

Technology Vision 2021

Świat potrzebuje liderów

Kryzys wyłania „mistrzów zmian”
Executive Summary

Świat pilnie potrzebuje nowego rodzaju przywództwa. Rok 2020 okazał się dla nas wszystkich niezwykle wymagający. Wiele organizacji wyszło z założenia, że wszystkie firmy będą kiedyś firmami technologicznymi i zapoczątkowało erę transformacji, w której nowe technologie nieustannie wpływają na wszystkie branże i ludzkie doświadczenia. W dobie kształtowania postpandemicznej rzeczywistości firmy muszą nauczyć się **panować nad zmianami.**

Przez lata wiele przedsiębiorstw przeceniło stopień zaawansowania swojej transformacji cyfrowej.

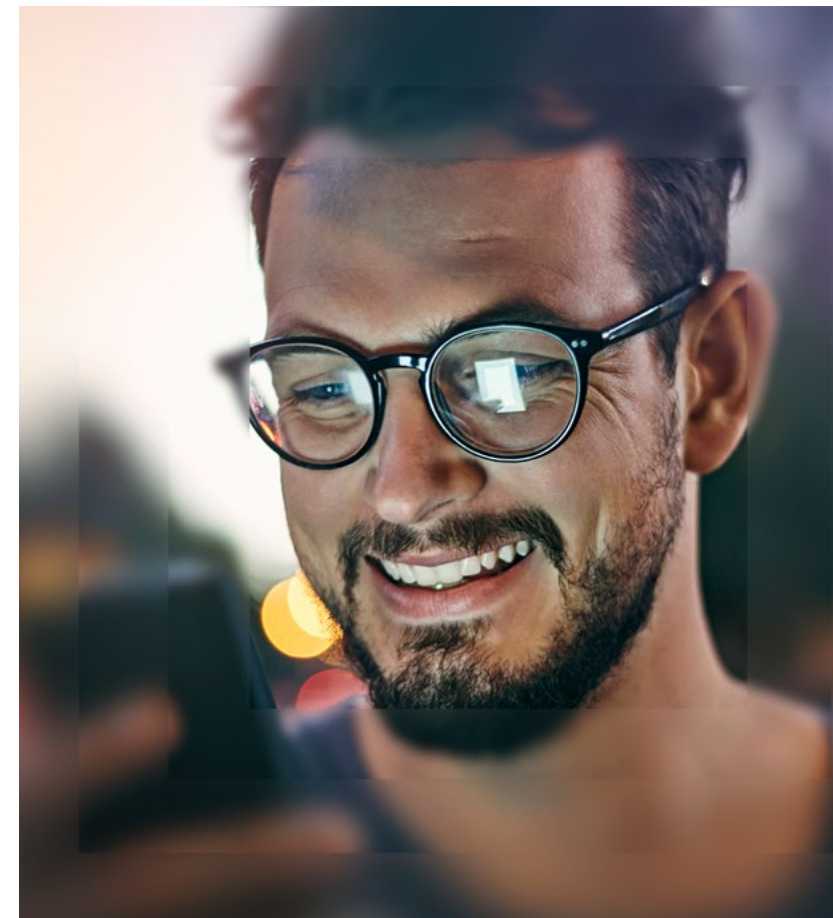
Firmy zapewniały, że są liderami w każdym obszarze: pod względem dostosowywania się do nowych wyzwań, wdrażania innowacji czy budowania sieci połączeń. Ubiegłoroczny kryzys spowodowany przez pandemię COVID-19 zmusił je do zweryfikowania sytuacji i dostrzeżenia nowej rzeczywistości: problemów związanych z nieelastyczną organizacją pracy i sposobem działania, kruchych łańcuchów dostaw, fake newsów czy nowych potrzeb klientów. Pandemia i spowodowane nią zakłócenia obnażyły ograniczenia obowiązujących od dawna zasad funkcjonowania firm i życia ludzi.

Przedsiębiorstwa zdecydowały przyspieszyć wdrożenia swoich planów dotyczących transformacji cyfrowej z działań obejmujących najbliższą dekadę do działań, które wprowadzą w ciągu 2-3 lat. Liderzy skoncentrowali się na budowie cyfrowego rdzenia, który pozwoliłby im na jednoczesne przekształcenie wielu obszarów przedsiębiorstwa i efektywne zarządzanie talentami. Technologia zaczęła być postrzegana jako atut w tych nieprzewidywalnych czasach, co pozwoliło organizacjom przyspieszyć działania mające na celu zminimalizowanie zakłóceń związanych z pandemią. W tym chaosie przedsiębiorstwa nie tylko dokonywały zmian w sposobie działania szybciej, niż sądziły, że są w stanie, ale zaczęły także wykazywać się zdolnościami adaptacyjnymi, innowacyjnością i zapewniać odpowiednią komunikację w ramach organizacji. Osiągając zakładane cele, w czasie o wiele krótszym od pierwotnie zakładanego.¹

To dopiero początek. Pandemia gwałtownie przyspieszyła zmiany, o których firmy wiedziały, że nadejdą, ale nie spodziewały się, że nastąpi to tak szybko. Konwergencja przemysłu, lokalne łańcuchy dostaw, masowa wirtualizacja oraz szybko i nieustannie zmieniające się oczekiwania klientów. Wiadomo, że tu i teraz wszystko się zmienia, trudno jednak przewidzieć, co przyniesie bardziej odległa przyszłość.

Pojawiają się wyzwania, których nigdy wcześniej nie widzieliśmy. Mamy do czynienia z przyspieszoną transformacją cyfrową i nieograniczonym polem do wykorzystania innowacji technologicznych. Z drugiej strony, w każdej branży mamy pewne niewiadome – nie wiemy, w którym kierunku będzie rozwijać się zapotrzebowanie na innowacje. Taka sytuacja sprawia, że potrzebni są na rynku nowego rodzaju liderzy, którzy zamiast biernie czekać na rozwój sytuacji, będą tworzyć przyszłość. Kryzys wyłoni „**mistrzów zmian**”.

Rozpoczęła się jak dotąd największa rewolucja przemysłowa. Świat potrzebuje przywódców. Choć dla firm kuszące będzie ograniczenie się do tego, co już znają, rok 2020 wyraźnie uwypuklił potrzebę obrania nowych kierunków rozwoju.



Przywódstwo wymaga inicjatyw technologicznych

W trakcie pandemii stało się jasne, że firmy nie odniosą sukcesu, nie inwestując w technologie.

Wystarczy spojrzeć na branżę restauracyjną. Na całym świecie zamykane są tradycyjne lokale gastronomiczne, a wielkie sieci zaczęły ogłaszać bankructwo². W rzeczywistości 60% restauracji, które w lipcu znalazły się na liście działalności „tymczasowo zamkniętych” w serwisie Yelp, do września definitywnie zakończyło swoją działalność³. Sześć miesięcy po wybuchu pandemii, amerykańskie Krajowe Stowarzyszenie Restauratorów podało, że prawie trzy miliony pracowników pozostaje bez pracy, a branża gastronomiczna jest na dobrej drodze do odnotowania 240 miliardów USD strat⁴. W całym tym chaosie Starbucks wyłonił się jako lider branży.

