

Hvorfor feiler digitalstrategier?

IGM, 18. september 2018

Tore Berntsen

Digitalleder.no

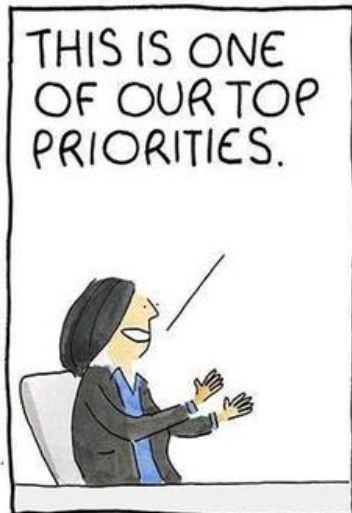
MarkedsPartner AS

Digitalstrategier er ikke compatible med tradisjonelle økonomiske, strategiske eller operasjonelle modeller

Innovatører og raske etterfølgere er
vinnerne innen digitalisering

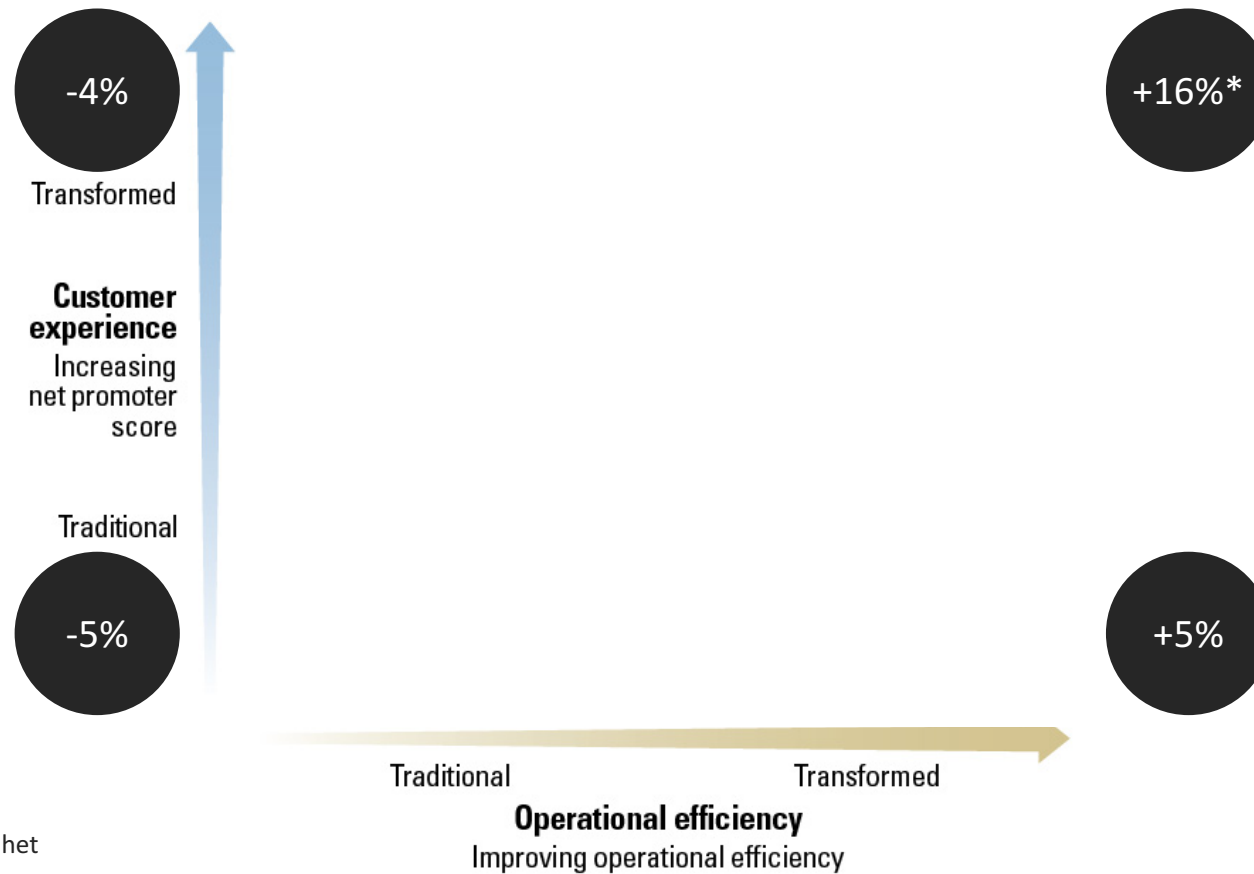
Er digitalisering like friksjonsfritt på jobb som privat?

