Middle Child Syndrome".

För ytterligare information, kontakta:

Magnus Christerson, Marketing Director, Ricoh Sverige AB
Tel: 08-734 18 68, E-post: magnus.christerson@ricoh.se

Jack Gibson/ Anton Gourman, Ricoh Europe PLC
Tel: +44 (0) 203 033 3766, E-post: press@ricoh-europe.com

Följ oss på Facebook: www.facebook.com/Ricoh.Sverige.AB, www.facebook.com/RicohEurope

Följ oss på Twitter: www.twitter.com/ricoheurope

Registrera dig på Ricohs mediacentrum på: www.ricoh-europe.com/press

| About Ricoh |

Ricoh is a global technology company that has been transforming the way people work for more than 80 years. Under its corporate tagline – *imagine. change.* – Ricoh continues to empower companies and individuals with services and technologies that inspire innovation, enhance sustainability and boost business growth. These include document management systems, IT services, production print solutions, visual communications systems, digital cameras, and industrial systems.

Headquartered in Tokyo, Ricoh Group operates in approximately 200 countries and regions. In the financial year ending March 2016, Ricoh Group had worldwide sales of 2,209 billion yen (approx. 19.6 billion USD). For further information, please visit: www.ricoh.se.