Starbucks rozpoczął transformację cyfrową w 2020 r., a kiedy wybuchła pandemia, transformacja ta przekształciła się z inicjatywy strategicznej w niezbędną poduszkę powietrzną. Aplikacja mobilna firmy, która pozwala użytkownikom dostosowywać zamówienia i płacić za napoje za pomocą

telefonu, okazała się nieoceniona, gdy transakcje zbliżeniowe stały się koniecznością. Do sierpnia aplikację Starbucksa pobrały trzy miliony nowych użytkowników, a zamówienia mobilne i możliwość odbioru w drive-thru generowały 90% sprzedaży⁵. Starbucks wykorzystał technologię, aby zmienić doświadczenia klientów, a kiedy popyt wzrósł, podwoił swoje wysiłki. Firma wdrożyła zintegrowany system zarządzania zamówieniami, który łączy zamówienia z aplikacji, Uber Eats i od klientów drive-thru w jeden system dla baristów. Starbucks wprowadził też nowe ekspresy do kawy z czujnikami, które śledzą ilość nalewanej kawy i przewidują konieczność serwisu⁶.

Starbucks wykorzystał okazję i sięgnął po pozycję lidera w czasach kryzysu. Jednak nie każdej firmie się to udało. Rok temu wiele organizacji uważało, że wystarczy zrobić minimum, aby dotrzymać kroku konkurencji. Przykład: każdego roku Gartner

przeprowadza ankietę wśród producentów na temat ich obecnych i planowanych poziomów wdrożenia chmury obliczeniowej. W latach 2014-2019, rok do roku, przedsiębiorstwa zgłaszały poziomy wdrożenia pomiędzy 8 a 13% i wyrażały oczekiwania, że w ciągu trzech lat osiągną poziom pomiędzy 30 a 50% lub, jak to ujęli analitycy Gartnera: „producenci zakładali przez ostatnie 5 lat, że przejście do chmury zajmie im 3 lata”⁷.

W ciągu ostatnich 12 miesięcy ten sposób myślenia zaczął się jednak zmieniać. 82% kadry zarządzającej działów informatycznych zgłosiło zwiększenie wykorzystania technologii chmury w bezpośredniej odpowiedzi na kryzys, a 66% respondentów stwierdziło, że będzie nadal zwiększać wykorzystanie chmury w przyszłości⁸. 95% firm stwierdziło, że poszukuje nowych sposobów angażowania klientów w wyniku pandemii COVID-19⁹. Od platform dostarczających żywność, które stanowią pomost między klientami a restauracjami, po rozwój usług telemedycznych i handlu elektronicznego, pandemia otworzyła przedsiębiorstwom oczy na nową rzeczywistość. Chmura znajduje się teraz w centrum działań firm, a technologia nie jest już tylko jednym ze środków do osiągnięcia sukcesu – jest środkiem warunkującym jego osiągnięcie¹⁰.

To, co zaczęło się jako próba rozwiązania doraźnych problemów podczas pandemii, stało się okazją do szybkiej zmiany sposobu działania organizacji, stworzenia zupełnie nowych rodzajów wartości i zdobycia pozycji lidera w branży. Ford przygotował 10 interaktywnych filmów w rzeczywistości rozszerzonej, aby pomóc klientom zapoznać się z nowym elektrycznym Mustangiem Mach-E bez konieczności odbywania jazd próbnych¹¹. Potencjalni klienci mogą zapoznać się ze wszystkimi cechami samochodu za pomocą

całkowicie interaktywnego modelu 3D, jednocześnie wysłuchując bezpośrednio wypowiedzi projektantów i inżynierów, którzy brali udział w jego tworzeniu. W innym przypadku, D-Wave, jedna z wiodących firm zajmujących się komputerami kwantowymi dała darmowy dostęp do swojej chmurowej platformy „Leap” każdemu, kto pracował nad rozwiązaniami związanymi z pandemią COVID-19, co przybliżyło wielu osobom użyteczność obliczeń kwantowych¹². Natomiast Neolix, pekiński producent robo-dostawczych ciężarówek, odnotował gwałtowny wzrost zamówień, ponieważ pandemia dramatycznie ograniczyła liczbę samochodów na drogach i otworzyła klientom oczy na zalety dostaw bez kierowcy¹³.

Gwałtowne przyspieszenie cyfrowe w czasie pandemii ugruntowało pozycję technologii jako fundamentu globalnego przywództwa. Minimum już nie wystarcza. Przepaść między cyfrowymi liderami a organizacjami, które pozostają w tyle, rośnie z dnia na dzień. Przywództwo wymaga od przedsiębiorstw nadania priorytetu innowacjom technologicznym w odpowiedzi na radykalnie zmieniający się świat. Małe projekty pilotażowe i stopniowe zwiększanie odchodzą do lamusa, a tarcia występujące na płaszczyznach łączących badania, rozwój i wdrożenia na dużą skalę muszą się zmniejszyć lub zniknąć.

Liderzy nie czekają na ustabilizowanie sytuacji, oni tworzą nową rzeczywistość

Najlepszym sposobem na przewidzenie przyszłości jest jej wymyślenie. Nadawanie priorytetowego znaczenia innowacjom technologicznym w odpowiedzi na szybko zmieniający się świat to jedyny sposób, by nie pozostać w tyle. Jednak prawdziwymi liderami będą firmy, które wdrożą nowatorskie sposoby myślenia i modele działania. Sytuacja na świecie wymaga obecności liderów zdolnych do podejmowania odważnych kroków.

Rozwój w tym momencie będzie wymagał ambitnych liderów, którzy nie zadowolą się przywróceniem firmy do stanu sprzed pandemii, ale będą gotowi przełamać konwencje i przedstawić swoją wizję przyszłości.

Od siły roboczej, przez łańcuchy dostaw, po technologie, modele operacyjne i biznesowe, przywódcy spędzili dekady na budowaniu systemów na potrzeby realizacji statycznych celów, w których zmiany następowały powoli i zgodnie z oczekiwaniami. Ale dziś sukces odnoszą ci, którzy mają odwagę sami kształtować rozwój wypadków.

