

Software AG maakt digitale transformaties mogelijk

# ‘Samen op zoek naar beste digitale transformaties mogelijk’

**Organisaties die niet in de digitale transformatie meegaan, zullen de boot missen. Die waarschuwing klinkt geregeld in de IT-wereld. Vaak is echter onduidelijk wat die transformatie precies inhoudt. “Bedrijven moeten onder invloed van een exponentiële technologische ontwikkeling continu omgaan met veranderingen”, aldus Ricardo Passchier van Software AG.**

door: Edwin Feldmann

**A**ls business solutions leader bij Software AG krijgt Ricardo Passchier dagelijks te maken met de term digitale transformatie. “Vaak is onduidelijk wat ermee wordt bedoeld”, erkent hij omdat de definitie per bedrijf verschilt. Software AG begeleidt organisaties bij de veranderprocessen van de digitale transformatie en de digitalisering zelf. Die verandering manifesteert zich op diverse manieren, weet Passchier. “Bedrijven vernieuwen producten en diensten om zichzelf opnieuw uit te vinden en te profileren, ze experimenteren met verdienmodellen en zoeken manieren om de klantbeleving te verbeteren. Tegelijkertijd willen ze efficiënt opereren en risico’s beperken. Dat zijn de uitdagingen waar veel organisaties voor staan.”

‘Van data naar inzicht naar actie – dat is de digital transformation journey’

Een andere uitdaging is hoe organisaties kunnen omgaan met de data-explosie. Klanten kunnen kiezen uit steeds meer verkoop- en distributiekanaalen en verwachten dat je hen te allen tijde herkent, weet waar hun behoeften liggen

en wat ze hebben gekocht. “Juist daarom is het belangrijk dat je je data op orde hebt”, zegt Passchier. “Bedrijven kunnen dat integraal beeld van klanten maken door relevante data en systemen van binnen en buiten de bedrijfsgrenzen, inclusief de cloud en het Internet of Things, slim aan elkaar te knopen. Ook ken je dan de producten die ze afnemen, de processen waarmee je ze bedient, de kosten die dit genereert en de mogelijke risico’s.”

## Visie en aanpak

Passchier denkt verder dat technologie een belangrijke drijfveer van verandering is, maar dat de visie en aanpak die daarbij horen, misschien wel veel belangrijker zijn. “Technologie is en blijft ‘slechts’ een enabler”, zegt hij. “Eerst moet je er achter komen wat bedrijven willen bereiken en daarna wat ze daarvoor nodig hebben. Onze partners kunnen klanten daarin goed bijstaan.”

Het verandertraject hangt af van veel factoren waaronder de vraag welke doelen het bedrijf heeft en hoe ver het bedrijf al is met de digitalisering. “Als bedrijven hun data op orde hebben, kunnen ze nadenken over hoe die data ontsloten en benut moet worden. Daarna is pas het opportuun om inzichten te onttrekken uit de data, hier conclusies aan te verbinden en die te vertalen naar actie. Kortom: van data naar inzicht naar actie – dat is de digital transformation journey.”

## Partnerprogramma

Met haar partnerprogramma wil Software AG haar partners bewust maken van de mogelijkheden en voordelen van het Digital Business Platform, dat is ontwikkeld om mensen, processen, applicaties en dingen met elkaar te verbinden en in één context onder te brengen. Maar het bedrijf wil ook kennis en commerciële, functionele en technische ondersteuning leveren. “We brengen partners in stelling om hun propositie beter te verkopen en zich te onderscheiden in de markt.” «



Ricardo Passchier