

DIGIKYVYKKYYSKYSELYN TULOKSET POHJOIS-KARJALA

12.05.2017

EIRA VATANEN

KTM, HHJ, CERTIFIED BUSINESS COACH

DIGIKYVYKKYYSKYSELYN JA POP-UP PROJEKTIN OMISTAJA

 **Tecnologiateollisuus**





Customer Advocates **on Board**



@eiravatanen #digikyvykkyys #pohjoiskarjalankauppakamari #digitalisaatio

DIGIKYVYKKYYSKYSELY 1: VALTAKUNNALLINEN

- Valtakunnallinen digikyvykkyysskysely tehtiin 2016 kohderyhmänä hallituksen puheenjohtajat/-jäsenet sekä toimitusjohtajat
- Tavoite: herättää keskustelua, laajentaa ajattelua ja kannustaa yrityksiä ottamaan aktiivinen rooli digitaalisen tulevaisuuden luomisessa
- Vastauksia 293, josta 258 kohderyhmältä
- Yhteistyökumppanit:  Teknologiateollisuus  **HHJ**[®]
HYVÄKSYTTY
HALLITUKSEN JÄSEN **Customer Advocates on Board**

DIGIKYVYKKYYSKYSELY 2: POHJOIS-KARJALA

POHJOIS-KARJALAN KAUPPAKAMARI

- Toteutettu yhteistyössä Pohjois-Karjalan Kauppakamarin kanssa
- Monistettu alkuperäinen digikyvykkyysskysely
- Kohderyhmä: Pohjois-Karjalan kauppakamarin jäsenet
- Vastauksia eri toimialoilta 101: 92 hallitus ja toimitusjohtajat, 9 muut

DIGITALISAATIO TERMI DIGIKYVYKYYSKYSELYSSÄ

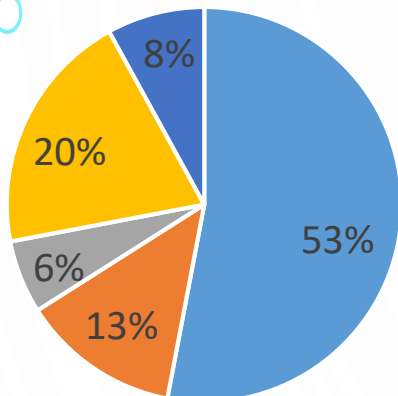
Digitalisaatio on kattoterminä, jonka alle kuuluu paljon termejä kuten teollinen internet (Industrial Internet) ja asioiden internet (Internet of Things, IoT). Teollinen internet on teollisuusyritysten ja asioiden internet on kuluttajayritysten näkökulma digitalisaatioon. Niissä molemmissa on kyse siitä, että verkkoon kytketyt älykkäät tuotteet, laitteet ja/tai palvelut tuottavat dataa, jota hyödynnetään liiketoiminnassa.

Tässä kyselyssä digitalisaatiolla tarkoitetaan kaikkea tätä laajassa mielessä siihen liittyvine teknologioineen ja liiketoimintamalleineen.

