

Strategiasta toiminnaksi – Kuinka otetaan DIGILOIKKA?

TEKSTI: PETRI HAKANEN. Syyskuu 2016.

Murros. Kulttuurimuutos on perustavampi kuin ehkä osaat vielä viltteimmässä ajatuksissasi kuvittaa.



Miksi aloitan puhumalla strategioista, digiloikasta ja kulttuureista?

Eikö tässä ollut kysymys tiedosta, datasta, tietoprosesseista – tietojohdamisesta?

Onko digimurroksella yhteys tietojohdamiseen? Nyökyttelemme – on varmasti. Tulevatko mieleesi ensimmäisenä uudet laitteet, älypuhelimet, tabletit, sensorit, diginatiivit ihmiset, markkinointi-automaatio ja sosiaalinen media? Ehkä mieleesi tulevat Uber ja Airbnb, onhan näitä käytetty esimerkkinä murroksesta jo pitkään.

Meidän on yksinkertaisempi ymmärtää murrosta yleisellä tasolla ja muiden tuottamina. Opimme rakentamaan lomamatkamme netissä ja käyttämään pankkipalvelujamme mobiilisti. Näemme itsemme uusien palveluiden käyttäjinä. Mutta mitä digimurros tarkoittaa yrityksemme ja organisaatiomme toiminnan näkökulmasta? Koemmeko digitalisaation etätyön valmiuksina, virtuaalisina kokouskäytäntöinä ja uusina työkaluina? Digitoimmeko vielä osin manuaalisia ja analogisia tietoprosesseja? Koskettaako murros meitä yrityksenä, liiketoimintana?

Murros

Alustataloudessa, verkostotaloudessa, asiakkaat muuttuvat tuottajiksi ja myös tuottajista tulee asiakkaitasi. Tähän eivät enää toimi klassiset liiketoiminta- ja kehitysmallit, jotka ovat kehittyneet hankinta-tuotanto-toimitusputkille. Keskeiseksi kysymykseksi muodostuu – mitä käyttäjä etsii? Asiakas etsii itselleen arvokkainta tuottajaa. Tuottaja etsii itselleen arvokkainta asiakasta.

Olemme oppineet strategioissamme, että asiakas on kuvan, ajattelun ja palvelun keskiössä. Uudessa murtavassa toimintamallissa integraatiot ovat keskiössä; käyttäjien, eri osapuolten väliset integraatiot.

Toimintaympäristö

Miten me määrittelemme oman toimintaympäristömme muutoksen? Siirrymmekö tiukasti integroiduista toimintaketjuista ja tiedonhallinnan tehtäväketjuista ”löyhempään”, avoimempaan, toimintamalliin – toimitusketjuista toimitusverkostoihin? Voisiko tämä tapahtua omalle toimialalle, omalle yritykselle?

Uudenlaiset integraatiot löytävät tilaa ja työntyvät toiminnallisiin ja toimijoiden välisiin rakoihin. Käyttäjä valitsee integraation, palvelun ja ”alustan”, joka tuottaa hänelle itselleen parhaan arvon, hänelle itselleen ”parhaan mätsin”.

Digitalisaatio – Alusta- ja verkostotalous

Kuinka voisimme rakentaa ”alustan”, integraation, joka on houkutteleva ja rakentaa merkittävää arvoa käyttäjilleen? Mikä on kaikkein tärkein tapahtuma viehättämään ja houkuttelemaan käyttäjät ja kasvattamaan alustan arvoa käyttäjien näkökulmasta?

Kuinka tuottaisimme työkalut ja palvelut, jotka tekevät tuottajille ja kuluttajille kohtaamisen helpoksi? Kuinka rakennamme infrastruktuurin, joka kykenee nopeasti skaalautumaan ja rohkaisee positiiviseen verkkovaikutukseen?

Mikäli ”alustan” integraatioineen, palvelun, halutaan yhdistävän tuottajat ja kuluttajat, toimittajat ja asiakkaat, on usein tarve kolmenlaiselle vaihdannalle: Tiedon, tavaroiden ja palveluiden sekä ”rahan” ts. jonkin vastineen vaihdannalle. Keskeisimmän, ensimmäisen, integraation tulee olla yksikäsitteisen selkeästi määritelty. Tällä tarkoitetaan osallistujien, integraation osapuolten, tuotettujen arvoyksiköiden ja älykkäiden suotimien määrittelyä.

Jokaisen alustan tulee tukea vähintään tiedonvälitystä käyttäjiensä kesken. Jokainen integraatio alkaa tiedonvälityksellä. Onnistuneen tiedonvälityksen seurauksena käyttäjä etenee seuraaviin toimintoihin esimerkiksi kohti ostotapahtumaa.