W ciągu ostatniego roku przedsiębiorstwa zostały zmuszone do skonfrontowania się z głęboko zakorzenionymi założeniami na temat tego, jak szybko organizacja może się przestawić, gdzie i jak wykonywana jest praca, a nawet co i komu sprzedaje. Podczas gdy niektóre organizacje nie umiały się odnaleźć, inne odważnie mierzyły się z biurokratycznymi ograniczeniami i odpowiadały na wyzwania, stając się liderami, za którymi wszyscy będą podążać. Sieć hoteli Red Roof wykorzystwała zmniejszone zapotrzebowanie na podróże, ale wzrost liczby osób pracujących zdalnie, jako okazję do wynajmowania im pokoi jako codziennych miejsc

pracy¹⁴. W miarę jak coraz więcej firm zaczyna postrzegać powrót do biura jako opcję, a nie konieczność, Red Roof pozycjonuje się jako lider na rynku coworkingu. Ponieważ wydatki na reklamę na całym świecie zaczęły spadać, Spotify dostrzegło zagrożenie dla swojego modelu biznesowego opartego na reklamie¹⁵. Firma szybko podjęła kroki, aby zacząć kupować i rozwijać treści premium w celu zwiększenia liczby płatnych subskrypcji – to strategiczna zmiana, która pozwoliła im przejść od licencjonowania i agregacji do produkcji i wyznaczania trendów.

Wyrwane z kontekstu wygląda to jak nagła reakcja organizacji na kryzys, ale ich gotowość do zakwestionowania podstawowej propozycji wartości przedsiębiorstwa wyznacza nowe standardy na przyszłość. Podczas gdy wiele firm wciąż czeka na ustabilizowanie sytuacji – inne po prostu tworzą nową rzeczywistość.

Przed pandemią firmy szacowały wdrożenie nowej platformy komunikacyjnej w całej organizacji na co najmniej rok. Jednak w marcu 2020 r. brytyjska Narodowa Służba Zdrowia rozwiązała wyobrażenia o tym, jak szybko musi nastąpić transformacja technologiczna. Potrzebowała jedynie kilku tygodni, by wdrożyć Microsoft Teams u 1,2 miliona pracowników¹⁶.

Dawniej, gdyby zapytać producenta, co trzeba zrobić, aby przestawić się z produkcji samochodów na produkcję sprzętu medycznego, prawdopodobnie stwierdziłby, że jest to prawie niemożliwe. Jednak kiedy Wielka Brytania stanęła w obliczu krytycznego niedoboru respiratorów, Rolls-Royce zademonstrował prawdziwą zdolność przedsiębiorstw do zmian. Producent luksusowych samochodów przeprojektował cały swój łańcuch dostaw, aby rozpocząć produkcję tego rozpaczliwie potrzebnego urządzenia¹⁷. W ciągu 5 tygodni firma pozyskała niezbędne części od ponad 100 różnych dostawców, zorganizowała operacje w trzech zakładach i rozpoczęła produkcję.

Kiedy przychodzi co do czego, liderzy nie postrzegają zmian jako utrudnień – przyjmują je jako okazję do zbudowania czegoś nowego. Jednak śmiałe działania nie przyniosą oczekiwanych rezultatów bez podstaw technologicznych niezbędnych do wsparcia ambitnych celów organizacji. Przedsiębiorstwa, które połączą wielkie idee z potężną technologią, uczynią z gotowości do zmian przewagę konkurencyjną.

Na przykład, gdy Geisinger Health System dowiedział się więcej o pandemii COVID-19, nadał priorytet przyspieszonym inwestycjom w modernizację API i architekturę mikrousług¹⁸. Dzięki uzyskanej zwinności i skalowalności firma była w stanie płynnie przejść od obsługi 27 zdalnych wizyt dziennie do ponad 1000, podwoiła liczbę zdalnych pracowników do 13 000 oraz zbudowała cyfrowy system badań przesiewowych i towarzyszący mu pulpit nawigacyjny, który umożliwił administratorom przeglądanie danych dotyczących populacji pacjentów w czasie rzeczywistym, ograniczyła też kolejki oraz zapewniła przestrzeganie zasad dystansu społecznego. Geisinger zbudował również system śledzenia kontaktów obejmujący zintegrowaną platformę CRM, dzięki której pracownicy mogą łatwo śledzić opiekę nad pacjentem, jak również interaktywnego chatbota oraz łatwe wysyłanie wiadomości tekstowych i e-maili.

Obecnie wiele firm czeka na ustabilizowanie się sytuacji. Jednak gdy firmy wyjdą poza schemat tego, co robiły do tej pory, staną przed szansą na technologiczną rewolucję w organizacji. Może to być zmiana sposobu obsługi klienta, zmiana sposobu przepływu danych w przedsiębiorstwie i wśród jego partnerów lub wykorzystanie zalet wirtualizacji pracowników – nawet jeśli dystans społeczny nie jest już koniecznością.

Wielkie możliwości oznaczają również, że konkurencja nigdy jeszcze nie była tak zaciekła. Każda firma, od start-upów po tradycyjne organizacje, musi zmierzyć się z tymi samymi wyzwaniami i jednocześnie realizować własną wizję przyszłości. Nie wystarczy już dotrzymywać kroku – aby być liderem, przedsiębiorstwa muszą stać się pionierami.



Poszerzaj horyzonty przywództwa

Technologia sprawia, że realizacja najśmielszych celów jest na wyciągnięcie ręki, ale potrzebna jest wizja oraz kierunek rozwoju. Te firmy, które aspirują do bycia pionierami, są przygotowane do wywierania ogromnego wpływu na otaczający je świat – a sukces finansowy będzie tylko jedną z miar przywództwa.



Nadszedł wyjątkowy moment, aby odbudować świat lepszym, niż był przed pandemią, a wcielenie planów w życie będzie oznaczać rozszerzenie naszej definicji wartości tak, by obejmowała ona dobrobyt klientów, wpływ na środowisko, integrację społeczną i wiele innych kwestii.

Kiedy technologia, ambicja i zaangażowanie w sprawy ludzi łączą się, nie ma rzeczy niemożliwych. Na początku pandemii było jasne, że wielu pracowników utknie w martwym punkcie. Niektóre branże, takie jak linie lotnicze i hotelarstwo, z dnia na dzień straciły prawie wszystkich klientów, a z drugiej strony miały nadmiar doskonale wykwalifikowanego personelu. W innych obszarach, takich jak technologia i obsługa klienta, odnotowano gwałtowny wzrost zapotrzebowania na pracowników. Aby zaradzić tej dysproporcji, dyrektorzy ds. zasobów ludzkich z firm Accenture, Lincoln Financial Group, ServiceNow i Verizon wspólnie stworzyli cyfrową platformę umożliwiającą pracownikom znalezienie nowej pracy¹⁹. Platforma, nazwana People + Work Connect, mapuje pracowników dostępnych do pracy i stanowiska, które muszą być obsadzone, pozwalając specjalistom HR z różnych firm wspólnie zarządzać rekrutacjami.

W innych firmach osoby zarządzające jeszcze przed pandemią zweryfikowały grupy interesariuszy, ich potrzeby i wcielały zobowiązania względem nich w strukturę swojej firmy. Na przykład firma Danone opublikowała swoje wyniki na koniec roku fiskalnego, podając „skorygowany o emisję dwutlenku węgla” zysk do akcji, aby zapewnić, że wpływ na środowisko zostanie uwzględniony przy ocenie rentowności firmy²⁰. W świetle protestów, które zwróciły uwagę na nierówność rasową, Walmart przeprowadził audyt swoich praktyk w zakresie polityki rekrutacyjnej, nadał priorytet relacjom z dostawcami reprezentującymi mniejszości i przeznaczył 100 milionów dolarów na stworzenie centrum równości rasowej²¹.