Fallgruve 1: Ingen tydelige, strategiske (helhetlige) mål med digitalisering



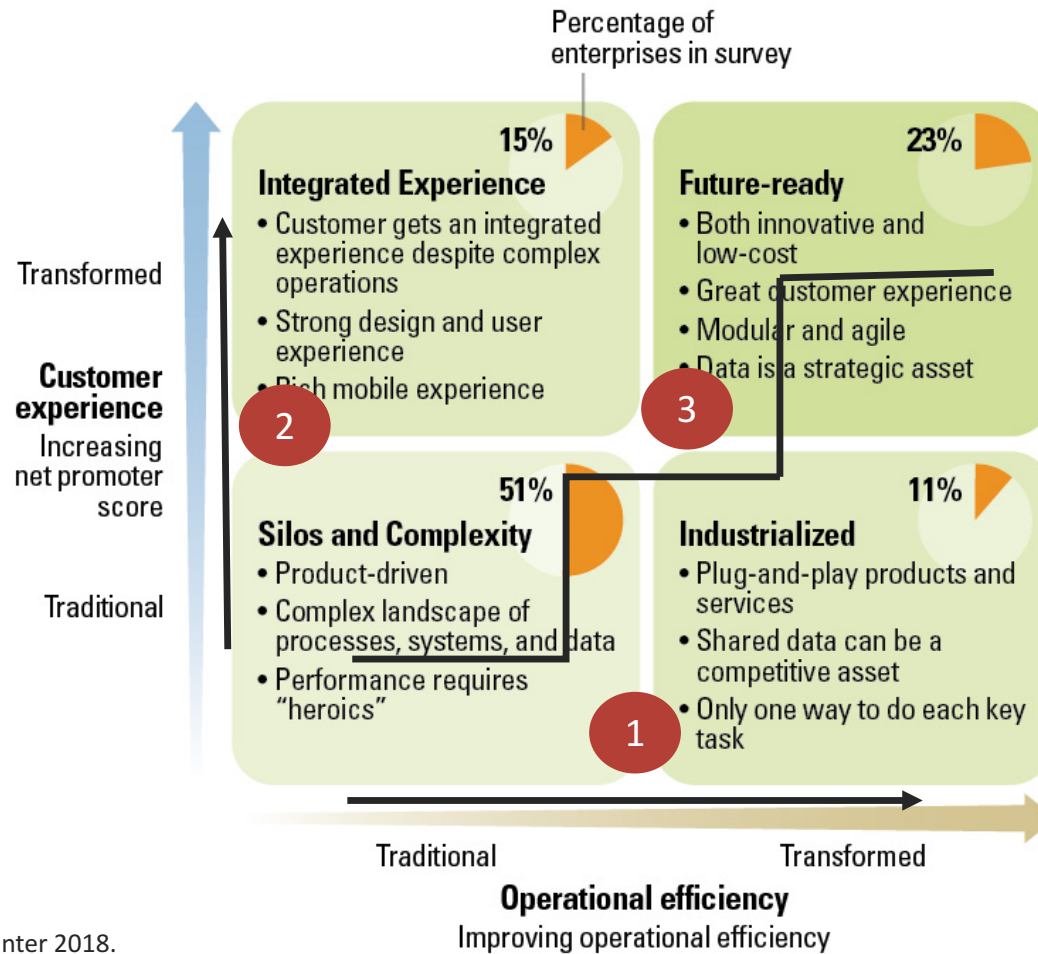
© marketoonist.com

DIGITALISERING SKAL BIDRA TIL Å ENDRE VÅRE PROSESSER LANGS TO DIMENSJONER



*)16 %-poeng bedre enn bransjens lønnsomhet
Kilde: Sloan Management Review, Winter 2018.

