

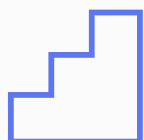


Det Digitale Roadmap

- ■ ● Synliggør din digitale transformation i et effektivt digitalt roadmap, der er alignet med din virksomhedsstrategi.

If you really look closely,
most **overnight successes**
took a long time.

– Steve Jobs



Hvordan kan de digitale muligheder integreres i din forretningsplan og forstærke din virksomheds udvikling og konkurrencekraft?

Et spørgsmål, der både kan bidrage til at udfordre og styrke din virksomhed.

At investere tid i en grundig evaluering af dine digitale muligheder, den teknologiske infrastruktur og processer, kan medvirke til at skabe en konkurrencemæssig fordel, udvikle nye forretningsområder og opfylde strategiske mål.

I en hektisk hverdag er det ofte vanskeligt at afsætte tiden til en sådan evaluering. Det kan desværre betyde, at du går glip af omsætning både nu - men især på lang sigt.

Verden er stadig af lave!

Salgsprocessen har ændret sig markant bare de sidste 5 år. I dag foretager kunder op til 80% af salgsarbejdet selv: Muligheder opstår og undersøges, leverandører og referencer afprøves. Beslutningstageren er blevet til beslutningstagere og er ikke længere kun den indkøbsansvarlige, men i høj grad også den administrerende direktør, CFO'en, CTO'en, HR-afdelingen og andre stakeholders.

Søgningen foregår digitalt, og som potentiel leverandør, bliver du først inviteret med i processen, når det endelige valg skal træffes. Det stiller nye og store krav til din digitale synlighed.

Uanset din branche er dine kunder også forbrugere, der i stigende grad integrerer teknologi i deres daglige liv. Derfor vil de forvente samme grad af bekvemmelighed og effektivitet fra din virksomhed. Det forventes, at din virksomhed integrerer ny teknologi og hurtigt tilpasser forretningsmodeller, salgskanaler og kundeoplevelser til den nye verden.



Uanset din branche er dine kunder også forbrugere, der i stigende grad integrerer teknologi i deres daglige liv.

Digital forandring er kompleks

Rigtig mange ledere erkender, at de har svært ved at navigere i det hastigt skiftende digitale landskab. På trods af denne udfordring forventer hovedparten af virksomhederne at øge deres investering i digital transformation i 2024 og fremefter. Investeringen skal medvirke til at øge effektiviteten, reducere omkostningerne samt skabe en større fleksibilitet.

Dette whitepaper vil give indblik i, hvordan du kan skabe et effektivt digitalt roadmap, der er alignet med din virksomhedsstrategi og medvirker til at sætte en digital retning.

Ikke mindst vil du få indsigt i, hvordan processen opdeles i operationelle projekter, du og din organisation kan håndtere. Dette whitepaper henvender sig til dig som beslutningstager, fordi al succesfuld transformation udspringer fra dig og den øvrige topledelse. Hos LAIT hjælper vi gerne med at udnytte jeres digitale potentiale. Det er noget af det, vi er bedst til.

Som digitalt udviklingsbureau er det derfor LAITs opgave at forene de mange muligheder med din virksomheds strategi. Trække kompleksiteten ned i harehøjde, få forankret mulighederne i organisationen og hjælpe til at sikre en transformation, der kan mærkes hos kunderne og på bundlinjen.

Digitalisering skal forstærke din strategi.

■ ■ ● Ikke blot være perifere
eller isolerede projekter.

Det Digitale Roadmap

Virksomheder, der tænker de digitale muligheder ind i forretningsplanen, opnår ifølge Boston Consulting Group en markant højere indtjening end gennemsnittet, og formår at øge effektiviteten med op til 40%. Desværre viser undersøgelser, at kun hver femte virksomhed har fokus på fremtidens digitale udfordringer og muligheder.

Det Digitale Roadmap er en strategisk plan, der skitserer en virksomheds rejse mod en ny forretningsposition ved hjælp af digitale midler. Det Digitale Roadmap præsenterer en tydelig og omfattende plan for, hvordan organisationen kan udnytte teknologi og digitale kompetencer til at optimere sine processer, forbedre kundeoplevelsen og fremme profitabel vækst.

Ved at have et veldefineret digitalt roadmap sikrer du, at de digitale investeringer og tiltag er i overensstemmelse med den overordnede virksomhedsstrategi. Samtidigt sikrer du integration og sammenhæng mellem digitale initiativer.



Din virksomhedsstrategi
definerer din rejse
– vejen til din virksomheds
placering i det **blå eller**
røde ocean.