Dzięki wykorzystaniu technologii odpowiedź nawet na największe wyzwania, z jakimi musi zmierzyć się biznes, takie jak konieczność rozwoju w zrównoważony sposób czy edukacja w obszarze świadomej konsumpcji, są możliwe do zaadresowania.

Wyobraź sobie, że kupując kawę, możesz się dowiedzieć, jak została ona wyprodukowana. Możesz mieć gwarancję, że do pakowania użyto ekologicznych materiałów, potwierdzić brak alergenów, mieć pewność co do etycznych praktyk w procesie wytwarzania. W przeszłości zapewnienie takiego poziomu transparentności dla każdego produktu mogłoby wydawać się niemal nieosiągalne. Jednak pojawiające się rozwiązania technologiczne sprawiają, że jest to możliwe, a firmy mogą dzięki temu zdobyć zaufanie klientów.

Na przykład Circular Supply Chain (łańcuch dostaw działający w obiegu zamkniętym) jest wielostronnym systemem stworzonym we współpracy z Mastercard, Amazon Web Services, Everledger, Mercy Corps i Accenture. Ta międzybranżowa inicjatywa łączy wymianę danych opartą na technologii blockchain, biometryczną weryfikację tożsamości, możliwości płatnicze i planowanie zasobów w celu zapewnienia większej sprawiedliwości i zrównoważonych praktyk w globalnych łańcuchach dostaw²². Dzięki rozwiązaniu problemów związanych z pochodzeniem, autentycznością i identyfikowalnością system przynosi korzyści całemu ekosystemowi. Klienci są w stanie sprawdzić, czy produkcja jest zgodna z ich potrzebami i wartościami, a nawet mają możliwość przekazania bezpośredniego napiwku dla drobnych producentów stosujących zrównoważone praktyki. Producenci są nagradzani za swoją ciężką pracę i wysiłek, podczas gdy producenci i dystrybutorzy mogą śledzić towary, aby lepiej planować i optymalizować swoje działania pod kątem popytu – co prowadzi do zmniejszenia ilości odpadów i ułatwia wdrażanie bardziej zrównoważonych praktyk.



Nasz moment jest teraz: trendy technologiczne 2021

Firmy nie konkurują już wyłącznie o udział w rynku, rywalizują o to, która szybciej stworzy swoją wizję przyszłości. Sukces będzie zależał od ich zdolności do sprawnego wdrażania zmian i właściwego zarządzania nimi we wszystkich obszarach działalności. To z kolei będzie bezpośrednio powiązane z decyzjami technologicznymi, które podejmują już dziś.

Nie ma jednak wątpliwości, że przekształcenie przedsiębiorstwa w lidera technologicznego nie może być ograniczone wyłącznie do kompetencji CIO lub CTO. Aby odnieść sukces, podejście digital-first musi być wspierane przez całą kadrę zarządzającą najwyższego szczebla i przejawiać się we wszystkich obszarach organizacji.

Stawanie się „mistrzem zmian” zaczyna się od projektowania przyszłości i założenia, że strategie biznesowe i technologiczne są nierozłączne. Architektura systemów nigdy nie miała większego znaczenia niż dziś, ponieważ wybory technologiczne, których firmy dokonują teraz, będą decydować o tym, co firma będzie mogła osiągnąć w przyszłości. Konkurencja staje się walką stosów technologicznych, a czas standardowych rozwiązań już przeminął.

Ponieważ liderzy stosują technologię we wszystkich aspektach swojej działalności, cenne zasoby generowanych danych są wykorzystywane do budowania ogromnych sieci inteligentnych cyfrowych bliźniaków. **Lustrzane odbicie świata**, jakie tworzą bliźniaki nowej generacji, napędza zmiany, uwalniając obecnie uwięzioną wartość danych i pozwalając przedsiębiorstwom symulować, przewidywać i automatyzować procesy, zacierając granicę między tym co cyfrowe a fizyczne.

Przedsiębiorstwa muszą również zadbać o to, aby ich pracownicy mogli stać się motorem zmian – jest to możliwe do osiągnięcia dzięki **demokratyzacji technologii**. Potężne możliwości technologiczne są teraz dostępne dla ludzi z różnych działów firmy, co pozwala nawet szeregowym pracownikom mieć swój wkład w kształtowanie strategii innowacyjnych przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa mogą zapoczątkować oddolne inicjatywy, wyposażając każdego pracownika w narzędzia i umiejętności pozwalające budować rozwiązania technologiczne w miejscu, w którym są potrzebne.

Organizacja może się zmieniać z dowolnego miejsca i w dowolnym czasie, dając pracownikom możliwość **stworzenia swojego własnego środowiska pracy**. Obserwowane przez nas obecnie największe zmiany kadrowe, jakie pamiętamy, skłaniają firmy do odkrywania korzyści płynących z wirtualizacji pracowników i poszerzania granic przedsiębiorstwa.

Wreszcie, przedsiębiorstwa stoją przed ogromnymi wyzwaniami i możliwościami, z którymi nie będą w stanie poradzić sobie same. Systemy wielopartnerskie pomogą firmom stać się liderami poprzez zmianę sposobu współpracy. Od łańcuchów dostaw po cyfrowe ekosystemy, pandemia pokazała, jak kruche mogą być relacje na całym świecie. Przebudowując te partnerstwa z wykorzystaniem technologii, która odgrywa kluczową rolę, przedsiębiorstwa znajdują sposoby na wspólną adaptację.

Przyszłość jawi nam się inaczej, niż tego oczekiwaliśmy. Gdy nabierze kształtów, nie będzie miejsca dla przedsiębiorstw, które skupiają się na przeszłości. Czy będziesz obserwować, jak świat wokół Ciebie się zmienia? Czy raczej będziesz tym, który zdefiniuje kierunek zmian? Ludzie są gotowi na nowe i nadszedł czas, aby przedsiębiorstwa były częścią tej transformacji. Pozwólmy na nią.

LET THERE
BE CHANGE



Podsumowanie Trendów 2021

Silniejsze fundamenty

Budowanie lepszej przyszłości

Nadchodzi nowa era, w której firmy będą konkurować ze sobą architekturą systemów informatycznych.

Świat w lustrzanym odbiciu

Potencjał funkcjonujących na szeroką skalę, inteligentnych, cyfrowych bliźniaków

Rosnące inwestycje w dane, sztuczną inteligencję i technologie cyfrowych bliźniaków stanowią początek nowej generacji biznesu: świata w lustrzanym odbiciu.

Ja, technolog

Demokratyzacja technologii

Następuje zmiana w rozwoju technologii. Przetwarzanie języka naturalnego, platformy typu low code, automatyzacja procesów zrobotyzowanych i inne rozwiązania demokratyzują technologię, dając potężne możliwości pracownikom w ramach całej organizacji.

