



Business
Centre
Club



Warszawa, 21 grudnia 2020 r.

RAPORT Z FIRM – DOJRZAŁOŚĆ CYFROWA POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW

Celem badania BCC i Engave nt. dojrzałości cyfrowej polskich przedsiębiorstw* była identyfikacja problemów i barier na jakie trafiają firmy w momencie podjęcia decyzji o przeniesieniu firmy na wyższy poziom digitalizacji.

Z zebranych danych wynika, że przedsiębiorcy raczej pesymistycznie oceniają swoje przygotowanie w tym zakresie. Zdecydowana większość, bo aż 60% respondentów przyznało, że cyfrowe przygotowanie ich firm jest na poziomie podstawowym lub średnim.

*– Nasze badanie potwierdza wnioski wynikające z raportów z roku 2019 i pierwszej połowy 2020: jedynie 15% polskich firm jest na zaawansowanym poziomie zdigitalizowania. Jak widać nie zmieniła tego dotąd nawet pandemia, ani potrzeba błyskawicznej zmiany modelu biznesowego i wejścia o co najmniej poziom wyżej na drabinie cyfrowej transformacji – mówi **Olga Zelen**, ekspertka BBC ds. transformacji cyfrowej i rozwoju biznesu.*

Jest kilka przyczyn takiego stanu rzeczy.

Pierwsza, dosyć oczywista, to niestety wciąż brak świadomości i zrozumienia potrzeby inwestowania w nowoczesne rozwiązania technologiczne i cyfryzację maksymalnie wielu obszarów działalności firmy. – *Jako eksperci w tym zakresie większość naszych wysiłków komunikacyjnych wciąż wkładamy w edukację właścicieli i menedżerów. Inwestycje w IT nadal traktowane są wybiórczo i versus sprzedaż czy marketing nie stanowią priorytetów strategicznych. A bez implementacji właściwych rozwiązań IT nie ma możliwości budowania skutecznej strategii sprzedaży ani komunikacji marketingowej* – wyjaśnia Olga Zelen.

Druga przyczyna niskiego poziomu zdigitalizowania polskich przedsiębiorstw to finanse. Ograniczone budżety, szczególnie w niepewnych czasach i momencie zagrożenia recesją w oczywisty sposób prowadzą do minimalizowania inwestycji. Wybór restrykcji jest często błędny i przeczy oczywistym kierunkom dyktowanym przez zmiany na świecie. Niektóre z przedsiębiorstw (w ujęciu ogólnopolskim) nadal trzymają się zdezaktualizowanych zasad tworzenia strategii nie zwracając uwagi na nowe trendy i transformację otoczenia biznesowego.

– Powyższe przyczyny potwierdzają tezę stawianą również przez naszych ekspertów – firmy często nie potrafią dokonać transformacji cyfrowej samodzielnie, bazując na własnym zespole specjalistów, z dotychczasowymi kompetencjami zespołu. Potrzebują wsparcia w przygotowaniu kompleksowego planu transformacji cyfrowej i przeprowadzenia całego procesu przez eksperta z tego zakresu – zwraca uwagę ekspertka BBC ds. transformacji cyfrowej i rozwoju biznesu.

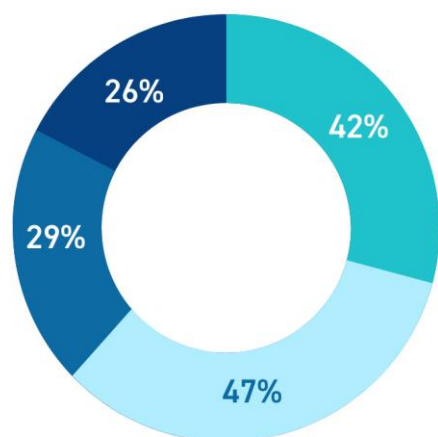
W badaniu BCC i Engave jednym z najważniejszych aspektów było wskazanie, które procesy i obszary działalności firm musiały zostać wyhamowane ze względu na obostrzenia wywołane pandemią COVID-19 i wynikające z tego zagrożenia płynności finansowej firm.