Fokuser på kerneforretningen

Dine digitale initiativer skal være en fuldt integreret og sammenhængende del af din virksomhedsstrategi. Digitalisering skal forstærke din strategi. Ikke blot være perifere eller isolerede projekter.

License to Operate eller Game Changer?

I et fremtidigt konkurrencepræget marked er hastigheden, hvormed du bevæger dig mod en ny markedsposition, afgørende.

Mange brancher er i høj grad afhængige af digitalisering for at bevare konkurrenceevnen og forblive på forkant. Afhængig af branchen kan digitalisering være en "License to Operate" – f.eks. ved at have en e-handelsplatform og hurtige leveringstjenester.

Alternativt kan det være en "Game Changer", som definerer helt nye spilleregler for en branche.

Derfor er det vigtigt, at forstå den digitale modenhed i din branche, det konkurrence-mæssige landskab samt dine egne styrker og unikke konkurrencefordele.

Inden for B2B virksomheder, der historisk set har været tilbageholdende med at omfavne digital teknologi inden for markedsføring og salg, ser vi dog en spændende bevægelse mod digital transformation.

Er din strategi klar til fremtiden?

Før du udarbejder dit digitale roadmap, er det nødvendigt at have en dybdegående forståelse af den retning, du bevæger dig i. Din virksomhedsstrategi definerer din rejse – vejen til din virksomheds placering i det blå eller røde ocean.

En effektiv strategi giver svaret på de helt essentielle spørgsmål: Hvorfor er vi til, hvad er vores eksistensberettigelse, hvad er vores overordnede retning, og hvorfor har vi valgt den?

Dit digitale roadmap rummer de digitale tiltag, der skal underbygge og forstærke strategien. Samtidig fungerer det som din navigationsguide, der hjælper dig med at styre ruten og tilpasse dig konstante ændringer i markedet, kundekrav og nye teknologier.

En skarp strategiplan er et centralt redskab for virksomheder til at fastlægge deres mål, retning og handlingsplaner for at opnå succes.

De nøjagtige elementer i en strategiplan kan variere afhængigt af organisationens størrelse, branche og specifikke behov, men til trods for store forandringer gennem de sidste mange årtier, er det fortsat de velkendte områder, der skal inkluderes i en strategiplan:

Strategiplanens elementer

- 01 Mission og vision
- 02 Mål og målsætninger
- 03 SWOT-analyse
- 04 Strategiske initiativer og handlingsplaner
- 05 Overvågning og evaluering

Vurderingen af hvilke digitale muligheder der kan understøtte den fremtidige forretningsplan, samt hvor og hvordan en digital transformation kan skabe størst værdi, er især under punkt 3, SWOT-analysen.

Det er dog i høj grad også under punkt 4, hvor Det Digitale Roadmap defineres, samt punkt 5 hvor fremskridt og mål fastlægges og evalueres.

Det gælder om at skabe en sammenhængende strategi, der er forståelig for alle stakeholders – ejere, medarbejdere, kunder og influenter.

Med andre ord, at få strategien, digitalisering og transformationen ned i harehøjde.

01 Mission og vision

- Mission er virksomhedens overordnede formål og grundlaget for dens eksistens. Det besvarer spørgsmålet om, hvad organisationen gør.

- Vision er virksomhedens fremtidige ønskede tilstand eller det, den stræber efter at opnå på lang sigt. Det besvarer spørgsmålet om, hvor organisationen ønsker at være i fremtiden.

02 Mål og målsætninger

- Mål er de generelle og overordnede resultater, som virksomheden stræber efter at opnå for at opfylde den overordnede vision.

- Målsætninger er de specifikke, målbare og tidsbestemte skridt, indsatser eller milepæle, der skal opnås for at realisere virksomhedens mål.

