

שינוי חשיבתי בחמישה נושאים

רקע:

קהילת טרנספורמציה דיגיטלית הוקמה על ידי צוות טרנספורמציה דיגיטלית במיזם ישראל דיגיטלית בראשית 2019. הקהילה היא התארגנות חוצת משרדים של שגרירים ואנשי מקצוע המחויבים לשיפור השירותים ולטרנספורמציה דיגיטלית במשרדי הממשלה השונים, על מנת להביא לשינוי פרדיגמה אמיתי בשירות לאזרח. ארגון שיתופים ליווה את הצוות בבניית הקהילה וניהולה בשנים הראשונות להקמתה.

מטרתה של הקהילה היא רישות בין חברה ויצירת שיתוף ידע ושיתופי פעולה תוך ממשלתיים. זאת, באמצעות המשגה מקצועית משותפת וקידום ידע בנושא. במסגרת הקהילה פורסמו פרסומי ידע מקצועיים המנגישים נושאי ידע שונים המהווים חלק מעולם הטרנספורמציה הדיגיטלית.

פרסומים אלה נכתבו על ידי [גיל מרטנס](#) במסגרת הליווי של ארגון שיתופים את הקהילה ופורסמו במהלך השנים 2019-2020. גיל מילאה את תפקיד אוצרת התוכן של הקהילה והתכנים פורסמו לחברי הקהילה. פרסומים אלה מובאים כאן לפניכם (כל קובץ מציג פרסום יחיד).

נושא: שינוי חשיבתי בחמישה נושאים

טרנספורמציה דיגיטלית אינה עוסקת רק בשינוי טכנולוגי. היא בראש ובראשונה עוסקת בשינוי החשיבה. אולי זו הסיבה שלפעמים כל כך קשה להתניע אותה בארגונים גדולים?

ניתן לחלק את השינוי המחשבתי ל-5 נושאים שונים:

- 1. לקוחות** - טכנולוגיות דיגיטליות משנות את איך שאנחנו מתחברים ויוצרים ערך עבור הלקוחות או המשתמשים שלנו. הלקוחות שלנו כבר לא פועלים כבודדים, אלא קשורים זה לזה ברשתות סבוכות של אינטראקציות וקשרים. הם מדברים זה עם זה, חולקים מידע ומביעים דעה על המוצרים והשירותים שלנו דרך קהילות דיגיטליות (פייסבוק, קבוצות ווטסאפ וכו'). המידע עלינו עובר ביניהם מהר, בעיקר כשיש להם משהו לא טוב לומר.
- 2. טכנולוגיות דיגיטליות משפיעות על תחרות** באופן מסורתי, תחרות ושיתופי פעולה היו הפכים. בעידן הדיגיטלי, אנחנו לא רק מתחרים עם מי שעושה בדיוק מה שאנחנו עושים, אלא גם עם ארגונים מחוץ לתעשייה שלנו. מצד שני, ארגונים שפעם נחשבו למתחרים קלאסיים יכולים לפתע לשתף פעולה למען שירות, הפצה, פלטפורמה משותפת.
- 3. טכנולוגיות דיגיטליות משנות את הראיה שלנו על עולם הדאטה**. בעסקים מסורתיים היה מאוד יקר לאסוף, לנתח ולאחסן מידע. זו אחת הסיבות שהשתמשו בסטטיסטיקה ומדגמים כדי לנבא התנהגות ולקבל החלטות. היום? הדאטה נאסף בקצב מסחרר, לא תמיד באופן מסודר, ובצורה הרבה יותר רחבה. האתגר היום הוא איך להפוך את כמות הדאטה הענקית הזו למידע בעל ערך.
- 4. טכנולוגיות דיגיטליות משפיעות גם על חדשנות**. באופן מסורתי, חדשנות הייתה מנוהלת במיקוד אחד ויחיד על המוצר או השירות המוגמר. עלות הכישלון הייתה גבוהה, ולכן האסטרטגיה - הימנעות מכשלון בכל מחיר. הסטארטאפים לימדו אותנו שאפשר לפתח מוצרים ושירותים בצורה איטרטיבית דרך תהליכים שחוסכים זמן ומשאבים, מקטינים את הכישלונות, ומשפרים את הלמידה הארגונית.

על טרנספורמציה דיגיטלית פרסומים מקצועיים בקהילה

5. טכנולוגיות דיגיטליות מאלצות אותנו לחשוב אחרת על איך אנחנו מייצרים **ערך ללקוח**. הצעת הערך, או ה Value Proposition היה נחשב לקבוע. מוצרים ושירותים עודכנו, תהליכים שופרו, אבל הצעת הערך נשארה כמו שהיא. כיום, בעידן הדיגיטלי, הצעת הערך משתנה תדיר - באמצעות כניסה של מתחרים חדשים, טכנולוגיות חדשות, אפשרויות למידה על המשתמשים ועוד.

אז מה עושים כדי להתקדם בחשיבה?

- **הותמים את הרשתות של הצרכנים** – כל ארגון צריך ללמוד איך להשתמש באותן רשתות – כדי לדבר עם צרכנים ומשתמשים, לייצר שגרירים, לפתח שיחות ומערכות יחסים ובעיקר ללמוד המון על קהל היעד.
- **בונים פלטפורמות** ולא רק מוצרים או שירותים – זו חתיכת חשיבה מחוץ לקופסא – להפוך תחרות לשיתוף פעולה על גבי הפלטפורמות. חישבו על iPhone, Uber, Airbnb.
- **הופכים דאטה לנכסים** – השיחות הלא מתוכננות של לקוחות ומשתמשים יכולות להביא לנו המון ערך וידע. הדאטה יכול לסייע למשל בזיהוי לקוחות שדורשים תשומת לב מיוחדת.
- **מחדשים באמצעות ניסויים מהירים** – שיטות ואפשרויות כמו MVP, A/B TESTING – מאפשרות לנו להתנסות בקלות וללמוד מהר, במינימום משאבים.
- **מתאימים את הצעת הערך** תוך כדי תנועה – לפעמים זה אומר לגלות לקוחות ומשתמשים חדשים, שימושים חדשים למוצר או שירות וכד'.

מצליחים לבצע פעולות שמקדמות חשיבה שונה? אילו פעולות אתן נוקטות כדי לקדם את החשיבה השונה הזו?