Odpowiedzi uwidaczniają, że w trakcie lockdownu niemal całkowicie wstrzymane zostały szkolenia oraz procesy rekrutacyjne. Wynika to prawdopodobnie z dwóch czynników. Po pierwsze – oszczędności. Procesy HR-owe w

okolicznościach wymagających ograniczeń budżetowych wstrzymywane są zazwyczaj jako pierwsze. Po drugie – brak przygotowania firm do przeprowadzania tych działań w usystematyzowany, online’owy sposób. Tak samo jak standardowe HR – owe działania offline, tak i przejście ze szkoleniami i rekrutacją do formuły zdalnej powinny odbywać się na podstawie ustalonych w firmie procedur.

Kolejne odpowiedzi potwierdzają konieczność upgrade’u technologicznego w dwóch wymienionych wyżej obszarach. Taką potrzebę zgłasza u siebie aż **47%** przebadanych firm w zakresie szkoleń i pozyskiwania nowych kompetencji oraz **29%** w procesach rekrutacyjnych.

Jednocześnie, firmy jednoznacznie komunikują potrzebę zmiany i dostosowania samych procesów do zmienionej rzeczywistości i nowoczesnych narzędzi.



Procesy w organizacji, które wymagają wsparcia technologicznego

- szkolenia
- rozwiązania wspierające pracę zdalną
- procesy rekrutacyjne
- sprzedaż poprzez nowoczesne kanały



Business
Centre
Club



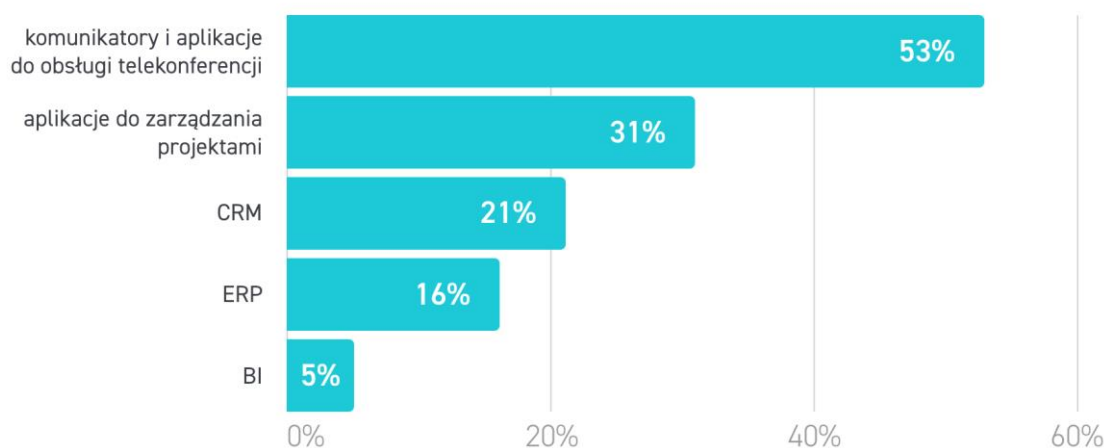
#PlayTechTogether

Według przedsiębiorców, transformacji bezwzględnie wymaga również proces pozyskiwania nowych klientów. Aż **41%** firm ograniczyło działania sprzedażowe new business i wskazuje na konieczność dokonania innowacji w procesie pozyskiwania klientów. – *Jest to sygnał niedostosowania dotychczasowego modelu sprzedaży do zdigitalizowanego świata* – wyjaśnia Olga Zelent.

Pomimo tego, że rozwiązania pracy i komunikacji zdalnej są dostępne od dawna, a wymuszająca upowszechnienie tej formuły pandemia trwa od marca, wciąż **42%** firm traktuje pracę zdalną jako wyzwanie. Dla ponad **26%** przedsiębiorstw także sprzedaż poprzez nowoczesne kanały jest wyzwaniem. – *Z wcześniej przeprowadzonych przez nas badań wynika, że ten wynik jest mocno niedoszacowany. Nawet blisko 50% polskich MŚP jest nieprzygotowanych do efektywnej i skutecznej sprzedaży online. Zarówno pod względem marketingowym jak i organizacyjnym. Brakuje przede wszystkim jednolitych procesów oraz odpowiedniego przygotowania zespołów do pozyskiwania i obsługi klientów* – dodaje ekspertka BCC.

