

□□□□□□ In prezent, veniturile provenind din zona de digital se cifreaza, in medie, la 47% din totalul pietei media, iar pana in 2015, acestea vor depasi 57%, digitalul devenind astfel noua norma a industriei si sursa majoritara de venituri pentru companiile de media si divertisment, se arata intr-un studiu Ernst & Young.

Studiul identifica principalele caracteristici ale „liderilor digitali de succes” din industria de media si divertisment.

Companiile de succes sunt cele care folosesc noile tehnologii nu doar pentru a dezvolta noi produse si servicii, ci si pentru a construi organizatii mai agile, capabile sa simta din timp si sa raspunda mult mai rapid la modificarile ce survin in asteptarile consumatorilor, in oportunitatile din piata si pe zona de riscuri. Liderii digitali de succes sunt cei care definesc noile matrici ale agilitatii organizationale, pe masura ce are loc tranzitia catre digital a industriei de media si divertisment iar digitalul devine noua norma. "Mobilul, retelele sociale, tehnologiile cloud si big data analytics sunt cele care seteaza noile reguli ale jocului pentru firmele de media si divertisment", a spus Elena Badea, Director de Marketing si Comunicare, Ernst & Young Romania. "Toate aceste tehnologii pot fi de folos liderilor digitali din industria de media si divertisment, care au facut deja pasi mari adoptand devreme digitalul, ca sa-si extinda avantajele, iar pentru cei care au ramas in urma reprezinta o buna oportunitate ca sa se poata adapta mai rapid si sa recupereze din intarzieri", a adaugat Badea.

Potrivit raportului, o alta diferenta majora intre liderii digitali de succes si ceilalti participanti la studiu consta intr-o mai mare importanta acordata de primii folosirii tehnologiilor mobile, a retelelor sociale, a tehnologiilor cloud si big data analytics in cadrul colaborarilor interne.

De exemplu, peste 60% dintre liderii digitali de succes considera ca retelele sociale joaca un rol foarte important in comunicarea interna dintre angajati: 67% din lideri o considera "foarte" sau "extrem" de importanta, comparativ cu 42% in cazul celorlalti. Studiul evidentiaza importanta colaborarii rapide si facile avand la baza retelele sociale, care este si una din principalele caracteristici ale unei organizatii agile, in cazul careia fluxul de informatii este la indemana tuturor. Studiul subliniaza faptul ca liderii digitali care au implementat programe avansate de social listening (monitorizarea retelelor sociale), de analiza aprofundata si o infrastruktura bazata pe cloud au o capacitate sporita sa dezvolte produse noi si sa identifice resurse noi. Totodata, companiile lor isi dezvolta abilitatea de a invata rapid din greseli si de a le repara in

cel mai scurt timp. Aceasta agilitate organizationala este necesara pentru a raspunde cerintelor consumatorului al carui comportament digital este in evolutie rapida. Studiul mai evidentiaza si alte aspecte, dupa cum urmeaza.

Aliantele tehnologice.

Liderii digitali de succes subliniaza importanta incheierii unor aliante care sa ii ajute sa avanseze mai repede decat ar face-o singuri. Astfel, 51% dintre ei (comparativ cu 30% din randul celorlalti) plaseaza pe primele locuri din topul prioritatilor lor strategice pentru transformarea digitala incheierea de aliante tehnologice sau cu alti parteneri din zona de media si divertisment.

Implementarea de tehnologii de a doua generatie.

Liderii digitali de succes s-au declarat de doua ori mai deschisi decat ceilalti sa incorporeze lectiile invatate din implementarea primelor tehnologii pentru a atinge o functionalitate mai avansata. De exemplu, 49% dintre liderii digitali folosesc deja tehnologii mobile de a doua generatie pentru a dezvolta produse sau servicii, fata de doar 16% din randul celorlalti.

Mobilitatea Smart (inteligenta).

32% dintre liderii digitali de succes folosesc deja tehnologii mobile de a doua generatie sau chiar mai recente pentru a le facilita angajatilor lor o comunicare mai eficienta, fata de doar 13% din randul celorlalti.

Cloud.

Liderii digitali de succes subliniaza importanta tehnologiilor de cloud computing pentru cresterea flexibilitatii interne si in relatia cu clientii. De exemplu, 74% dintre liderii digitali afirma ca este important sa ai acces la instrumentele de business in cloud, fata de 49% din randul celorlalti respondenti. Mai mult, 43% dintre liderii digitali de succes folosesc deja solutii cloud de a doua generatie pentru a creste viteza de dezvoltare de produse sau servicii noi, fata de doar 12% din

randul celorlalti.

Analizele de baze de date mari (big data analytics).

Liderii digitali de succes sunt de trei ori mai deschisi decat ceilalti respondenti sa foloseasca tehnicile de analiza de baze mari de date de a doua generatie pentru a-si imbunatati relatiile cu clientii (26% vs. 9%). Dintre toti respondentii, 66% se bazeaza pe resurse interne pentru a obtine informatii despre clientii lor, in timp ce 41% afirma ca nu pot obtine informatii viabile despre clienti din datele pe care le au – sugerand ca nu dispun de instrumentele de analiza potrivite sau nu detin in intern abilitatile necesare, preferand sa apeleze in acest sens la parteneriate sau resurse externe.

Indexul de agilitate

Studiul se incheie cu un index de agilitate care listeaza agilitatea organizationala a diverselor segmente din industria de media si divertisment, precum si a segmentelor tehnologice si digitale suport. Scorul mediu al tuturor respondentilor este raportat la 100. Un scor de 110 puncte denota o performanta cu 10% peste medie, iar un scor de 90 de puncte una cu 10% sub medie.

** sursa :dailybusiness.ro