Wszędzie i o każdej porze

Stwórz własne miejsce pracy w dowolnej lokalizacji

Nadszedł czas, aby przedsiębiorstwa przekształciły pracę zdalną z udogodnienia w atut.

Przejście od ja do my

Wspólna systemowa ścieżka w chaosie

Globalny kryzys wywołany przez COVID-19 spowodował, że organizacje zaczęły na nowo wyobrażać sobie swoje partnerstwa – a systemy wielostronne przyciągnęły uwagę wielu organizacji.

Silniejsze fundamenty

Budowanie lepszej przyszłości

Nadchodzi nowa era, w której firmy będą konkurować ze sobą architekturą systemów informatycznych. Przedsiębiorstwa mają przed sobą wielkie możliwości i szeroki wybór technologii. Oznacza to, że mogą dostosować do swoich potrzeb każdą warstwę architektury technologicznej, optymalizując realizację strategii korporacyjnej w stopniu niespotykanym do tej pory. Jednak budowanie i zarządzanie najbardziej konkurencyjnym stosem technologii oznacza również jej inny paradygmat. Strategie biznesowe i technologiczne muszą stać się nierozłączne, a przedsiębiorstwa powinny dążyć do osiągnięcia pozycji liderów technologicznych.

Główne wnioski

Wachlarz możliwości technologicznych w ramach stosu zaowocuje różnorodnością rozwiązań biznesowych. Przedsiębiorstwa, które pracują nad określeniem najbardziej wartościowej kombinacji technologii, będą w stanie stworzyć unikalną ofertę.

Budowanie konkurencyjnego stosu technologicznego zaczyna się od gromadzenia bogactwa technologicznego - strategie chmurowe i mikrousługi stanowią klucz do sukcesu. Przedsiębiorstwa potrzebują plastycznego fundamentu technologicznego i nie mogą sobie pozwolić na to, by obciążać się starszymi systemami.

W miarę jak przedsiębiorstwa będą łączyć swoje strategie technologiczne i biznesowe, zaczną odgrywać większą rolę w ułatwianiu ludziom relacji z technologią. Wymaga to budowania zaufania - nie tylko do produktów i usług, ale także do stojących za nimi technologii.

Świat w lustrzanym odbiciu

Potencjał funkcjonujących na szeroką skalę, inteligentnych, cyfrowych bliźniaków

Rosnące inwestycje w dane, sztuczną inteligencję i technologie cyfrowych bliźniaków stanowią początek nowej generacji biznesu - świata w lustrzanym odbiciu. Liderzy budują inteligentne, cyfrowe bliźniaki i łączą je ze sobą, aby stworzyć żywe modele fabryk, łańcuchów dostaw, cykli życia produktów itp. W miarę jak coraz większa część świata fizycznego jest reprezentowana w przestrzeni cyfrowej, rozwijający się świat lustrzany otworzy przed nami mnóstwo nowych możliwości. Liderzy przedsiębiorstw będą mogli wykorzystywać analitykę danych na niespotykaną dotąd skalę, zadawać kluczowe dla funkcjonowania organizacji pytania i odpowiadać na nie, a także na nowo kreować sposób działania, współpracy i innowacji.

Główne wnioski

Symulacje świata w lustrzanym odbiciu dadzą przedsiębiorstwom swobodę badania nowych pomysłów i zadawania pytań typu „co by było gdyby” w wolnym od ryzyka środowisku cyfrowym. Liderzy będą wykorzystywać tę zdolność do przekształcania swoich procesów wdrażania innowacji.

Aby czerpać korzyści z inteligentnych bliźniaków i lustrzanego świata, przedsiębiorstwa muszą zbudować kompleksowe i godne zaufania praktyki w zakresie wykorzystania danych. Cyfrowe bliźniaki są potężnym sposobem na przekształcenie danych w rozwiązania, ale używanie niekompletnych lub złych danych przyniesie więcej szkody niż pożytku.

Lustrzany świat niesie obietnicę szerszego spojrzenia, ale dostęp do niego wymaga wyjścia poza cztery ściany przedsiębiorstwa. Firmy muszą dążyć do przyszłości, w której inteligentne bliźniaki umożliwią bezproblemową i opartą na danych współpracę między ekosystemami.

Ja, technolog

Demokratyzacja technologii

Następuje zmiana w rozwoju technologii. Przetwarzanie języka naturalnego, platformy typu low code, automatyzacja procesów zrobotyzowanych i inne rozwiązania demokratyzują technologię, dając potężne możliwości pracownikom w ramach całej organizacji. Zjawisko to stanowi oddolną warstwę w strategiach innowacyjnych przedsiębiorstw: podczas gdy dział IT nadal będzie zajmował się głównymi wdrożeniami i pracował z najbardziej zaawansowanymi technologiami, ludzie znajdujący się najbliżej codziennych problemów biznesowych będą upoważnieni do samodzielnego tworzenia rozwiązań opartych o technologię. Dzięki zdemokratyzowanemu podejściu każdy pracownik może być innowatorem, optymalizując swoją pracę, rozwiązując problemy i dbając o ciągły rozwój firmy i dostosowanie do zmieniających się potrzeb.

Główne wnioski

Zdemokratyzowana technologia może pomóc zlikwidować lukę w umiejętnościach. Podczas gdy zapotrzebowanie na wysoce techniczne umiejętności - są duże, liderzy mogą wykorzystać to podejście, aby wykształcić wiele potrzebnych kompetencji wśród wszystkich pracowników.

Aby zachęcić pracowników wszystkich działów i szczebli do innowacji, przedsiębiorstwa muszą ich szkolić, aby myśleli jak technolodzy. Programy szkoleniowe powinny obejmować sposób korzystania z różnych narzędzi, jak również ogólną znajomość technologii.

Demokratyzacja przełamuje tradycyjne podziały pomiędzy technologiczną i biznesową stroną organizacji. Liderzy będą musieli ponownie przemyśleć role pracowników różnych działów, m.in. IT oraz określić sposób ich współpracy.

Wszędzie i o każdej porze

Stwórz własne miejsce pracy w dowolnej lokalizacji

Nadszedł czas, aby przedsiębiorstwa przekształciły pracę zdalną z udogodnienia w atut. W szczytowym okresie pandemii przedsiębiorstwa zapoczątkowały największą zmianę kadrową, jaką pamiętamy, wysyłając ludzi do domu i podwajając wydatki na rozwiązania technologiczne, aby utrzymać ich produktywność. W ten sposób umożliwiły ludziom pracę nie tylko z domu, ale z dowolnej lokalizacji. Dla firm, które są gotowe przemyśleć, jak wygląda ich organizacja i co można osiągnąć dzięki wirtualnemu modelowi zatrudnienia, otwierają się liczne możliwości. Ale samo rozszerzenie sposobów działania na wypadek pandemii nie wystarczy. Liderzy muszą teraz opracować strategię „stwórz swoje własne miejsce pracy w dowolnej lokalizacji” (BYOE), uwzględniając konsekwencje pracy zdalnej dla bezpieczeństwa firmy, konieczne zmiany kulturowe oraz zmieniające się przeznaczenie przestrzeni biurowej.