03 SWOT-analyse

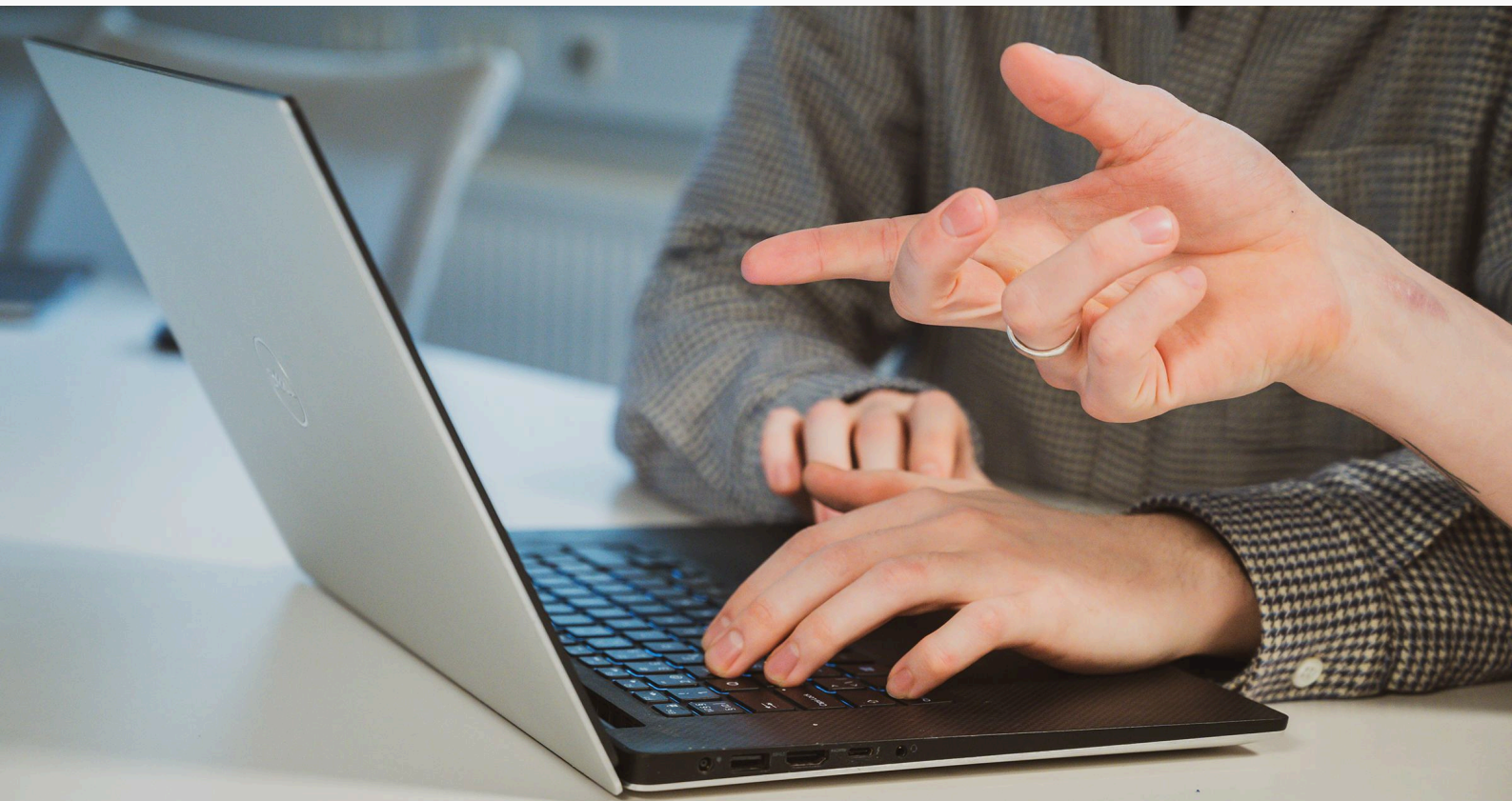
- Styrker definerer virksomhedens interne ressourcer og fordele.
- Svagheder definerer de interne begrænsninger eller områder, der kræver forbedring.
- Muligheder definerer hvilke eksterne faktorer, der kan gavne organisationen.
- Trusler definerer hvilke eksterne faktorer, der kan udgøre risici eller udfordringer.

04 Strategiske initiativer og handlingsplaner

- De konkrete skridt, der skal tages for at opnå virksomhedens mål. Det kan omfatte opdeling af opgaver, ressourceallokering og tidsplanlægning for at sikre, at planen implementeres effektivt.

05 Overvågning og evaluering

- En effektiv strategiplan indeholder også en proces til at overvåge de kritiske succesfaktorer, performance indikatorer (KPI'er) samt evaluere virksomhedens fremskridt.



Skuffeplan eller reel transformation?

Når en virksomhed ikke opnår de mål og den vision strategiplanen har defineret, kan det skyldes, at strategiplanen ikke nåede ud til organisationen, men forblev i direktions- eller bestyrelseslokalet.



Den reelle transformation sker ved involvering af medarbejdere leverandører og kunder.

Med Det Digitale Roadmap kan kompleksiteten i den digitale transformation gøres synlig, forståelig og ikke mindst vedkommende i hele organisationen.

