

RAPPORTAGE RETAILTRENDS:

# 7 geheimen voor succesvolle hyperautomation





# Hyperautomation: de nieuwste transformatietrend die iedere retailer voor moet blijven

Wij vroegen enkele van onze grootste retailklanten hoe zij de hyperautomation-strategie hebben omgezet in tastbare bedrijfsresultaten. Lees verder om de 7 geheimen voor succes te ontdekken in dit nieuwe handelstijdperk.

## Zakendoen op topsnelheid

Het is geen geheim dat de pandemie bedrijven, en met name retailers, op ongekende snelheid en schaal heeft gedwongen tot innovatie en transformatie. **McKinsey & Company** melden dat de gemiddelde onderneming haar digitalisering in 2020 met maar liefst zeven jaar heeft versneld. Tegelijkertijd laat de data uit ons **recente EMEA-tendrapport**—afkomstig van bijna 3.000 bedrijven—een toename van 99% zien in de vraag naar e-commerce-integratie.

Deze versnelde bedrijfstransformatie is niet slechts tijdelijk. De afgelopen 2 jaar hebben de lat hoger gelegd met betrekking tot onze verwachtingen ten aanzien van de snelheid van verandering en de bedrijven die succesvol zullen zijn, gebruiken deze nieuwe lat als springplank om nog sneller te transformeren.

Om deze innovatie op topsnelheid te faciliteren is er een nieuwe trend ontstaan binnen de ondernemingswereld: “hyperautomation”. Volgens Gartner vereist hyperautomation dat:

*“...alles wat binnen een organisatie geautomatiseerd kan worden, geautomatiseerd moet worden. Veel organisaties worden ondersteund door een ‘lappendeken’ van technologieën die niet strak, geoptimaliseerd, verbonden, eenduidig of expliciet zijn. Organisaties die zich niet richten op efficiëntie, doeltreffendheid en bedrijfsflexibiliteit zullen achterblijven.”*

## Weg met handmatige processen


Bedrijven die nog steeds vertrouwen op handmatige processen en geen geïntegreerd, 360-graden beeld van hun klant hebben, kunnen niet langer competitief en concurrerend blijven. Dit geldt voor bedrijven van elke omvang, in elke regio en in elk sector—inclusief de grote jongens in B2C en D2C.

**Volgens Deloitte**, zijn barrières zoals de noodzaak om te investeren en om infrastructuur te bezitten voor kleine bedrijven weggenomen dankzij de uitvinding van PAYG-diensten of goedkope infrastructuurvoorzieningen. Zo kan een retailer bijvoorbeeld kiezen voor een Etsy-webwinkel in plaats van een fysiek winkelpand, om sneller op de markt te komen en het op te nemen tegen de gevestigde spelers. Deloitte's rapport concludeert dat de grootste 25 retailers nu 2%—een waarde van \$64 miljard—minder van de markt in handen hebben dan in 2009.

Het doel van hyperautomation stellen is het gemakkelijke deel. Om daadwerkelijk hyperautomation te bereiken, moet je de tientallen, soms honderden verschillende softwareprogramma's, platforms en technologieën die je gebruikt om je producten, oplossingen en diensten aan klanten te leveren, integreren.

Hyperautomation vereist dat elke facet van je bedrijf met elkaar verbonden is, zodat nieuwe oplossingen, diensten en producten snel ontwikkeld en ingezet kunnen worden met weinig tot geen noodzaak voor code, waardoor de juiste informatie op de juiste plaats op het juiste moment en voor de juiste persoon beschikbaar is. Wellicht moet je zelfs zelf op maat gemaakte bedrijfsapps ontwikkelen om bedrijfskritische leemtes op te vullen—om deze vervolgens te integreren met je bedrijf, partner en leveranciersnetwerken—mogelijk zelfs met de bedrijven van je klanten.

Integratietechnologie is daarom de enige basis waarop het gehyperautomated bedrijf gebouwd kan worden. Zonder de juiste integratie is deze taak zo goed als onmogelijk. Daarom spraken we met enkele van onze grootste en meest succesvolle retailklanten over hoe zij in de praktijk de overstap naar hyperautomation hebben gemaakt. Hier volgen zeven geheimen van hun succes...



**Om daadwerkelijk hyperautomation te bereiken, moet je de tientallen, soms honderden verschillende softwareprogramma's, platforms en technologieën die je gebruikt om je producten, oplossingen en diensten aan klanten te leveren, integreren.**

# 01

## Evalueer je digitale volwassenheid

Voor elk bedrijf dat serieus werk wil maken van hyperautomation begint het proces met een aantal lastige vragen over de status van de digitale credentials van je bedrijf. Zo moet je jezelf afvragen:

In welke mate kan mijn organisatie waarde creëren met behulp van IT-middelen en technologische kennis? Wat is de kloof tussen mijn huidige IT-omgeving en de best practises in de markt? Hoe goed zijn we voorbereid om te profiteren van het volgende grote socialmediaplatform en zijn mogelijkheden voor social commerce?