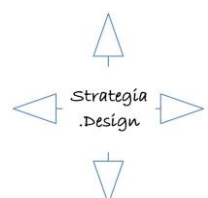
Monitulkinnallinen tieto

Edelleen sitä YHTÄ TOTUUTTA rakentamassa?

Tietojohtamisen ammattilaisten keskuudessa elää vahvoina monenlaisia myyttejä, tarinoita. Oikea tieto oikeassa paikassa oikeaan aikaan – parempaa tietoa päätöksentekoa varten. Huonosta datasta huonoja päätöksiä, hyvästä hyviä. – Tiedolle tarvitaan paikka, johon on kerätty ja yhdistetty puhdas data ja yksi totuus. ”Data on uusi öljy”.

Näitä on toistettu myyntipuheissa, seminaariesityksissä, palvelukuvauksissa, verkkosivuilla – ja näin yksi totuus kasvaa ihmisten mielessä uskoksi, opiksi ja muokkaa ihmisten ajatusta yksikäsitteisestä tiedosta, joka oikein jaettuna kaikille poistaisi päätöksentekotilanteessa olevat ongelmat. Onko poistanut? Mielestäni ei. Miksi?

Päätökset kaipaavat monitulkinnallisuutta taustalle. Ihminen ei toimi yhden totuuden varassa. Se ei ole luonteessamme.



Automatisoituun päätöksentekoon yhden totuuden ajatus sopii mukavasti. Rakennamme selkeät prosessit johdonmukaisin säännöin ja taustalle prosessia ja tulosta tukevan tietovarannon. Sääntöpohjaista toimintaa. Ohjelmistorobotiikkaa esimerkiksi.

Mutta ihminen ja johtamisen päätöksenteko eivät toimi näin. Asiakkaan, käyttäjän, päättely ja päätöksenteko eivät nekään toimi näin. Johtaminen tai esimerkiksi ostotapahtumaa edeltävä tiedonvaihto eivät ole prosesseja. Näitä ei ole erityisen hyödyllistä edes lähteä mallintamaan prosessimenetelmin.

Jokaisessa tapauksessa tulkinnallisuuden poistaminen ei ole voittava strategia ja toimintamalli vaan päinvastoin monitulkinnallisuuden vahvistaminen on hedelmällisempää.

Luottamus

Luottamus ohjaa tiedon tulkintaa vahvasti. Samassa tilanteessa samalla lähtötiedolla kahden eri ihmisen tai ryhmän päätös voi poiketa huomattavasti riippuen luottamuksesta, luottamuksesta tietoon, tiedon lähteeseen ja päätöksenteossa mukana oleviin tilanteissa vaikuttaviin muihin ihmisiin. Luottamusta voimme rakentaa ja johtaa menetelmällisesti. Ymmärtäminen luo oivalluksia ja rakentaa luottamusta.

Ymmärtäminen vahvistuu selkeän ja käyttäjälleen arvokkaan tiedon kautta. – Tiedon arvoon ja käytön selkeyteen, löydettävyyteen, perustuvat myös alustojen ja uudenlaisten integraatioiden menestys. Uudenlaiset integraatiot, alustat ja verkostot, rakentavat luottamusta toimijoiden välille ja kysynnän ja tarjoamien välille. Luottamus rakentuu tiedon varaan, ymmärrystä laajentavan tiedon varaan.

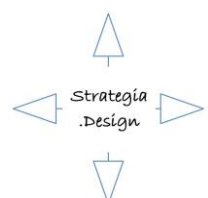
Tiedonhallinnassa prosessista integraatioon

Meillä on harvoin tilanne, jossa liiketoimintaa ja tiedonhallintaa rakennetaan nk. tyhjältä pöydältä. Emme voi yksioikoisesti päättää nykyisen toimintamallin murtamisesta, lopettamisesta, ja uuden toimintamallin perustamisesta esimerkiksi verkostotalouden pelisäännöillä. Digitalisaatioon liitetään olettamia, että uudet innovatiiviset voittavat mallit tulevat startup yrityksiltä ja että klassisilla malleilla tähän asti toimineet murretaan. Klassisilla malleilla toimivilla yrityksillä ja organisaatioilla on kuitenkin pääomia ja muita kehitysresursseja sekä tietoa, dataa, joka mahdollistaa menestyksen ”uudessa taloudessa”.

Tiedonhallinta on klassisessa toimintamallissa tyypillisesti tiedon keruuta prosessille ja tiedon siirtoa sisäisissä prosesseissa ja toiminnoissa. Ostajat huolehtivat hankintatiedoista ja myyjät huolehtivat myyntitiedoista, asiakaspalvelu huolehtii asiakastiedoista jne. Tietovarastot ja analytiikat koostavat tietoja markkinoinnille ja johtamiseen.