Hos LAIT kalder vi det at trække digitalisering ned i harehøjde.

Vi hjælper med at definere dit digitale roadmap, definerer og gennemfører udvikling og implementering af de nødvendige tiltag, ligesom vi bidrager til forankringen i organisationen.

Det Digitale Roadmap er ikke bare et vejkort, der kan hænges op på væggen, men derimod en måde at involvere organisationen i fremtidens nødvendige tiltag, som skaber commitment og får forretningsplanen til at leve og blive mærkbar – i organisationen, hos kunderne og på bundlinjen.

Din virksomhed
skal ikke længere
kun have et
online visitkort,
men en online
tilstedeværelse.



Det skaber nye og mere
målbare interaktioner
med kunder og andre
stakeholders.



Fyrtårnet

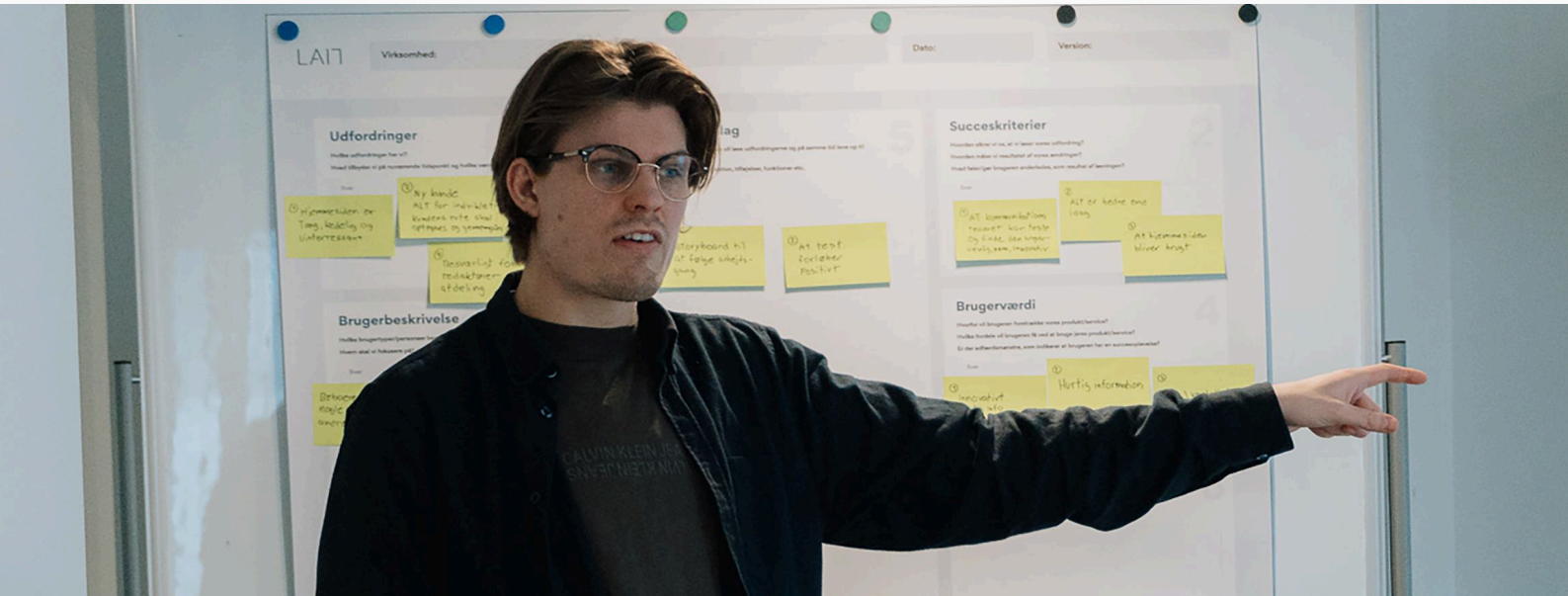
Koordinaterne i Det Digitale Roadmap

Når vi sammen skal udforme Det Digitale Roadmap er det afgørende, at vi har en forståelse af den retning, din virksomhed bevæger sig i. Virksomhedens mission og vision, samt strategi udgør koordinaterne og definerer din destination.

Det Digitale Roadmap bliver din (og vores) navigationsguide og skal konstant udvikles i overensstemmelse med erfaringer, ny indsigt, ændringer i markedsforhold, kundebehov og nye teknologier.