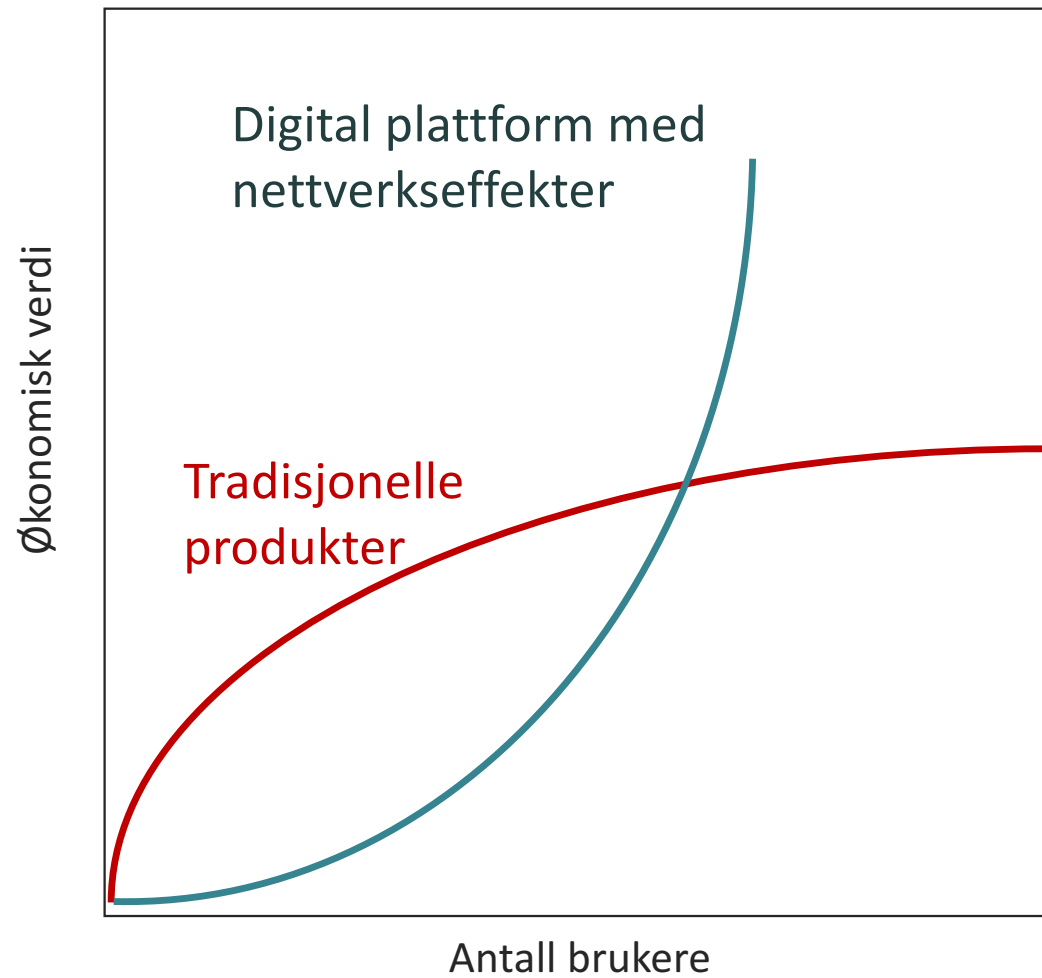
FIRE VEIER TIL DIGITAL TRANSFORMASJON



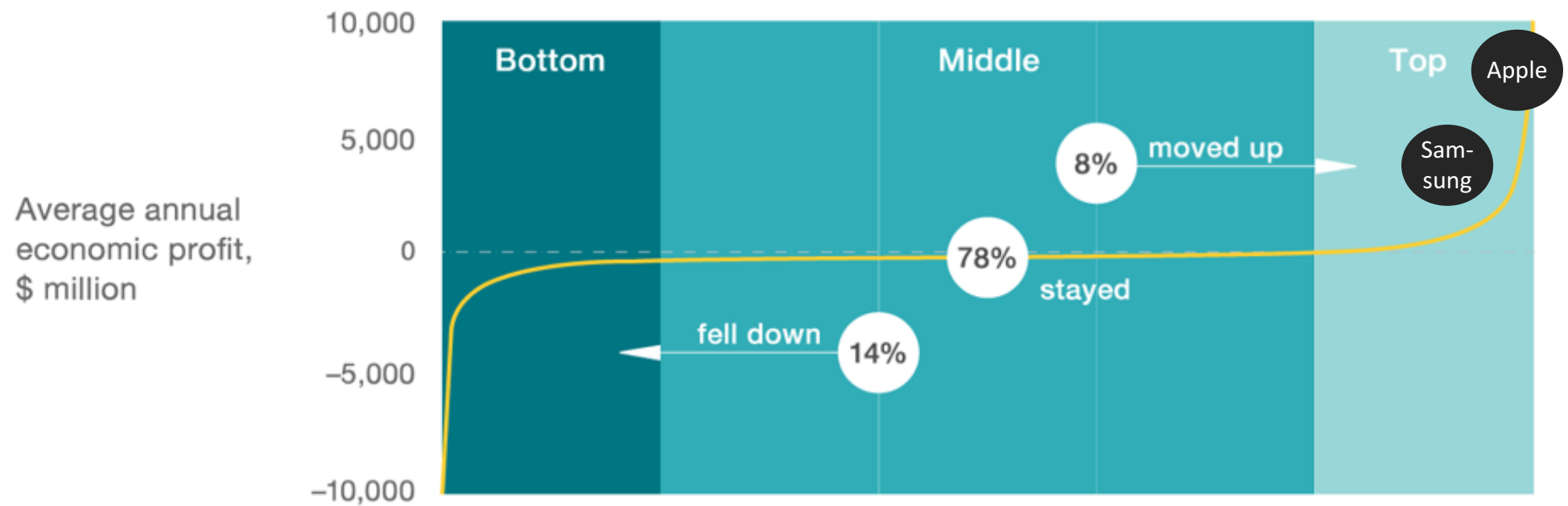
Kilde: Sloan Management Review, Winter 2018.