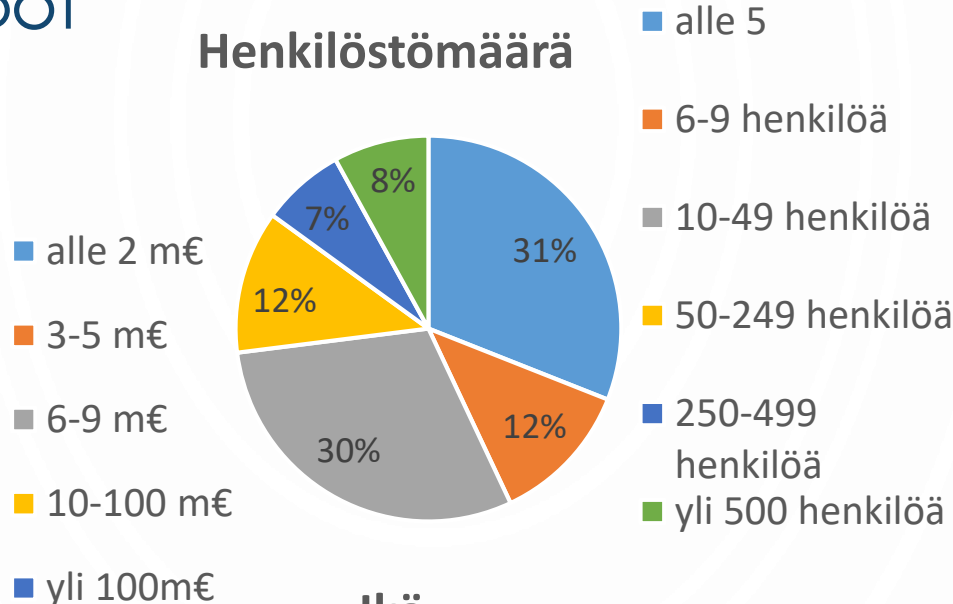
DIGIKYVYKKYYSKYSELY: POHJOIS-KARJALA

TAUSTATIEDOT

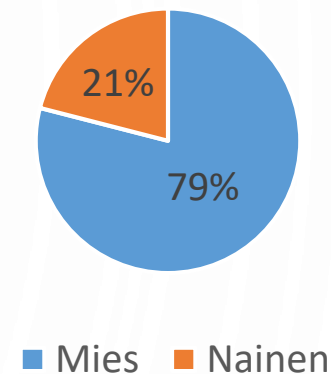
Liikevaihto



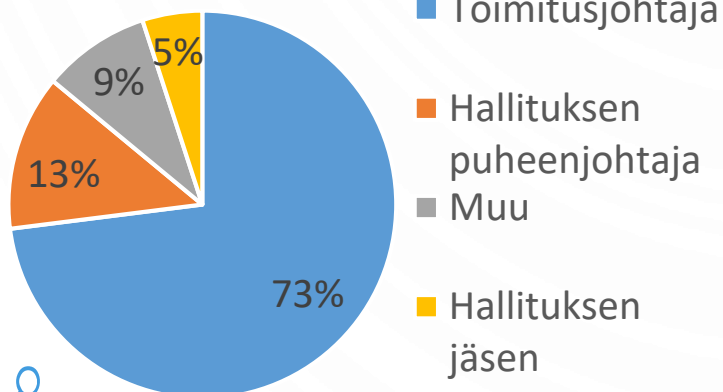
Henkilöstömäärä



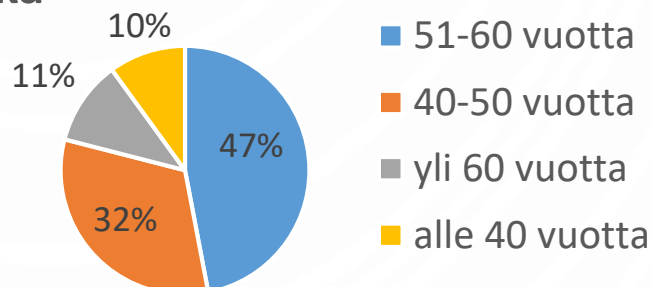
Sukupuoli



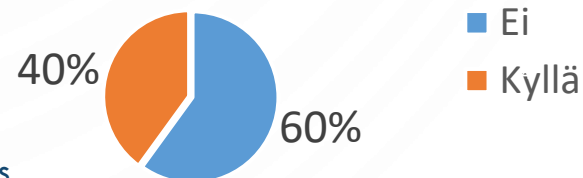
Asema



Ikä

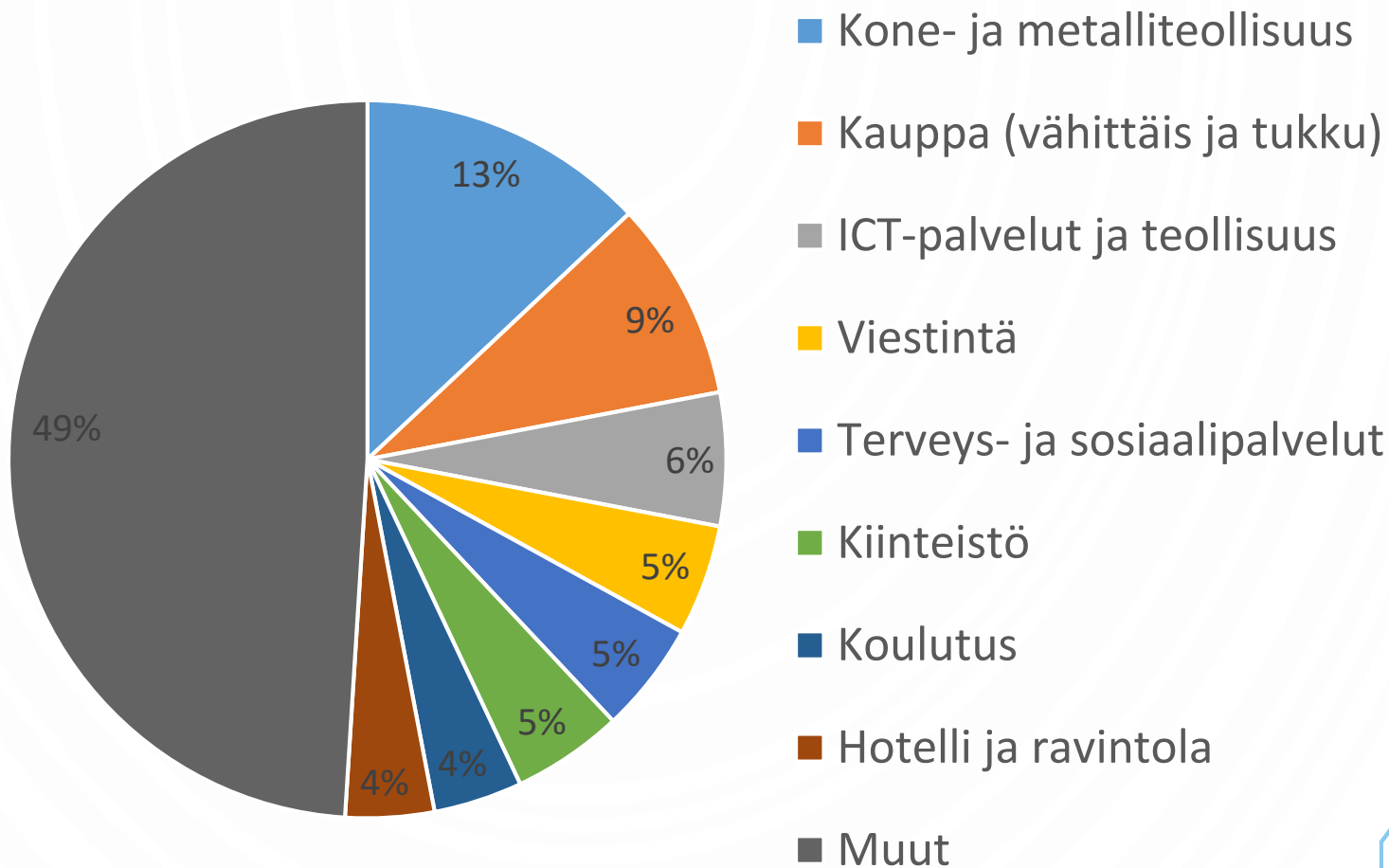