Główne wnioski

W czasie pandemii organizacje skupiały się na technologicznym umożliwieniu pracy w trybie BYOE, a teraz muszą sprawić, by była ona bezproblemowa i bezpieczna. Przedsiębiorstwa muszą zająć się tymi problemami już dziś, w przeciwnym razie będą się one narastać.

Wraz ze strategią BYOE pojawia się możliwość ponownego wyobrażenia sobie modeli operacyjnych przedsiębiorstwa. Potencjalne korzyści są ogromne - od zwiększenia współpracy człowieka z robotem po dostęp do prawdziwie globalnej puli talentów.

W miarę jak firmy wdrażają strategię BYOE, ich kultura organizacyjna również musi ewoluować. Będzie to proces ciągły, ale szybkie sukcesy już dziś obejmują ponowne przemyślenie sposobu komunikacji między pracownikami i pracę nad tym, aby pracownicy zdalni i stacjonarni byli jednakowo doceniani.

Przejście od ja do my

Wspólna systemowa ścieżka w chaosie

Globalny kryzys wywołany przez COVID-19 spowodował, że organizacje zaczęły na nowo wyobrażać sobie swoje partnerstwa – a systemy wielostronne przyciągnęły uwagę wielu organizacji. Nagłe zapotrzebowanie na śledzenie kontaktów, bezdotykowe płatności oraz alternatywne sposoby budowania zaufania spowodowały, że w centrum uwagi znalazły się kwestie, które w dotychczasowych ekosystemach przedsiębiorstw pozostawały nieuregulowane. W ciągu najbliższych trzech lat zmienią się diametralnie potrzeby klientów, regulacje i wiele innych kwestii – a firmy nauczą się, że razem są silniejsze. Przedsiębiorstwa mają możliwość uniknięcia ponownego popełnienia błędów z przeszłości i wytyczenia nowej drogi. Dzięki systemom wielostronnym mogą zyskać większą odporność i zdolność adaptacji, odkryć nowe sposoby podejścia do rynku oraz ustanowić wyprzedzające sytuację ekosystemy, będące jednocześnie standardami dla swoich branż.

Główne wnioski

Aby zbudować większą odporność, przedsiębiorstwa muszą otworzyć się na partnerstwa oparte w większym stopniu na technologiach cyfrowych. Zaczyna się to od inwestowania w technologie, takie jak chmura obliczeniowa, ukierunkowane na daną branżę i nieszablonowego myślenia.

Systemy wielopartnerskie są coraz powszechniej stosowane i są w stanie radykalnie przekształcić tradycyjny sposób funkcjonowania partnerstw. Liderzy organizacji muszą jednak zrozumieć, jakie jest właściwe uzasadnienie biznesowe dla ich wykorzystania.

Systemy wielopartnerskie przekształcają niektóre z najgłębiej zakorzenionych przekonań. Wykorzystując zalety MPS, przedsiębiorstwa muszą mieć pewność, że korzystają z tej technologii w celu stworzenia bardziej sprawiedliwej przyszłości.

Pełen obraz

Raport Accenture Technology Vision przedstawia trzyletni zestaw trendów technologicznych, obejmujący obecnie trendy z lat 2020 i 2019.

Ważne jest, aby zdawać sobie sprawę, że każdego roku trendy są częścią szerszej perspektywy, a śledzenie ich ewolucji w czasie pozwala dostrzec, w jaki sposób mogą się one rozwijać w przyszłości.

2021
Trendy



2020
Trendy



2019
Trendy



Trendy 2020

Spersonalizowane doświadczenie

Pomoc w dokonywaniu optymalnych wyborów

Projektuj doświadczenia cyfrowe z wykorzystaniem nowych modeli, stawiających silnie na aspekt personalizacji. Zmień biernych widzów w aktywne uczestników, przekształcając doświadczenia jednokierunkowe w prawdziwą współpracę.

Człowiek a AI

Buduj nowe oblicze biznesu, stawiając na współpracę między ludźmi a sztuczną inteligencją

Przyjmij nowe podejście, które wykorzystuje sztuczną inteligencję, aby uwolnić pełen potencjał ludzi. Wyjdź poza wdrażanie sztucznej inteligencji jedynie w obszarze automatyzacji i skup się na tworzeniu nowych możliwości współpracy między ludźmi a maszynami.

Dylematy ciągle zmieniających się produktów

Jak poradzić sobie z beta ciężarem

Zajmij się nową rzeczywistością własności produktów w erze „forever beta”. Skupienie się na transformacji problematycznych obszarów daje doskonałą okazję do stworzenia bezprecedensowego poziomu partnerstwa na linii firma-klient.

Roboty w środowisku naturalnym

Zwiększanie skali oddziaływania i odpowiedzialności organizacji

Buduj nowe modele interakcji i oddziaływania w miarę jak robotyka wychodzi poza mury przedsiębiorstwa. Firmy z każdej branży stworzą nowe możliwości, wprowadzając roboty do otaczającego nas świata.

DNA innowacji

Stwórz siłę napędową ciągłych innowacji

Wykorzystaj potencjał szerokiej gamy dostępnych obecnie przełomowych technologii. Twórz rozwiązania i partnerstwa ekosystemowe niezbędne do zbudowania unikalnego, innowacyjnego DNA organizacji.

Trendy 2019

Znaczenie DARQ

Zrozumieć DNA DARQ

Nowe technologie zawsze były katalizatorem zmian, ponieważ stale dostarczają przedsiębiorstwom nowych, wyjątkowych możliwości. Każda z czterech technologii DARQ: rozproszone księgi rachunkowe, sztuczna inteligencja, rozszerzona rzeczywistość i obliczenia kwantowe będzie wykorzystywana indywidualnie przez przedsiębiorstwa w całej gospodarce do wyróżnienia swoich produktów i usług na tle konkurencji.

Cyfrowy Klient

Odkryj wyjątkowych klientów i nowe możliwości

Rozwój technologii cyfrowych ułatwił firmom zdobywanie informacji o konsumentach i wykorzystywanie tzw. cyfrowej tożsamości klienta (określanej przez doświadczenia technologiczne i cyfrowe) do budowania silnych relacji. Firmy, które dobrze rozumieją tożsamość technologiczną swoich klientów, będą w stanie wykreować ewoluujące i zindywidualizowane podejście do każdego konsumenta. To właśnie takie podejście jest niezbędne w erze post-cyfrowej do zapewnienia im doświadczeń spełniających ich oczekiwania.

Człowiek+ w pracy

Zmieniaj środowisko pracy lub stań się przeszkodą w jego rozwoju

Pracownicy stają się ludźmi+: każda osoba jest świadoma swoich umiejętności i wiedzy i może korzystać z coraz większego zestawu nowych możliwości stwarzanych przez technologię. Teraz firmy muszą dostosować strategię technologiczną, które z powodzeniem stworzyły tę nową generację pracowników, aby wspierać nowy sposób pracy w epoce post-cyfrowej.