Fallgrube 2: Misforstår den digitale økonomien

KUNDENE PROFITERER MEST PÅ DIGITALISERING



THE WINNER TAKES IT ALL



Kilde: McKinsey Corporate Analytics Performance, N=2293.

DIGITAL ØKONOMI BELØNNER INNOVATØRENE OG RASKE FØLGERE

- Læringskurve
- Smidige prosesser
- Eksperimentering
- Software som gir sanntidsdatafangst om kundeatferd og preferanser

12% ROI*

Satser på nye
områder eller endrer
forretningsmodell

6% ROI

Satser på å
beskytte
kjerneområdene

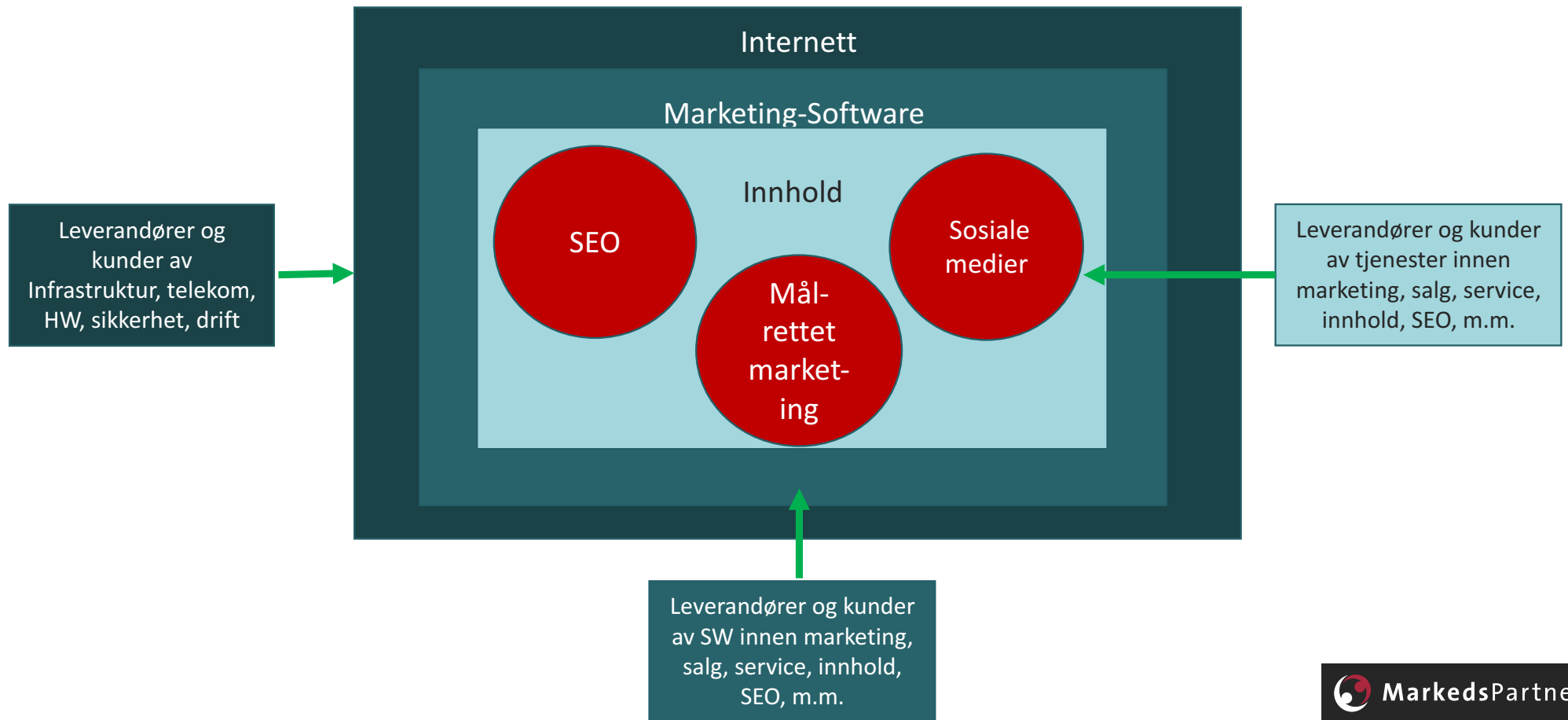
*) McKinsey: First movers og raske etterfølgere oppnår en årlig inntekstvekst på 12 % målt over tre år