Przeprowadzone badanie miało również na celu wskazanie, jakie produkty cyfrowe zostały już wdrożone w polskich firmach, a jakie dopiero będą implementowane. Ponad połowa firm (prawie **53%**) korzysta z komunikatorów i aplikacji do obsługi telekonferencji. Wydaje się to być wysokim odsetkiem, jednak trudno sobie wyobrazić jak w kontaktach z partnerami biznesowymi, pracownikami i klientami radzą sobie pozostałe firmy. Dobrym wynikiem jest posiadanie przez ponad **31%** firm narzędzi IT do zarządzania projektami. Kolejne **21%** chce rozwijać tego typu aplikacje w 2021 roku.

Z jakich narzędzi cyfrowych i aplikacji korzystają polskie firmy



Business
Centre
Club



#PlayTechTogether

Ankieta pokazała, że jedynie **21%** firm korzysta z systemów klasy CRM, czyli w sposób systemowy i z informatyzowany zarządza relacjami z klientem. Jeszcze bardziej zaskakujące jest to, że firmy nie planują wdrożenia CRM w kolejnym roku. – *Bez wątplenia jest to jeden z niezbędnych systemów IT, jakie powinna posiadać firma, szczególnie, że koszty wdrożenia CRM są stosunkowo niskie* – mówi Olga Zelent.

Jeszcze mniej, co jest jednak zrozumiałe ze względu na m.in. na ceny systemów i ich wdrożenia, wykorzystuje systemy klasy ERP (Enterprise Resource Planning) służące do kompleksowego zarządzania zasobami przedsiębiorstwa) – niespełna **16%**. Tylko ok. **5%** korzysta z Business Intelligence, jednak aż **36%** chce zainwestować w takie rozwiązania w przyszłym roku.

– **Wśród przedsiębiorców zaistniało już także zrozumienie potrzeby włączenia całego zespołu do zaplanowania i przeprowadzenia transformacji cyfrowej. Menadżerowie podnoszą również potrzebę angażowania pracowników w digitalowe działania bezpośrednio u klientów** – zauważa ekspertka BCC.

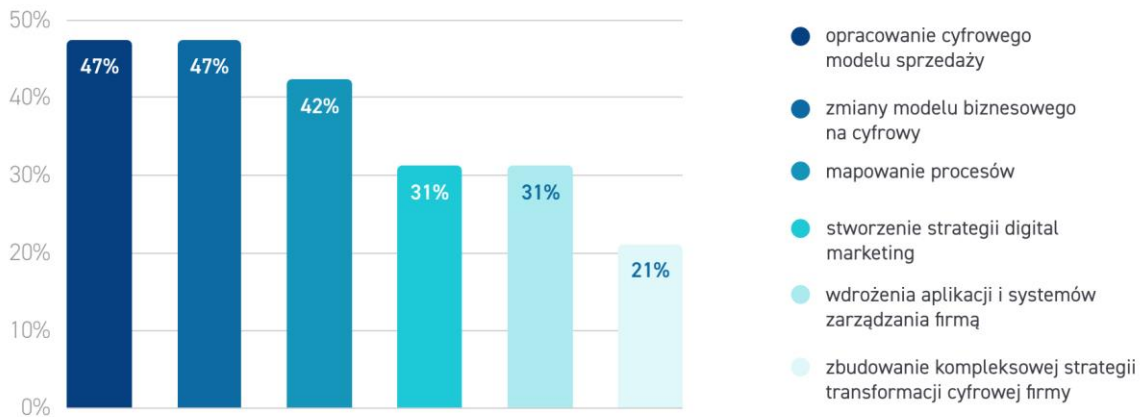
Pojawił się także nowy ciekawy trend – zapotrzebowanie na zmapowanie procesów poprzedzających wdrożenia w firmie. Ponad **42%** osób zarządzających ujawniło to wskazanie. Trend ten bardzo cieszy i pokazuje znaczną zmianę w świadomości zarządzania przedsiębiorstwem. Prawie każde wdrożenie nowych, kompleksowych i skomplikowanych aplikacji i systemów (np. oprogramowania klasy ERP) wymaga dobrego przygotowania i analizy przedwdrożeniowej, co może a nawet powinno odbyć się właśnie w procesie mapowania, systematyzowania i optymalizacji procesów. Prowadzi to do poprawy wydajności i efektywności kosztowej tych procesów i wprowadza możliwość oparcia ich o rozwiązania cyfrowe.