Kansainvälinen liiketoiminta



DIGIKYVYKKYYSKYSELY: POHJOIS-KARJALA

TOIMIALAJAKAUMA

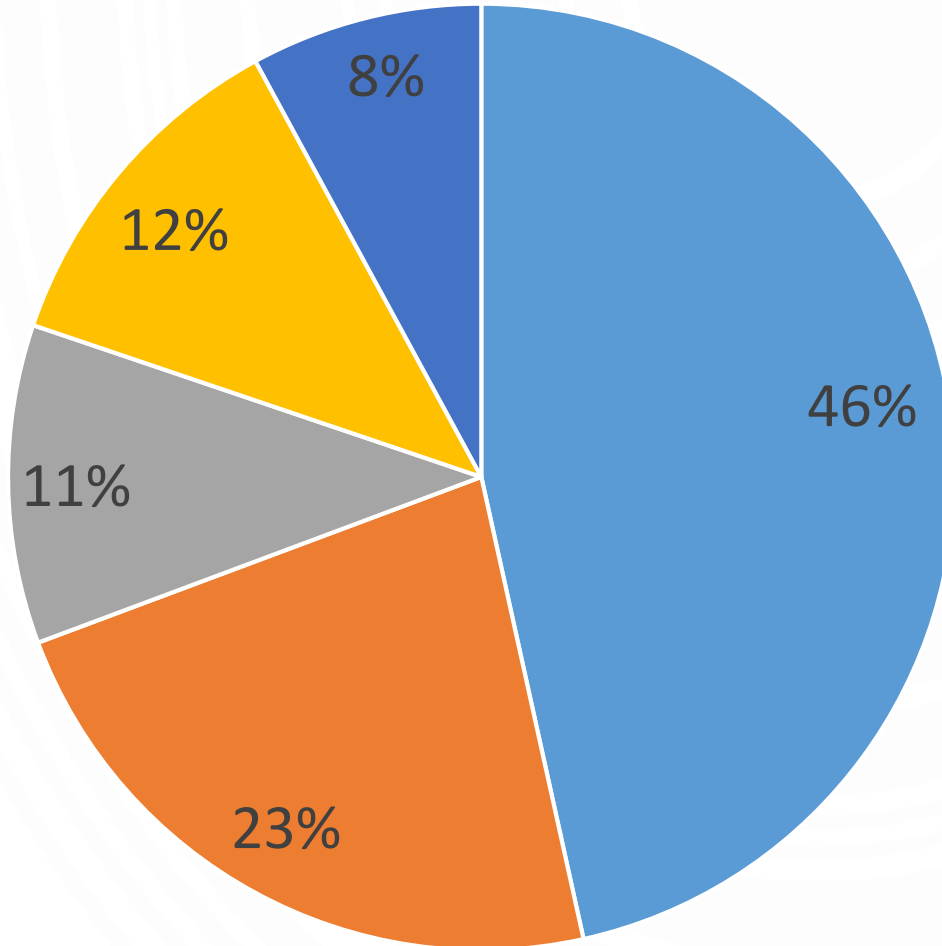


DIGITALISAATIO TERMI DIGIKYVYKYYSKYSELYSSÄ

Digitalisaatio on kattotermi, jonka alle kuuluu paljon termejä kuten teollinen internet (Industrial Internet) ja asioiden internet (Internet of Things, IoT). Teollinen internet on teollisuusyritysten ja asioiden internet on kuluttajayritysten näkökulma digitalisaatioon. Niissä molemmissa on kyse siitä, että verkkoon kytketyt älykkäät tuotteet, laitteet ja/tai palvelut tuottavat dataa, jota hyödynnetään liiketoiminnassa.

Tässä kyselyssä digitalisaatiolla tarkoitetaan kaikkea tätä laajassa mielessä siihen liittyvine teknologioineen ja liiketoimintamalleineen.