Tietojohtamisen digiloikka

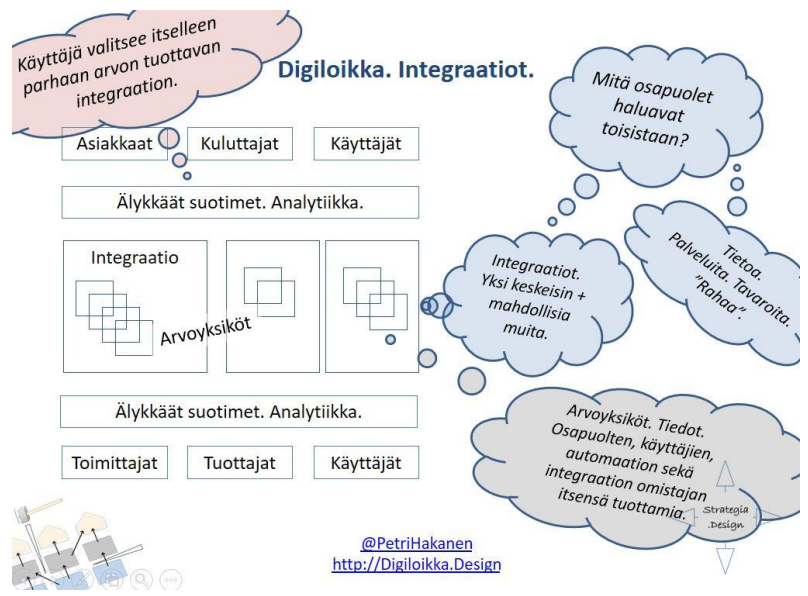
Mitä alusta- ja verkostomallille tyypillinen osapuolten välinen integraatiomalli tuo klassiseen prosessimalliin? Käännämme keskeisen ajatuksen tuotetiedosta, asiakastiedosta ja prosessitiedosta siihen, mitä osapuolet, ketjussamme ovat käyttäjämme, asiakkaamme ja tuottajamme etsivät toisistaan. Asiakas ei ole lopulta kiinnostunut meistä yrityksenä ja



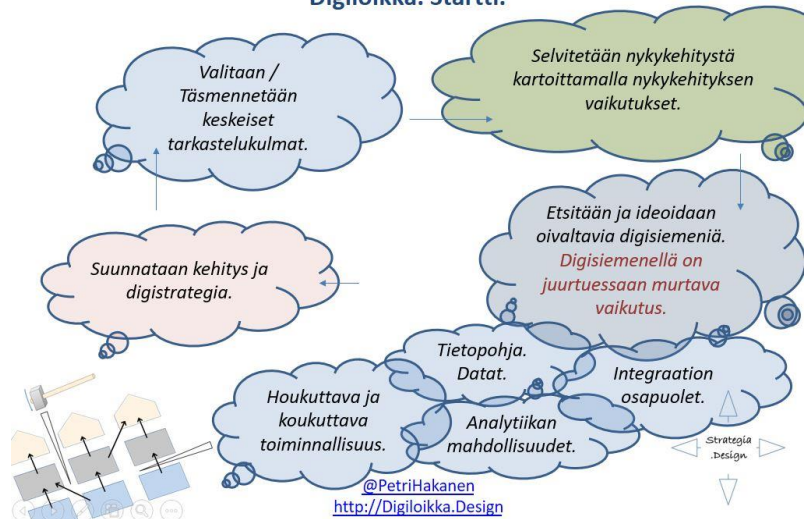
palvelu- ja laatu-prosessistamme vaan siitä, millaisia itselleen arvokkaita asioita hän kauttamme löytää – paremmin kuin jotain muuta kautta.

Digisiemen

Tiedonhallinnan kehittämisessä siirrämmme huomiomme osapuolten välisiin integraatiopisteisiin ja siihen, miten voimme esittää integraation osapuolille arvokasta tietoa toisistaan, palveluistaan ja tuotteistaan. Miten saamme tähän pisteeseen ylivertaisen läpinäkyvän tiedon ja analytiikan, joka löytää kiinnostavan arvon esille. Teemme osasta sisäistä prosessitietoa läpinäkyvää luoden osapuolille lisäarvoa. Osallistamme integraation osapuolet tuottamaan lisätietoa ja uutta lisäarvoa toisilleen ja samalla myös uutta arvoa uudelle ”prosessillemme”, alustallemme.



Digiloikka. Startti.



Digisiemenellä on juurtuessaan murtava vaikutus.

Kirjoittaja on yrittäjä ja konsultti Petri Hakanen Oy:ssä ja toimii tietojohdamisen osaamisyhteisön TDWI Finlandin puheenjohtajana – tietoammattilainen, johtaja, luottamuksen ja vaikutuksen johtamisen puolestapuhuja ja toteuttaja.

petri@hakanen.eu +358 40 551 9611

Linkki tähän dokumenttiin:

http://www.hakanen.eu/download/Digiloikka_ja_Tietojohdaminen.pdf

