LUTA CONTRA A IGNORÂNCIA

- Desenvolva sua fluência digital.
- Não aposte em novas tecnologias digitais até que tenha um entendimento claro de sua relevância para o negócio.

LUTA CONTRA O MEDO

- Promova um diálogo aberto com os colaboradores.
- Construa redes de apoio para o desenvolvimento de novas competências.

LUTA CONTRA A ADIVINHAÇÃO

- Construa etapas a serem atingidas conforme sua evolução digital.
- Fomente a experimentação aproveitando a grande geração de dados em tempo real.

LUTA CONTRA A CONFUSÃO

- Estruture um portfólio de iniciativas.
- Implemente grandes movimentos para não cair no incrementalismo.

Para saber mais:

KANE, et al. Strategy, not technology, drives digital transformation. **MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press**, nº 14. 2015

KANE, et al. Achieving Digital Maturity. **MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press**, July. 2017

MATT, C.; HESS, T.; BENLIAN, A. Digital Transformation Strategies. **Business & Information Systems Engineering**, nº57, p. 339-343. 2015.

CATLIN, T.; LABERGE, L.; VARNEY, S. Digital strategy: The four fights you have to win . **The Mckinsey Quarterly**, out. 2018.

TADEU, H; DUARTE, A. M.; CHEDE, C. T. Transformação digital: perspectiva brasileira e busca da maturidade digital. **Revista DOM**: v.11, n.35 , p. 32-37, maio/ago. 20

ARRUDA, C.; TADEU, H. Preparação para a indústria inteligente. **Revista DOM**: v.10, n.29 , p. 72-81, mar./jul. 2016.

BUGHIN, J.; CATLIN, T.; HIRT, M; WILLMOTT, P. Why digital strategies fail. **The Mckinsey Quarterly**, jan. 2018.

CRI-CE

Centro de Referência em Inovação do Ceará
www.fdc.org.br/inovacao

INFOS: **(85) 3264.3112**
www.barrossolucoes.com.br
barrossolucoesemgestao

BARROS Soluções em gestão

ASSOCIADA À FDC

CRI-CE

CENTRO DE REFERÊNCIA EM INOVAÇÃO

Evento I – Ciclo 2019

DESENHAR E IMPLEMENTAR UMA ESTRATÉGIA DIGITAL

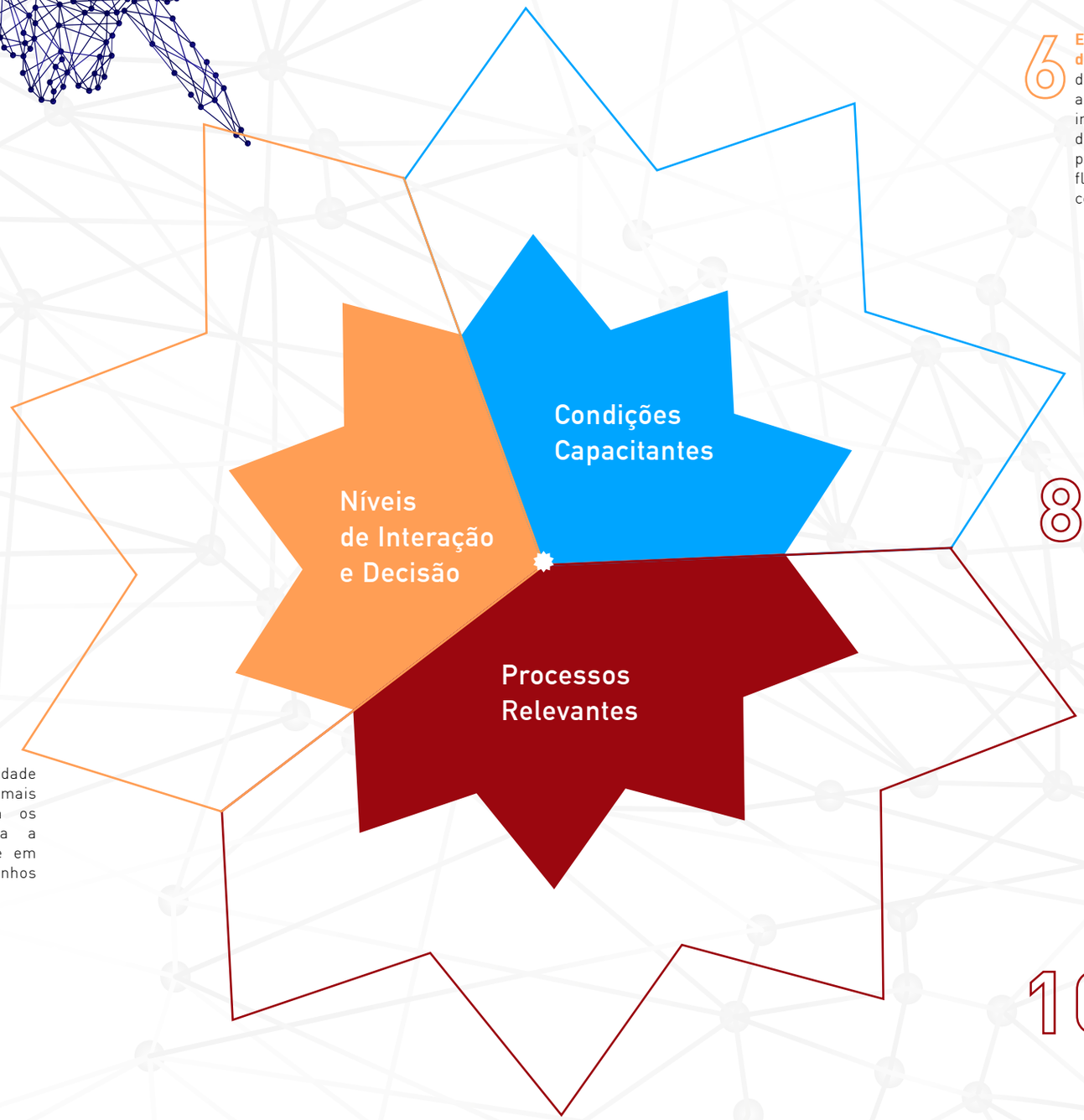
1 **Estratégia digital:** um plano abrangente que envolve toda a organização e identifica oportunidades de implementação intensiva de tecnologias para atingir um objetivo de impacto no negócio. Pode ter um foco na transformação do produto em si (o negócio) e/ou um foco na transformação da cadeia de valor (processo produtivo), dependendo do mercado e setor.