Fallgrube 3: Overser økosystemer

DE FLESTE INDUSTRIER VIL BLI ØKOSYSTEMER FØR ELLER SENERE








Økosystemer	Estimert totalt salg i 2025, målt i milliarder kroner
B2B Services (Accounting, management of companies, Legal)	74 880
B2B marketplace (Machinery and equipment)	73 320
B2C marketplace (Corporate banking, logistics, clothing)	64 740
Health (Private and digital health)	46 800
Housing (mortgage)	39 000
Public services (Recreation and culture)	34 320
Travel and hospitality (Restaurants, hotels)	28 080
Digital content (Telecom services)	25 740
Global corporate services (Transport support activities)	22 620
Mobility (Auto and gasoline sales)	15 600
Wealth and protection (Mutual funds)	8 580
Education	4 680

EKSEMPEL PÅ ØKOSYSTEM INNEN DIGITAL MARKETING



DE MEST VERDIFULLE SELSKAPENE ER DIGITALE PLATTFORMER OG SENTRALE I ØKOSYSTEMER

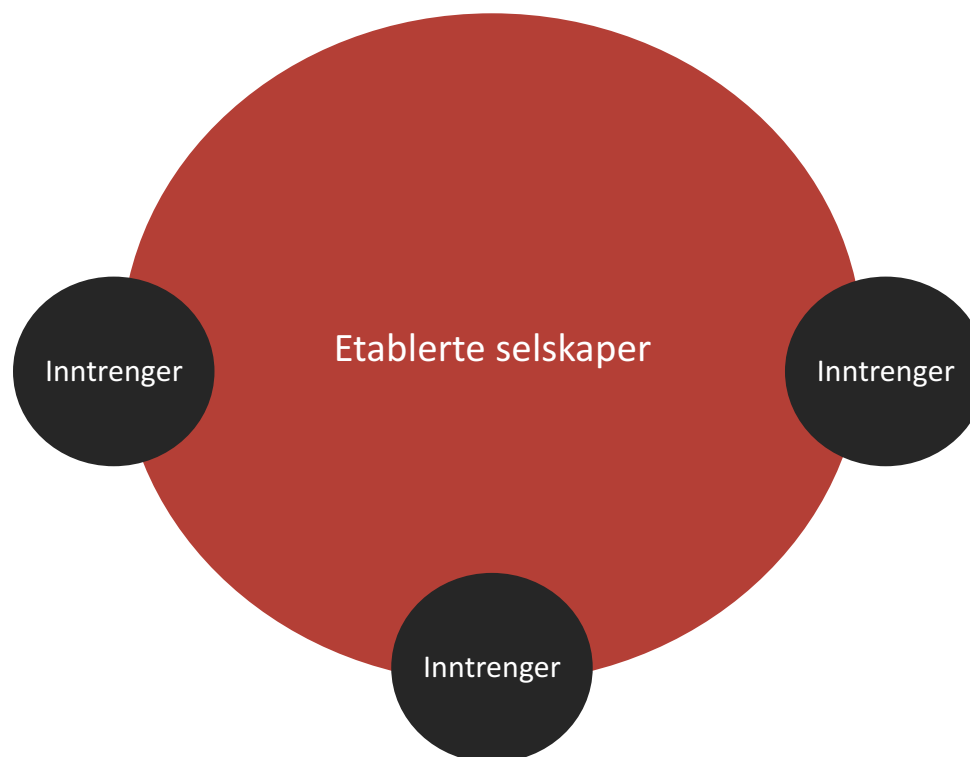
Forbes The World's Largest Public Companies Sep 2018