Indtil nu har det for mange virksomheder været tilstrækkeligt, at hjemmesiden fungerer som et godt visitkort og leverer en fin præsentation af virksomheden. Når LAIT udformer Det Digitale Roadmap, er data, kanaler og IT-arkitektur essentielt for en optimeret kundeoplevelse og udnyttelse af de digitale muligheder. Din virksomhed har ikke længere kun et online visitkort, men en online tilstedeværelse, der skaber nye og mere målbare interaktioner med kunder og andre stakeholders. Med de ændrede salgsprocesser, vores ændrede digitale adfærd i det hele taget, er det derfor vigtigt at tænke både Frontend og Backend ind i den digitale transformation.

Når vi trækker Det Digitale Roadmap ned i harehøjde, betyder det også at vi gør processen enkel og forståelig.



Frontend

Hvad differentierer din virksomhed og hvordan kan det designes, så det skaber værdi for dine kunder og din virksomhed. Kundeoplevelsen har fokus på, hvor let det er at gøre forretning med din virksomhed, hvor effektivt vi konverterer trafik til salg og hvordan der kan skabes loyalitet med kunderne, så de kommer igen og igen.

Kanaler

Hvor og hvordan skal kunderne møde din virksomhed? Kanalvalget skal ske på baggrund af kundeindsigt og valide data: Hvad driver vækst, hvor kommer indtægterne fra, hvad genererer mest profit og hvad er det mest effektive kanal-mix?



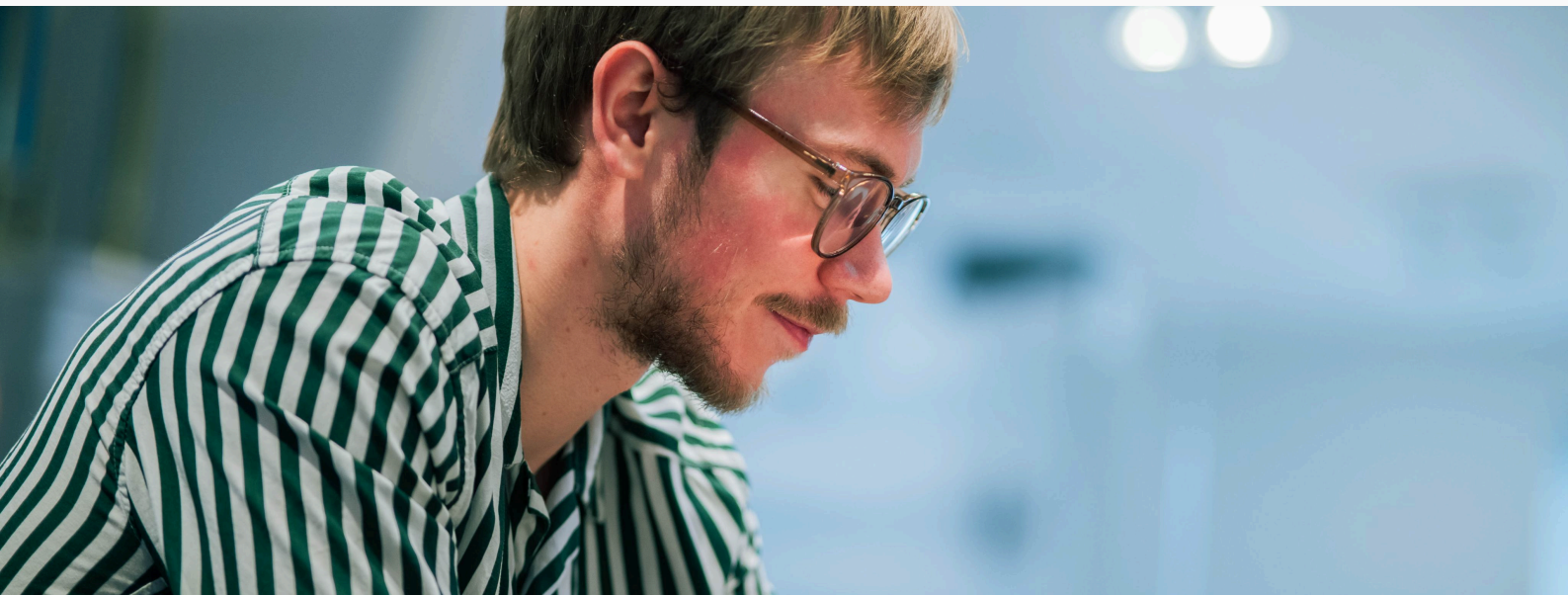
Hvad differentierer din virksomhed og hvordan kan det designes, så det skaber værdi for dine kunder og forretningen?