Yritystämme ja hallitustamme kuvaa parhaiten tällä hetkellä

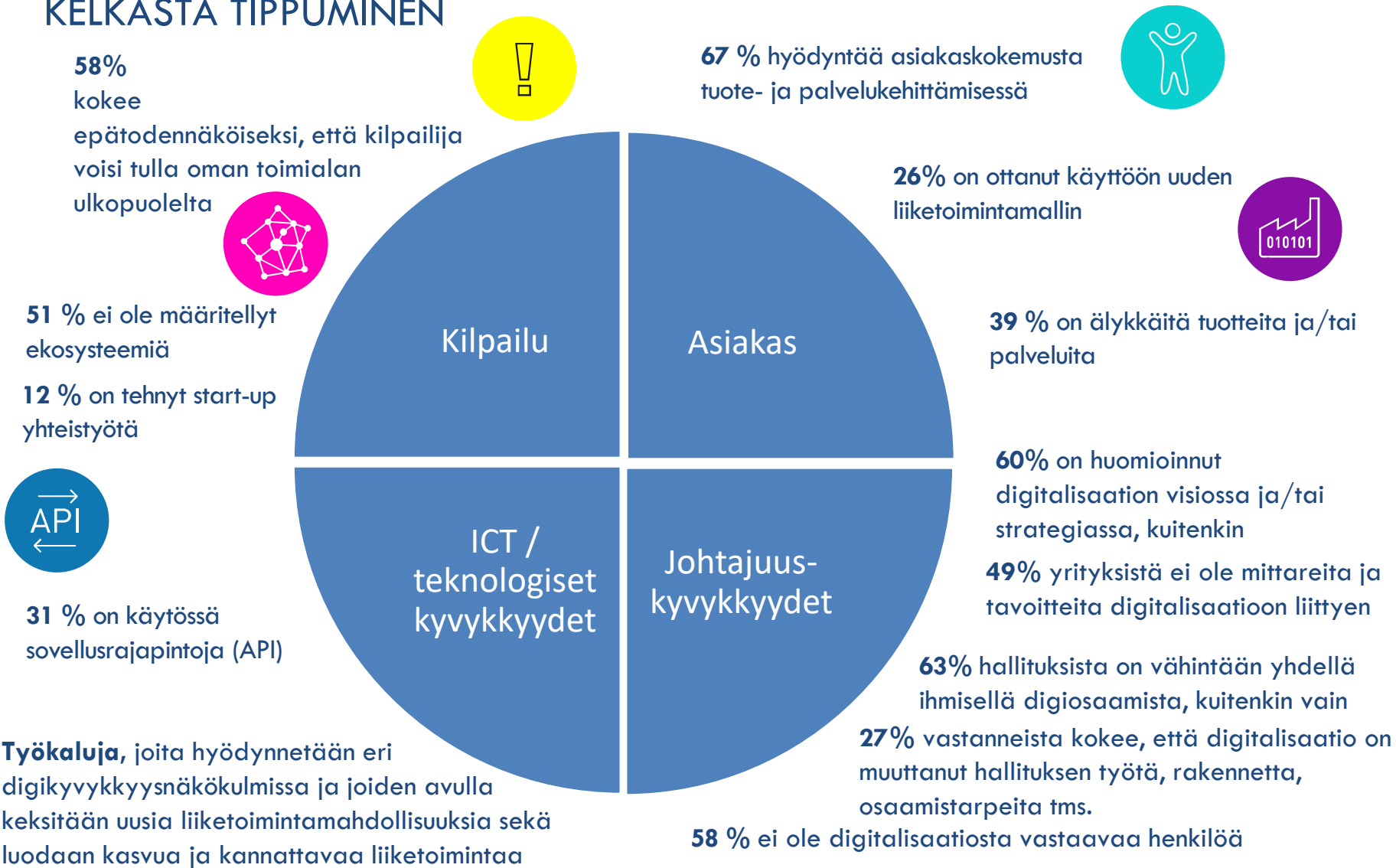


- Olemme digialoittelijoita
- Olemme digikonservatiiveja
- Olemme digitrenditietoisia
- Olemme digikunkkuja
- Mikään yllä olevista ei kuvaa meitä

Edellisen kalvon kategoriamääritykset

- **OLEMME DIGIALOITTELIJOITA** – Digitaalinen matkamme on alkutaipaleella. Katsotaan ja odotellaan mitä muualla tapahtuu. Digitalisaatio ei suoranaisesti koske meidän toimialaamme. Meillä on perustietoja digitalisaatiosta ja sen vaikutuksista. Voihan se olla, että meiltä puuttuu digiosaamista, jopa hallituksesta ja johdosta. Sitä paitsi toimialamme on säännelty, eikä tänne ole helppo ulkopuolisen kilpailijan tulla.
- **OLEMME DIGIKONSERVATIIVEJA** – Meillä on digivisio ja -strategia, mutta niissä voi kyllä olla kehittämisen varaa. Hallituksessamme on digiosaamista. Bisneksemme on tasaista ja varmaa. Prosessimme toimivat ja ovat ehkä jopa optimoituja. Emme halua laittaa aikaamme, energiaamme ja rahaamme hukkaan tekemällä virheinvestointeja tai panostuksia esim. vääriin teknologioihin. Meillä on jo toimivat järjestelmät, joskin iäkkäät. Vältämme isoja riskejä ja epävarmuutta. Säännöt ja ohjeet ohjaavat toimintaamme. Toimintamme on hiukan siiloutunutta. Toimialamme voi olla säännelty ja se voi rajoittaa toimintaamme.
- **OLEMME DIGITRENDITIETOISIA** – Meillä on viimeisin teknologia käytössä ja yrityksessämme kokeillaan kaikenlaisia digityökaluja eri puolilla organisaatiota esim. mobiilimarkkinointia, yrityksen sisäistä kollaboraatiotyökalua ja hackathonkin järjestettiin oppilaitoksen kanssa. Projektit eivät kuitenkaan ole saaneet tuulta alleen. Pilotit ovat usein jääneet kokeiluksi, ne ovat olleet ehkä huonosti koordinoituja ja tehty siiloissa, tai projektitiimit eivät ole saaneet ideaansa myytyä eli ylin johto ei ole lähtenyt mukaan eikä hankkeille ole saatu rahoitusta ja sponsoria. Meillä ei ole digistrategiaa eikä -visiota, eikä itseasiassa hallituksessa taida olla henkilöä, jolla olisi osaamista digitalisaatiosta.
- **OLEMME DIGIKUNKKUJA** – Meillä on selkeä digivisio, -strategia, hallinnointimalli ja olemme kehittäneet tai rakentaneet uusia tehokkaita prosesseja, panostaneet asiakashyödyn ymmärtämiseen, uusiin liiketoimintamalleihin, avoimuuteen ja tuotteiden/palveluiden arvon kasvattamiseen. Hallituksestakin löytyy digiosaamista ja meillä on operatiivisella puolella näistä vastaava henkilö. IT-osaston ja bisneksen välillä on jopa vahva strateginen kumppanuus. Teknologiset ratkaisut kuten mobiili, sosiaalinen media, analytiikka, yrityksen sisäinen kollaboraatiotyökalu, big data ja IoT ovat vain työkaluja. Niiden avulla teemme kannattavaa bisnestä, pääsemme lähemmäksi asiakasta, sitoutamme työntekijöitämme sekä muutamme sisäisiä liiketoimintaprosesseja.
- **Mikään yllä olevista ei kuvaa firmaamme. Firmamme on...**

