

tada počinje burna aktivnost. Prva osobna računala proizvedena su 3 minute prije isteka radnog dana, zadnje dvije minute nastaje Internet, dvadesetak sekundi kasnije započinje era mobilnih telefona.

Google se pojavljuje početkom zadnje minute, Facebook 28 sekundi pred kraj radnog vremena, a iPod, iPhone i iPad stižu na tržište pet do deset sekundi prije sirene koja označava kraj radnog dana.

Što bi danas manageri trebali znati o „digitalnoj transformaciji“? Prije svega, ona je pretvorila svjetsko tržište u jedinstveni komunikacijski sustav s 3,5 milijarde korisnika Interneta u kojem svatko može trgovati sa svakim u realnom vremenu. Ta informatizirana polovina čovječanstva raspoloživo je 92% kupovne moći.

Jedanaesta litosferska ploča

Netko će pomisliti da je glavina informatičke revolucije iza nas. Pogrešno! Prava revolucija tek počinje.

Danas se poduzeća opet suočavaju s izazovom koji se pojednostavljeno može opisati kao: **Digitalan ili mrtav!** Pametni mobilni telefoni, računalstvo u oblaku, robotika, umjetna inteligencija, društvene mreže, *Internet stvari* i porast broja podataka kojima smo okruženi uzrokuju da se svaka poslovna strategija mora osloniti na informacijsko-komunikacijske tehnologije i ugraditi ih u svoj poslovni model ili poduzeće neće opstati.

Vjerujemo li istraživanjima svjetskih konzultantskih kuća, danas se 90% managera slaže da je digitalna transformacija strateški prioritet, 80% kompanija ima digitalnu strategiju, 40% još nisu započeli digitalnu transformaciju, 90% traga za „digitalnim talentima“, a samo je 7% kompanija „digitalno integrirano“.

Ne treba spominjati da je ta manjina dvostruko uspješnija od

ostalih u pokazateljima rasta i profitabilnosti.

Službena tema upravo završenog godišnjeg susreta svjetskih vođa u Davosu bila je „Četvrta industrijska revolucija“. Skup je ukazao na dubinu promjena koje sa sobom donosi burni razvoj robotike, genetičkog inženjeringa, 3D printera, umjetne inteligencije, mobilnog komuniciranja, društvenih mreža i „pametnih“ stvari.

Godišnja vrijednost plaćanja putem mobilnih telefona dosegla je već 500 milijardi US\$, a ekonomski efekti Interneta mjere se kao 3,4% globalnog BDP-ja, što je 50% više od naftne industrije.

Od svibnja 2015. broj pametnih telefona na svijetu veći je od broja toaleta, a već postoji preko 6 milijardi uređaja koji su povezani na Internet. U 2016. godini očekuje se prodaja pola milijuna 3D štampača, uz godišnju stopu rasta tržišta od 103%.

Danas se već 3D printerima štampaju avioni, automobili, zgrade, ali jednako tako pizza za ručak ili unikatna umjetnička vaza.

U raznim bazama i datotekama u digitalnom je obliku pohranjeno 5,9 zetabajta podataka (10 na 21 potenciju bajtova), a do 2020. godine taj će se broj povećati pedeset puta. Procjene govore da će samo u SAD do 2018. godine nedostajati 190.000 analitičara podataka, a 80% multinaci-



PRAKTIKUM

Pogledajmo nekoliko primjera digitalne transformacije. U najvećoj robnoj kući na svijetu Macy's, boje modnih kolekcija za narednu sezonu biraju se prema broju „lajkova“ na Facebook stranici. U najvećem svjetskom lancu maloprodaje Wal-Mart Stores, odluke o rasprodajama i promotivnim prodajama donose se na temelju komentara s društvenih mreža. U Revlonu su sve informatičke aplikacije podignute „u oblak“ što je uzrokovalo godišnje uštede od preko 70 milijuna US\$. Kad im je nedavno podatkovni centar u Venezueli stradao u požaru, sve su poslovne operacije uspjeli obnoviti u New Jerseyu u manje od dva sata.

Najbolji primjeri važnosti procesa digitalne transformacije leže u činjenicama da najveći svjetski medijski gigant Facebook nema nikakvih sadržaja u svojem vlasništvu, da najveći prijevoznik Uber ne posjeduje nijedno vozilo, da najveći iznajmljivač turističkih kapaciteta Airbnb nema nijedne nekretnine, a najveći trgovački lanac Alibaba nema niti jedne fizičke prodavaonice.

Axciom je „najveća kompanija za koju nikad niste čuli“. Ona prodaje liste potencijalnih klijenata s preciznim informacijama o njihovim potrebama i navikama, zarađujući na tome godišnje preko milijardu US\$. Te podatke čuva u bazi koja sadrži profile 500 milijuna potencijalnih kupaca, a prikupila ih je analizom 50 milijardi transakcija koje su ti kupci obavili u prošlosti.

Na pokretnoj traci za montiranje aviona Boeing 747 u Seattlu, radnici koriste Googlove naočale umjesto „priručnika“ i preko njih dobivaju instrukcije što im je činiti. U FedEx-u su razvili program SenseAware koji klijentima omogućava da prate osjetljive pošiljke tako da u svakom trenutku znaju njihovu lokaciju i uvjete poput temperature ili pritiska zraka u njihovoj okolini.

MOTIVACIJSKA PREDAVANJA

Afterwork sa Sricom

SEZONA 2016

- 03. OŽUJAK: IZAZOVI NOVIH INFORMACIJSKIH TEHNOLOGIJA
- 07. TRAVANJ: KRIZNO KOMUNICIRANJE I UPRAVLJANJE
- 05. SVIBANJ: EFIKASNI SASTANCI
- 02. LIPANJ: VJEŠTINE PREZENTIRANJA
- 15. RUJAN: EFIKASNO ODLUČIVANJE
- 13. LISTOPAD: IZAZOVI MULTIKULTURNOG MENADŽMENTA
- 03. STUDENI: USPUJEŠNA MENADŽERSKA KONTROLA
- 24. STUDENI: KREATIVNOST – POKRETAČ USPUJEHA

Ostvarite svoj puni potencijal!

Kotizacija: 250 kn. Više o predavanjima i prijavi potražite na www.velimirsrica.com

onalnih kompanija neće biti u stanju efikasno koristiti raspoložive podatke za odlučivanje.

Nije teško zaključiti da budućnost svakog poduzeća, čime se god bavilo, zavisi od brzine i kvalitete njegove digitalne transformacije. Ideje i primjeri koje smo pokazali mogu poslužiti kao poticaj i naznaka smjera. Dilema „Digital or Dead“ (digitalan ili mrtav) postaje sve ozbiljniji izazov za koji se svaki manager mora čim prije pripremiti.