Skal vi bruge fysiske butikker, sociale medier, e-commerce, AI, apps eller forskellige kundeportaler?

Mulighederne er mange og ofte supplerer de forskellige kanaler hinanden, så en omni-channel strategi bliver ofte det rigtige valg.

Hvad er det grundlæggende formål med at bruge en given kanal? Hvilken værdi skaber den? Er den profitabel nu, og forventer vi, at den vil være det i fremtiden? Det er nogle af spørgsmålene, vi skal forholde os til.

Med effektive evalueringsværktøjer (data) kan og skal kanalvalget hele tiden evalueres og justeres med fokus på, hvordan rentabiliteten er på de enkelte kanaler.



Data

Omdrejningspunktet for Det Digitale Roadmap og en succesfuld online performance er de stamdata, der lægges ind i systemet. I forbindelse med udarbejdelsen af Det Digitale Roadmap hjælper vi med at klarlægge, hvilke datakilder der allerede er til stede i virksomheden, hvilke data der er behov for at få tilført samt kvaliteten af disse.

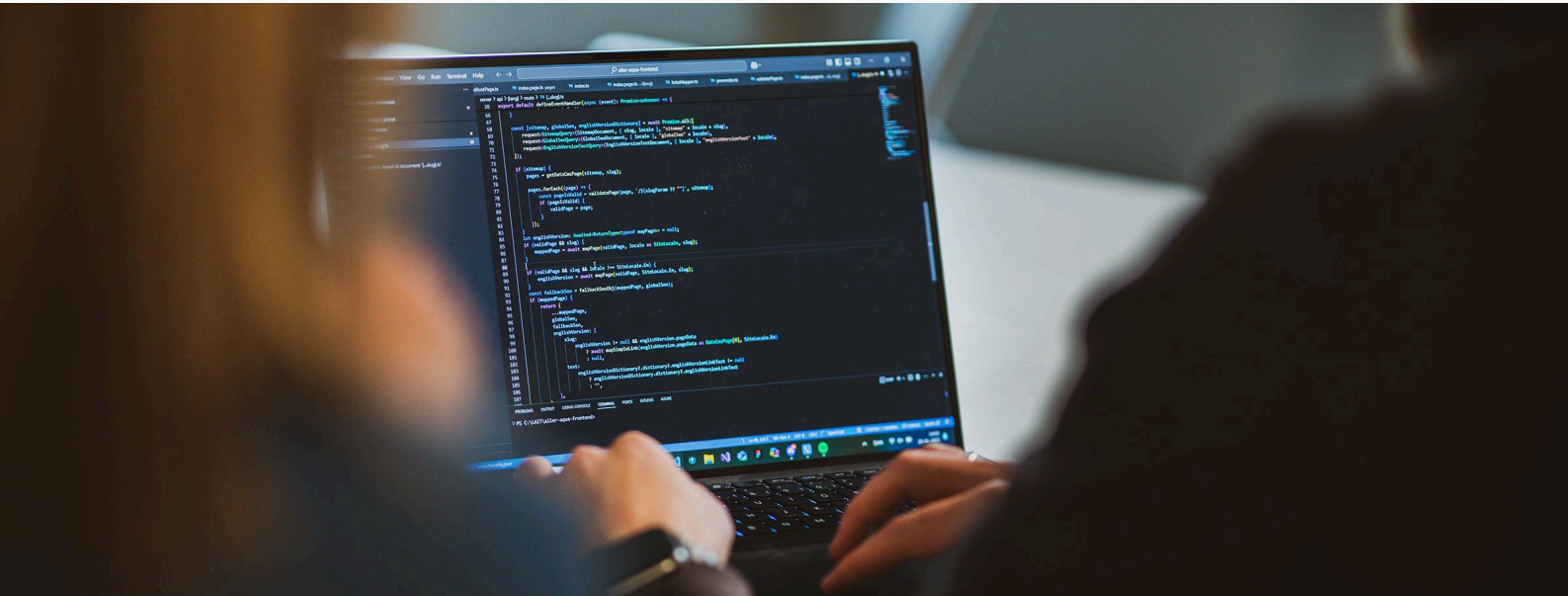
Ofte er det nødvendigt at rydde op i gamle stamdata, som måske gennem tiderne er blevet oprettet af forskellige personer, og derfor ikke har nøjagtigt den samme opbygning og information. Det kan eksempelvis være en varedefinition, der på to næsten identiske varianter er defineret forskelligt: Et eksempel på en lille, men betydningsfuld difference i produktdefinitionen: "Tulip Rullepølse" klarer sig bedre i søgemaskiner end "tul-rul-pøl".