Często niezbędne jest wsparcie firm i ekspertów zewnętrznych. Szczególnie w obszarze zmiany modelu biznesowego na cyfrowy, przedsiębiorcy wskazują na wysokie zapotrzebowanie wsparcia zewnętrznego w przeprowadzeniu tego procesu – ponad **47%**.

Firmy poszukują również zewnętrznego wsparcia eksperckiego w stworzeniu cyfrowego modelu sprzedaży – deklaruje tak **ponad 47%** zbadanych przedsiębiorstw. Upatrują one w tym szansy na stworzenie nowego podejścia do produktu i sprzedaży w kontekście zmieniającego się świata i potrzeb klientów.

Ponad 31% firm nie podejmuje się samodzielnego rozszerzania oferty poprzez tworzenie innowacyjnych cyfrowych, strategii digital marketingu oraz wyboru i wdrożenia CRM. – *Wiele zgłoszonych potrzeb i wyzwań dotyczyło automatyzacji działań marketingowych, optymalizacji kosztów pozyskiwania leadów i automatyzacji komunikacji z klientami. To może wskazywać na znaczne braki kompetencyjne z zakresu nowych technologii i cyfrowych kanałów sprzedaży w działach sprzedaży i marketingu* – mówi Olga Zelent.

Obszary, w których firmy nie posiadają kompetencji wewnętrznych niezbędnych do digitalizacji



#PlayTechTogether

Obecny jest również kolejny, nowy trend zakładający kompleksowe podejście do transformacji cyfrowej i objęcie nią wszystkich obszarów działalności firmy. **21%** menadżerów komunikuje potrzebę wsparcia w zaplanowaniu cyfrowej transformacji firmy krok po kroku. W tej grupie podnoszona jest także potrzeba szkoleń z podstaw IT i nowoczesnych technologii. Jednym z pożądanых rozwiązań staje się także platforma do zarządzania projektami i komunikacją między członkami zespołu, delegowania zadań i rozliczania czasu realizacji.

* Dane pochodzą z badania przeprowadzonego przez Business Centre Club i Engave SA wśród 1800 pracodawców – indywidualnych członków BCC.

Kontakt do ekspertki:



Olga Zelent

ekspertka BBC ds. transformacji cyfrowej i rozwoju biznesu
tel. 503 089 471
e-mail: olga.zelent@bcc.org.pl

Kontakt dla mediów:

Emil Muciński

rzecznik, Instytut Interwencji Gospodarczych BCC
tel. 602 571 395, 22 58 26 113
e-mail: emil.mucinski@bcc.org.pl; instytut@bcc.org.pl

Engave SA – firma specjalizująca się w rozwiązaniach IT, digitalizacji polskich firm oraz wdrożeniach z zakresu transformacji cyfrowej | badaniach dojrzałości cyfrowej firm. <https://www.engave.pl/>

Business Centre Club powstał pod koniec XX w., w 1991 roku. Jest prestiżowym Klubem przedsiębiorców i największą w kraju ustawową organizacją indywidualnych pracodawców. Grupa BCC składa się z Klubu BCC, Związku Pracodawców BCC i Studenckiego Forum BCC. Członkowie BCC zatrudniają ponad 400 tys. pracowników, obroty firm sięgają 20 miliardów złotych a siedziby rozlokowane są w blisko 250 miastach. Na terenie całej Polski działają 22 łóż regionalne. Do BCC należą przedstawiciele wszystkich branż, międzynarodowe korporacje, instytucje finansowe i ubezpieczeniowe, firmy telekomunikacyjne, najwięksi polscy producenci, uczelnie wyższe, koncerny wydawnicze i znane kancelarie prawne. Członkami Klubu są także prawnicy, dziennikarze, naukowcy, wydawcy, lekarze, wojskowi i studenci. BCC koncentruje się na działaniach na rzecz rozwoju gospodarki i pomocy przedsiębiorcom, jest ustawowym członkiem Rady Dialogu Społecznego. Koordynatorem wszystkich działań BCC jest Marek Goliński.

Kontakty prasowe: https://www.bcc.org.pl/strefa_eksperta/kontakty-do-ekspertow, więcej: <https://www.bcc.org.pl/> oraz: <https://www.facebook.com/businesscentreclub>