Bezpieczny Ekosystem

Przedsiębiorstwa nie są ofiarami, ale wektorami wytyczającymi kierunek na przyszłość

Podczas gdy działalność oparta na ekosystemie zależy od sieci wzajemnych powiązań, istniejące współzależności zwiększają narażenie przedsiębiorstw na ryzyko. Wiodące organizacje zdają sobie sprawę, że poza kontynuowaniem współpracy z całym ekosystemem w celu dostarczenia najlepszych w swojej klasie produktów, usług i doświadczeń, muszą także podjąć wysiłki ukierunkowane na zapewnienie bezpieczeństwa.

Rynek Chwili

Reagowanie na potrzeby konsumentów w czasie rzeczywistym

Technologia tworzy świat intensywnie dostosowywanych do potrzeb klientów doświadczeń na żądanie, a firmy muszą na nowo definiować swoje organizacje, aby szybko dostrzegać i wykorzystywać nadarzające się okazje i nowe możliwości, dostosowując się do cechującego się wysoką zmiennością rynku chwili.

O Technology Vision

Od ponad 20 lat Accenture opracowuje raport Technology Vision, który jest corocznym przeglądem środowiska biznesowego, mającym na celu zidentyfikowanie pojawiających się trendów technologicznych, które będą miały największy wpływ na firmy, instytucje publiczne i inne organizacje w nadchodzących latach. Trendy te mają znaczący wpływ na wszystkie branże i mogą być wykorzystane przez firmy już dziś.

Accenture Labs i Accenture Research współpracują w ramach procesu badawczego, który obejmuje:

- wkład ze strony Zewnętrznej Rady Doradczej Technology Vision, grupy ponad 20 doświadczonych osób z sektora publicznego i prywatnego, środowisk akademickich, firm typu venture capital i przedsiębiorców. Ponadto zespół Technology Vision przeprowadza wywiady z ekspertami w obszarze technologii i poszczególnych branż, a także z blisko 100 liderami biznesowymi Accenture.
- Równolegle Accenture Research przeprowadza globalną ankietę internetową wśród przedstawicieli kadry kierowniczej działów biznesowych i informatycznych, aby uzyskać informacje na temat wdrażania nowych technologii i ich wpływu na funkcjonowanie organizacji. Odpowiedzi z ankiety pomagają określić strategię technologiczną i priorytetowe inwestycje firm z różnych sektorów i regionów geograficznych.

W miarę jak z procesu badawczego wyłania się krótka lista tematów, zespół Technology Vision pracuje nad zatwierdzeniem i dopracowaniem zestawu trendów. Wybierane są te, które mają największe znaczenie dla rzeczywistych wyzwań biznesowych. Zespół Technology Vision koncentruje się na tematach, które wkrótce zaczną się pojawiać w planach działań omawianych przez najwyższą kadre zarządzającą w większości przedsiębiorstw.