Uden høj kvalitet i jeres stamdata bliver det vanskeligere for kunderne, at søge efter og vælge jeres produkter.

Uden høj kvalitet i jeres stamdata, bliver det vanskeligere for kunderne at søge efter jeres produkter. Det gælder ikke kun varetekster og -oprettelser, men i høj grad også kundedata i virksomhedens CRM, produktinformation, salgs- og leveringsbetingelser og opsamlet viden om kundernes adfærd.

Høj kvalitet i stamdata medvirker også til at skabe en bedre integration og fleksibilitet på tværs af de valgte platforme, ligesom tracking og evaluering af indsatserne bliver mere kvalificeret.



Backend

Med tech-stack er vi i den mere nørdede ende af Det Digitale Roadmap. Vi er i maskinrummet hvor udviklerne sammensætter den rigtige – og fleksible løsning, der sikrer en optimal brugeroplevelse på tværs af de valgte kanaler.

I dag stilles der krav om, at den underliggende løsningsarkitektur er fleksibel og klar til fremtidige ændringer, så din virksomhed kan handle og reagere hurtigt på forandringer i markedet. Forandringer kan være nye kundekrav, nye digitale udfordringer eller krav som eksempelvis indførelsen af GDPR. Alle disse scenarier kræver hurtig og effektiv handling!



I dag stilles der krav om, at den underliggende løsningsarkitektur er fleksibel og klar til fremtidige ændringer.

Hos LAIT arbejder vi med de mest moderne principper inden for teknologi med fokus på sammensættelighed, hvor man kan kombinere de bedste tilgængelige løsninger, der passer til den enkelte opgave.

Inden vi beslutter, hvordan din virksomheds løsning skal sammensættes, har vi fokus på at undersøge hvilken tech-stack der bedst understøtter din virksomheds strategi og ambitioner, samt vælge en løsning, der bedst muligt skaber unikke kundeoplevelser.

Der er en stigende tendens til, at virksomheder adopterer MACH-principperne (Microservices, API-first, Cloud-native SaaS, Headless).



Hos LAIT anbefaler vi at standardisere systemer og platforme så meget som muligt frem for custom-udvikling, hvis det kan lade sig gøre. Det giver mulighed for hurtigere at kunne reagere, hvis ændringer er påkrævet.

Med en Software-as-a-Standard (SaaS) løsning stilles en konfigurerbar content-hub til rådighed mod et abonnement, hvor virksomheden til gengæld ikke skal bekymre sig om hosting, drift, opdateringer m.m i fremtiden. Brugen af standardplatforme, især cloud-native, sikrer høj fleksibilitet, ydeevne og smidighed.

Disse moderne principper fokuserer netop på sammensættelighed, hvor man kombinerer de bedste tilgængelige løsninger til individuelle komponenter i teknologistakken. Dette muliggør fleksibilitet, enkel integration og valg af de mest optimale værktøjer på markedet.

Denne tilgang støtter det konstant udviklende teknologiske landskab ved at give din virksomhed mulighed for at tilføje, erstatte eller fjerne teknologier efter behov.



Standard giver frihed. Med fleksible SaaS-platforme og løsninger, der kan kombineres, bygger vi systemer, der kan ændres, i takt med forretningen.

Effektivitet

Digitalisering giver mange muligheder for at måle og evaluere processerne i virksomheden. Mange kender det fra PowerBI, hvor mulighederne er uendelige, nærmest overvældende store.

I opstarten er det lige så vigtigt at have de nødvendige personalemæssige ressourcer og kompetencer på plads, så virksomheden sikrer, at de indsamlede data og mange automatiseringsmuligheder kan evalueres med kvalitet, som det er at indkøbe smart teknologi.

Som med PowerBI er det bedre at forstå data og kvaliteten i data, frem for at indsamle data hovedløst blot fordi det er muligt.

Virkelighedens vej til effektivitet er betydeligt anderledes: Start med at forstå processerne ved at håndtere dem manuelt og optimér dem ved hjælp af dine dygtige medarbejdere. Automatisér derefter den optimerede proces og gentag.

Hos LAIT hjælper vi gennem hele samarbejdet med at sikre en forståelse af data og en prioritering af hvilke data, der skaber værdi for virksomheden.