2 **Tecnologias digitais:** incluem IoT, Inteligência Artificial, Big Data e Analytics, Manufatura Aditiva, Realidade Virtual, Computação em Nuvem, Blockchain, dentre outras apostas no futuro. A tecnologia por si só não gera valor, é preciso saber usá-la como habilitadora em um contexto específico. Depende da atitude da organização em adotar e explorar inovações.

3 **Capacidade analítica e preditiva:** a riqueza da transformação digital está no tratamento adequado dos dados disponíveis. Inclui a capacidade de gerir dados, capturar e unificar informações de forma inteligente, para gerar insights e transparência, possibilitando uma tomada de decisão mais rápida e assertiva.

4 **Relacionamento com clientes:** habilidade de tornar as experiências cada vez mais ricas, próximas e frequentes com os clientes. É fundamental que toda a organização seja centrada no cliente em tempo real e pense no potencial de ganhos do cliente.

5 **Atuação em redes:** atuação de forma integrada, rápida e transparente por meio de plataformas. A conectividade e a formação de ecossistemas para além das fronteiras tradicionais entre indústrias é intrínseco à digitalização, permitindo a redução de riscos e o aumento dos ganhos em rede.



6 **Estrutura organizacional e processos digitais:** avaliação interna da estrutura e dos processos de uma organização. A automação de processos e o uso da inteligência artificial tornam a tomada de decisão mais rápida, ágil e correta. Os processos internos e as estruturas, mais flexíveis, devem se tornar mais centrados nos clientes.

7 **Cultura e pessoas:** uma cultura de mudança permanente, que prioriza a colaboração, a autonomia, a flexibilidade e a experimentação é crucial em ambientes digitais. Os mecanismos de remuneração, progresso pessoal, reconhecimento e prêmios devem ser diretamente ligados ao cumprimento de objetivos de transformação digital.

8 **Riscos e investimentos:** investimentos trazem riscos, portanto, faz parte da cultura das organizações maduras que os líderes se esforcem para diminuir a aversão ao risco, apoiando equipes mais ousadas. Para a transformação digital, sugere-se estimar o valor dos produtos, serviços ou novos negócios pelo valuation, considerando o valor presente do fluxo de caixa futuro.

9 **Aspectos legais e éticos:** identificação precoce das questões legais e de possíveis dilemas éticos. Modelos de contratos deverão sofrer alterações, muitas vezes com o compartilhamento de riscos e recompensas. Ter consciência das implicações de um mundo cada vez mais digital é um olhar importante a ser desenvolvido.

10 **Novos modelos de negócio:** organizações com produtos e serviços digitais passam a oferecer aos seus clientes soluções completas em um ecossistema digital, em que podem ocorrer mudanças fundamentais na forma de gerar e capturar valor.

Da transformação à maturidade digital