Przypisy

- 1 Wilson, H. J. (2019, 25 października). Why You Should Mind the Innovation Achievement Gap. (Dlaczego należy zwrócić uwagę na lukę w osiągnięciach w zakresie wprowadzania innowacji). Accenture: <https://www.accenture.com/us-en/blogs/accenture-research/innovation-achievement-gap>
- 2 Valinsky, J. (2020, 13 grudnia). The 30 Retailers and Restaurant Chains That Filed For Bankruptcy in 2020. (30 detalistów i sieci restauracji, które złożyły wniosek o upadłość w 2020 r.) CNN Business: <https://www.cnn.com/2020/12/12/business/retailers-restaurants-bankrupt-2020/index.html>
- 3 Increased Consumer Interest in May Correlates with COVID-19 Hot Spots in June, According to Yelp Economic Average. (Zwiększone zainteresowanie konsumentów w maju koreluje z miejscami o najwyższej liczbie zakażeń COVID-19 w czerwcu, według średniej ekonomicznej Yelp) (2020). <https://www.yelpeconomicaverage.com/yea-q2-2020.html>
- 4 Sietsema, T. (2020, 6 października). 'The Goal is to Make It Through This'. (Celem jest przetrwanie). The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/magazine/2020/10/06/weather-pandemic-restaurants-reinvent-themselves-again-again/>
- 5 Lauchlan, S. (2020, 29 lipca). Brewing Resilience – How Early Digital Vision is Paying Off For Starbucks. (Budując zwinność – Jak wczesne wdrażanie rozwiązań cyfrowych opłaca się Starbucksowi). Diginomica: <https://diginomica.com/brewing-resilience-how-early-digital-vision-paying-starbucks>
- 6 Wilson, M. (2020, 6 czerwca). Starbucks Is About To Look A Lot Different – And COVID-19 Is Only Part Of The Reason Why. (Starbucks wkrótce będzie wyglądał zupełnie inaczej – nie tylko ze względu na COVID-19). Fast Company: <https://www.fastcompany.com/90514230/starbucks-is-about-to-look-a-lot-different-and-covid-19-is-only-part-of-the-reason-why>
- 7 Franzosa, R. (2020, 24 sierpnia). Manufacturing Operations Finally Turns To The Cloud. (Operacje produkcyjne w końcu przechodzą do chmury). Gartner: <https://www.scmworld.com/manufacturing-operations-finally-turns-cloud/>
- 8 Wilson, M. (2020, 18 czerwca). Coronavirus: Enterprise Cloud Adoption Accelerates In Face of Covid-19, Says Research. (Koronawirus: przyspieszenie wdrażania chmury w przedsiębiorstwach w obliczu Covid-19 – na podstawie badań). Computer Weekly: <https://www.computerweekly.com/news/252484865/Coronavirus-Enterprise-cloud-adoption-accelerates-in-face-of-Covid-19-says-research>
- 9 COVID-19 Digital Engagement Report. (COVID-19 Raport zaangażowania cyfrowego) (2020). Twilio: <https://www.twilio.com/covid-19-digital-engagement-report>
- 10 Accenture Cloud First Launces With \$3 Billion Investment To Accelerate Clients' Move to Cloud and Digital Transformation. (Accenture Cloud First startuje z inwestycją o wartości 3 miliardów dolarów, aby przyspieszyć przejście klientów do chmury i transformację cyfrową) (2020, 17 września): <https://newsroom.accenture.com/news/accenture-cloud-first-launches-with-3-billion-investment-to-accelerate-clients-move-to-cloud-and-digital-transformation.htm>
- 11 Cole, C. (2020, 29 września). Ford Is Using Augmented Reality To Help Sell Its New Mach-E Electric SUV. (Ford wykorzystuje rozszerzoną rzeczywistość, aby pomóc w sprzedaży swojego nowego elektrycznego SUV Mach-E). CNET: <https://www.cnet.com/show/news/ford-mustang-mach-e-augmented-reality/>
- 12 D-Wave Provides Free Quantum Cloud Access For Global Response To COVID-19. (D-Wave zapewnia bezpłatny dostęp do chmury kwantowej w ramach globalnej reakcji na pandemię COVID-19) (2020, 31 marca). <https://www.dwavesys.com/press-releases/d-wave-provides-free-quantum-cloud-access-global-response-covid-19>
- 13 Ross, P. (2020, 17 marca). Is Coronavirus Speeding the Adoption of Driverless Technology. (Czy koronawirus przyspiesza wdrażanie technologii bez kierowcy.) Institute of Electrical and Electronics Engineers: (Instytut Inżynierów Elektryków i Elektroników): <https://spectrum.ieee.org/cars-that-think/transportation/self-driving/will-coronavirus-speed-adoption-of-driverless-technology>
- 14 Anas, B. (2020, 31 marca). The Clever Way This Hotel Chain Plans To Stay Open During The Coronavirus Closures. (Sieć hoteli znalazła sprytny sposób, by pozostać otwartą w dobie lockdownu spowodowanego koronawirusem). Forbes: <https://www.forbes.com/sites/brittanyanas/2020/03/31/the-clever-way-this-hotel-chain-plans-to-stay-open-during-the-coronavirus-closures/amp/>
- 15 Guillén, M. (2020, 7 lipca). How Businesses Have Successfully Pivoted During The Pandemic. (Jak firmy z powodzeniem wdrożyły radykalne zmiany w sposobie działania w czasie pandemii). Harvard Business Review: <https://hbr.org/2020/07/how-businesses-have-successfully-pivoted-during-the-pandemic>
- 16 Hughes, O. (2020, 7 kwietnia). Microsoft And NHS Digital To Provide New Clinical Capabilities Through Teams. (Microsoft i NHS Digital udostępniają nowe możliwości kliniczne za pośrednictwem Teams). Digital Health: <https://www.digitalhealth.net/2020/04/microsoft-and-nhs-digital-to-provide-new-clinical-capabilities-through-teams/>
- 17 Designed, Supplied, Delivered: (Zaprojektowane, Dostarczone:) Coordinating Production of Medical Ventilators for the UK. (Koordynacja produkcji respiratorów medycznych dla Wielkiej Brytanii) (2020). Accenture: https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-126/Accenture-RollsRoyce-ACN-Ventilator-ChallengeUK-CaseStudy.pdf
- 18 Geisinger's Digital Strategy to Combat COVID-19 and Accelerate Enterprise Transformation (2020, 14 lipca). (Strategia cyfrowa firmy Geisinger w celu zwalczania COVID-19 i przyspieszenia transformacji przedsiębiorstwa). Healthcare IT News: <https://www.healthcareitnews.com/blog/leveraging-digital-strategy-combat-covid-19-and-accelerate-enterprise-transformation>
- 19 Peart, N. (2020, 9 grudnia). Four HR Officers Create A Solution To Connect People To Work. (Czterech HR-owców tworzy rozwiązanie, które pomaga znaleźć pracę). Forbes: <https://www.forbes.com/sites/nataliapeart/2020/12/09/four-hr-officers-create-a-solution-to-connect-people-to-work/?sh=514492096278>
- 20 Danone Full Year Results 2019 (n.d.) – wyniki całoroczne 2019: https://www.danone.com/content/dam/danone-corp/danone-com/medias/medias-en/2020/corporatepressreleases/danone_full_year_2019_results.pdf
- 21 McMillon, D. (2020, 12 czerwca 12). Advancing Our Work on Racial Equity. (Zwiększenie wysiłków na rzecz równości rasowej w miejscu pracy). Walmart: <https://corporate.walmart.com/newsroom/2020/06/12/advancing-our-work-on-racial-equity>
- 22 Accenture Circular Supply Chain (n.d.) (Łańcuch dostaw Accenture działający w obiegu zamkniętym): https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-95/Accenture-Circular-Supply-Chain.pdf#zoom=50

O Accenture

Accenture jest globalną firmą, świadczącą profesjonalne usługi w zakresie technologii cyfrowych, chmury obliczeniowej i bezpieczeństwa. Dzięki szerokiemu doświadczeniu i specjalistycznej wiedzy naszych ekspertów z ponad 40 branż oferujemy usługi w obszarach: Strategy & Consulting, Interactive, Technology i Operations przy wykorzystaniu największej na świecie sieci centrów zaawansowanych technologii i inteligentnych operacji. Zatrudniamy 514 000 pracowników wywiązujących się ze złożonej obietnicy w zakresie rozwoju technologii i ludzkiej pomysłowości, świadcząc usługi klientom w ponad 120 krajach. Accenture wykorzystuje innowacje do tworzenia wartości i wspólnego sukcesu dla klientów, partnerów i społeczności. Odwiedź naszą stronę www.accenture.com.

Copyright © 2021 Accenture.
All rights reserved.

Accenture and its logo are
trademarks of Accenture.

O Accenture Labs

Accenture Labs opracowuje i testuje nowe koncepcje, które mogą wywrzeć znaczący wpływ na biznes i społeczeństwo.

Nasz zaangażowany zespół technologów i badaczy współpracuje z ekspertami Accenture i partnerami zewnętrznymi, aby tworzyć nowatorskie rozwiązania i definiować kierunek rozwoju.

Centra Accenture Labs znajdują się w siedmiu kluczowych ośrodkach badawczych na całym świecie: San Francisco, CA; Sophia Antipolis, Francja; Washington, D.C.; Shenzhen, Chiny; Bangalore, Indie; Herzliya, Izrael i Dublin, Irlandia; a ich dopełnienie stanowi 25 Nano Labs. Accenture Labs współpracuje w szerokim zakresie z siecią prawie 400 centrów innowacji, studiów i centrów doskonałości Accenture zlokalizowanych w 92 miastach i 35 krajach na całym świecie, dostarczając klientom najnowocześniejsze badania, wiedzę i rozwiązania. Więcej informacji znajdziesz na stronie www.accenture.com/labs.

This document makes descriptive reference to trademarks that may be owned by others. The use of such trademarks herein is not an assertion of ownership of such trademarks by Accenture and is not intended to represent or imply the existence of an association between Accenture and the lawful owners of such trademarks.

O Accenture Research

Accenture Research kształtuje trendy i opracowuje publikacje dotyczące najbardziej istotnych problemów, z którymi borykają się międzynarodowe organizacje. Łącząc potencjał innowacyjnych technik badawczych z dogłębnym zrozumieniem branż, w których działają nasi klienci, zespół 300 naukowców i analityków pracuje w 20 krajach i co roku publikuje setki raportów, artykułów i opinii. Nasze badania oparte na własnych danych i tworzone przy współpracy z wiodącymi organizacjami, takimi jak MIT i Harvard, pozwalają nam przekształcać teorie i świeże pomysły w rzeczywiste rozwiązania dla naszych klientów. Więcej informacji znajdziesz na stronie: www.accenture.com/research.