Start med at forstå processerne ved at håndtere dem manuelt og optimér dem ved hjælp af dine dygtige medarbejdere.

gtige elementer i et roadmap

g for brugere

tion i øjenhøjde med målgrupper. Brugervenlig er øger tilfredshed og loyalitet. Brugere skal føle sig d skræddersyet og målrettet indhold.

g for medarbejdere

eradfærd og forbedre personalisering, målrettet ng, konvertering, compliance og sikkerhed, effektiv

g for designunivers

hængende visuel identitet som sikrer nem navigation og genkendelse på tværs af sites.





Trappevask starter foroven

Som i alle succesfulde transformationer kræver den digitale transformation også topledelsens involvering og interesse. Digitalisering er ikke længere noget, der foregår i små selvstyrende interessegrupper, hvor grill-kylling og RedBulls er lige så vigtige ingredienser som mousepad'n og O/1-indsigt. Digitalisering er blevet et væsentligt værktøj for fremtidig udvikling af virksomheden, som skal drøftes og besluttet på øverste ledelsesniveau. Det kræver både indsigt og forståelse for at kunne træffe de rigtige beslutninger og sikre en effektiv implementering.

■ ■ ● Som digitale specialister ved vi godt, at alle ikke har brug for det samme. Derfor bygger vi løsningen med dig – og ikke kun til dig.

”Vi træffer ikke beslutninger på tom mave” gælder også for beslutninger om den digitale transformation. Hos LAIT er vi klædt på til at drøfte strategiske muligheder for udvikling gennem digitalisering. I den indledende fase er det vigtigt med en åben brainstorm, frem for at blive tekniske og løsningsorienteret.

Det Digitale Roadmap med LAIT ved rattet

Når vi designer Det Digitale Roadmap til netop din virksomhed, starter en struktureret rejse, der tager udgangspunkt i filosofien for agil udvikling – SCRUM. Rejsen er en fælles proces med løbende afstemning og udvikling. Foranalysen omfatter indsigt, muligheder, prioritering og handlingsplanen, som vi sammen afstemmer.

Discovery ■

Indledende discovery workshop om umiddelbare digitale muligheder med deltagelse af alle relevante personer i virksomheden.

Hvilke digitale muligheder er der for at realisere virksomhedens mål og sikre en digital transformation, der gør en forskel for kunderne, organisationen og bundlinjen. Og lige så vigtigt, hvordan understøtter disse muligheder forretningsplanen og hvilke gaps er der i forhold til nuværende kompetencer, processer og teknologi.

Muligheder ●

Prioritering ▸

Med fuld forståelse for at ingen organisation kan gennemføre alle nødvendige tiltag i en digital transformation på én gang, gennemfører vi sammen en prioritering af mulighederne: Hvilke tiltag skaber størst værdi, hvilken rækkefølge skaber det bedste flow i transformationen, hvilke ressourcer er til stede, hvilke kompetencer er til stede?

Det Digitale Roadmap udarbejdes på baggrund af en konkret definering af hvad der sættes i gang, hvem der har ansvar, deadlines på de enkelte tiltag samt økonomiafstemning. Det er en proces, hvor ikke alle projekter igangsættes samtidig. Det betyder samtidig at ikke alle projekter er beskrevet i detaljer, men alle tiltag har sigte mod den fælles vision for den digitale transformation.

Handlingsplan ■



Med LAIT ved rattet i Det Digitale Roadmap får du en kompetent rejseleder, der løbende vil agere sparringspartner i din virksomheds digitale transformation.

Din virksomhed får tilknyttet en fast digital rådgiver, der kender din virksomhed og det fælles mål – og som løbende vil evaluere indsatsen og holde et fast blik på både bakspejl og forrude.

Det Digitale Roadmap kræver, som en velfungerende navigation, løbende opmærksomhed og opdatering. Derfor involverer vi os også i den løbende evaluering af din virksomheds digitale transformation og anbefaler min. 2 årlige evalueringsskemaer: Er der bump forude som kræver en justering i tide, eller er der medvind på cykelstien, som muliggør fremrykning eller forstærkning af indsatsene.



Som digitale specialister ved vi godt, at alle ikke har brug for det samme. Derfor bygger vi løsningen med dig – og ikke kun til dig.

Vi styrker din position gennem digital handlekraft

500+

Med 500+ digitale projekter i bagagen kan tilbyde stærk ekspertise inden for alle områder af digitale løsninger.

19 år

Selvom vi har 19 år i branchen, gør vi hver dag mere for at udvikle os, og sætte nyskabende løsninger i verden.

18

Vi har 18 knivskarpe specialister inden for kerneområder af digitale løsninger.

lait.dk

Vi holder til i Odense, men har loyale kunder og partnere i hele Danmark.