DIGIALOITTELJOITA LÄHES PUOLET VASTAAJISTA DIGITALISAATION MAHDOLLISUUKSIA PALJON HYÖDYNTÄMÄTTÄ STRATEGISTA KETTERYYTTÄ TARVITAAN - UHKANA DIGINAHJUUS JA KELKASTA TIPPUMINEN



DIGIALOITTELJOITA 46 %, DIGIKUNKKUJA 12 % DIGITALISAATION MAHDOLLISUUKSIA HYÖDYNTÄMÄTTÄ STRATEGISTA KETTERYYTTÄ LISÄÄ - UHKANA DIGINAHJUUS JA KELKASTA TIPPUMINEN



67% (73%)*

Hyödyntää asiakaskokemusta tuote- ja palvelukehittämisessä

26% (30%)*

on ottanut käyttöön uuden liiketoimintamallin. Sen avulla useimmiten parannettu kannattavuutta tai menty uusille markkinoille.

39 % (45%)*

on älykkäitä tuotteita ja/tai palveluita



31 % (43%)*

on käytössä sovellusrajapintoja (API)



58% (52%)*

kokee epätodennäköiseksi, että kilpailija voisi tulla digitalisaation vuoksi oman toimialan ulkopuolelta



48 % (52%)*

on määritellyt ekosysteemin

12% (12%)*

on tehnyt start-up yhteistyötä



60% (70%)*

on huomionnut digitalisaation visiossa ja/tai strategiassa, kuitenkin **49% (42%)*** yrityksistä ei ole mittareita ja tavoitteita digitalisaatioon liittyen.

63% (66%)*

hallituksista on vähintään yhdellä ihmisellä digiosaamista, kuitenkin vain

27% (32%)*

vastanneista kokee, että digitalisaatio on muuttanut hallituksen työtä, rakennetta, osaamistarpeita tms.

58 % (57%)*

ei ole digitalisaatiosta vastaavaa henkilöä

LISÄTIETOJA JA TULOSESITTELYTILAUS

Tilaa tulosesittely! Keskustellaan yrityksesi digikyvykkyudesta sekä digitalisaatiosta ilmiönä mahdollisuuksineen ja haasteineen pohjautuen digikyvykkyyskonseptiin ja "The First Digital Steps Checklist" - tarkastuslistaan. Ota yhteyttä!



eira.vatanen@gmail.com



<https://fi.linkedin.com/in/eiravatanen>



@eiravatanen



Digijuna liikkuu kovaa vauhtia. Ei kannata jäädä laiturille odottamaan, vaan hypätä liikkuvaan junaan! Digikyvykkyys luodaan askel askeleelta.