Rank	Company	Country	Sales	Profits	Assets	Market Value	
#8	 Apple	United States	\$247.5 B	\$53.3 B	\$367.5 B	\$926.9 B	\$1081 mrd
#53	 Amazon.com	United States	\$193.2 B	\$3.9 B	\$126.4 B	\$777.8 B	\$961 mrd
Alphabet #23	Alphabet	United States	\$117.9 B	\$16.6 B	\$206.9 B	\$766.4 B	
#20	 Microsoft	United States	\$103.3 B	\$14.2 B	\$245.5 B	\$750.6 B	
#77	 Facebook	United States	\$44.6 B	\$17.8 B	\$88.9 B	\$541.5 B	
#81	 Alibaba	China	\$37.9 B	\$9.6 B	\$114 B	\$499.4 B	
#4	 Berkshire Hathaway	United States	\$235.2 B	\$39.7 B	\$702.7 B	\$491.9 B	
#105	 Tencent Holdings	China	\$35.3 B	\$10.6 B	\$85.2 B	\$491.3 B	

Fallgruve 4: Overser etablerte aktørers digitaliseringsgrep

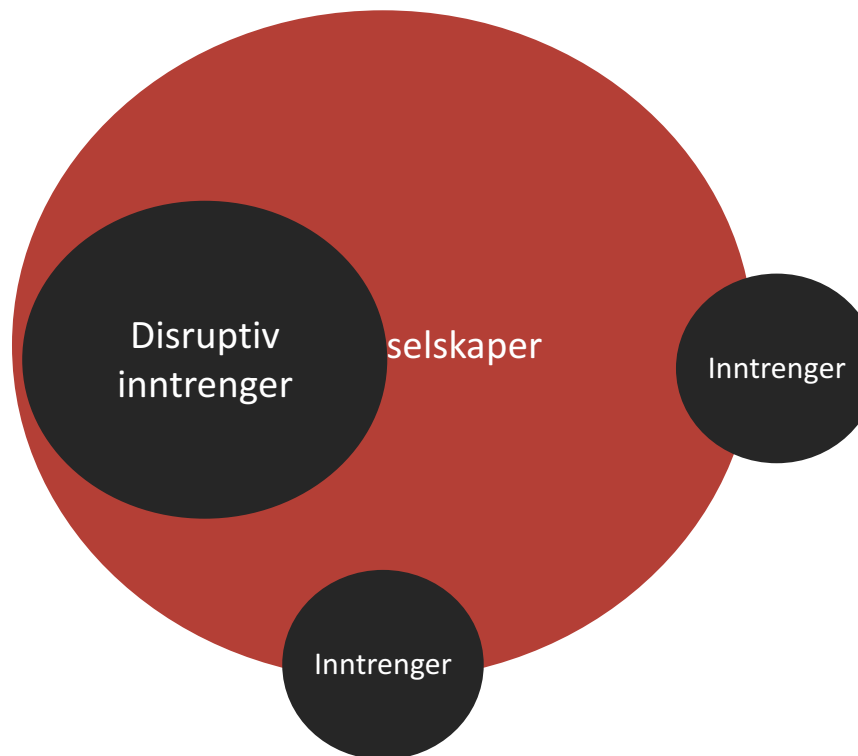
DE ETABLERTE SELSKAPENE HAR BETYDELIGE FORDELER

- Kjent merkevare
- Tillit
- Momentum
- Høyere markedsandel
- Høyere lønnsomhet
- Kan investere



FÅ INNTRENGERE BLIR DISRUPTIVE

- Disruptive selskaper har mål om å ta hovedmarkedet – ikke nisjer



Fallgruve 5: Klarer ikke å kombinere digital og analog





5 FALLGRUVER *EKSISTERENDE* SELSKAPER MÅ VÆRE KLAR OVER

1. Ingen tydelige, strategiske mål med digitalisering
2. Misforstår den digitale økonomien
3. Overser økosystemer
4. Overser de etablerte selskaperes digitaliseringsgrep
5. Kombinerer ikke analog og digital verden

“Companies rarely die from moving too fast, and they frequently die from moving too slowly.”

Reed Hastings, sept 18, 2011

Takk for meg!