De antwoorden op deze vragen zullen voor elk retailbedrijf uniek zijn en hangen af van factoren zoals wat je huidige systemen zijn, waar de focus van de IT-investering ligt en of je bijvoorbeeld lokale software of meerdere cloud-based oplossingen—of een combinatie van beide—gebruikt.

Of je bedrijf zich nu continu verbetert of zich middenin een groter transformatieproces bevindt, een duidelijk beeld van het niveau waarop je je momenteel bevindt is van essentieel belang bij het uitstippelen van je transformatieroute.

# 02

## Identificeer de obstakels voordat je ze tegenkomt

Het is van cruciaal belang om je huidige niveau van digitale volwassenheid in kaart te brengen, omdat de uitdagingen die je tegen kunt komen hier rechtstreeks mee samenhangen. De meest voorkomende obstakels bij het omarmen van hyperautomation zijn:

- **een IT-strategie die niet overeenkomt met je bedrijfsstrategie.** Initiatieven voor digitale transformaties komen voort uit een bedrijfsbehoefte en worden verheven door de bijbehorende IT-strategie. Een gebrek aan specificiteit kan het bepalen van een richting moeilijk maken;
- **te veel keuze.** De mogelijkheden binnen de IT groeien voortdurend en het kan lastig zijn voor organisaties om bij te blijven, zeker als er sprake is van een risicomijdende cultuur of een onvermogen om snel te experimenteren met 'best-of-breed' oplossingen;
- **het gebrek aan talent/vaardigheden om veranderingen door te voeren.** Hoe exotischer de gekozen oplossing, hoe schaarser de middelen. Programmeertalen en de afhankelijkheid van high-code oplossingen zijn belangrijke factoren om rekening mee te houden. Mitigeer waar mogelijk door te kiezen voor low-code of no-code oplossingen.

Door je digitale volwassenheid te bepalen, kun je het beste pad uitstippelen en mogelijke struikelblokken vermijden. Als je deze informatie van meet af aan hebt, kun je een aanpak kiezen die bij je strategie past en helpt bij het bereiken van hyperautomation.

# 03

## Identificeer je value cases

Herinner je je het Agile Manifest?

***“Onze hoogste prioriteit is de klant tevreden te stellen door vroegtijdige en continue oplevering van waardevolle software. En bij Value Driven-Development proberen we zo snel mogelijk een maximum aan values op te leveren”.***

Agile is het referentiepunt geworden in de wereld van de softwareontwikkeling. Het definiëren van programma's en veranderingen op basis van value cases helpt organisaties niet alleen om te werken op basis van bedrijfsprioriteiten, maar ook op basis van de beste risico/opbrengstverhouding. Daag jezelf uit door een agile-aanpak te gebruiken evenals een IT-fundament dat je flexibiliteit en schaalbaarheid maximaliseert. Zo kun je je value cases versnellen.

# 04

## Zet snelheid voorop

**Gartner** voorspelt dat tegen 2023 40% van de grote ondernemingen over zullen stappen naar een 'enterprise business capability' strategie, weg van monolithische vendorstrategieën, richting een flexibele mix van best-of-breed oplossingen. Nergens is deze verschuiving duidelijker zichtbaar dan in de retail.

Gartner noemt dit de 'Postmoderne ERP-era'. Het vat een verschuiving samen naar een nieuwe manier om een gepersonaliseerde ERP te ontwikkelen voor een bedrijf dat verschillende puntsystemen gebruikt om een volledig unieke ERP-setup te bouwen. Deze nieuwe "postmoderne" architectuur verhoogt de flexibiliteit door het mogelijk te maken om zowel de gewenste best-in-class oplossingen per bedrijfsfunctie te kiezen als de kosteneffectiviteit te verbeteren.

De integratie van deze flexibele mix van systemen is potentieel complexer. Maar de implementatie van een losjes gekoppelde, domein gedreven architectuur zorgt voor een snelle ontwikkeling en implementatie, gemakkelijke connectiviteit, en cruciaal: gemakkelijk uitwisselbare systemen.

# 05

## Volg de trend voor een API-first infrastructuur

API's zijn de manier waarop een applicatie of programma zijn functionaliteiten blootstelt aan andere applicaties. Nu de organisatie van bedrijven verschuift van "waardeketsen" naar "platforms en marktplaatsen", is het de norm geworden om te kiezen voor een API-first design.

Het bouwen van een infrastructuur die gemeenschappelijk architecturale componenten van veilige, op ontwikkelaars gerichte API's centraliseert, kan het proces van het implementeren van API's die echte waarde toevoegen aan je bedrijf aanzienlijk vereenvoudigen. De keuze waar je voor staat is of je een dergelijk infrastructuur interne bouwt of gebruik maakt van een kant-en-klare oplossingen voor API-management.



# 06

## Denk verder dan API's, denk klein

Veel bedrijven zijn al overgestapt op en bezig met het implementeren van een microservices-architectuur om zichzelf strakker, sneller en beter te maken. In plaats van een applicatie te schrijven als monolithische codeblokken, rijgen ontwikkelaars kleine, onafhankelijk, herbruikbare stukjes - een microservice - aan elkaar die alle code bevatten die nodig zijn voor een bepaalde dienst. Dit kan bijvoorbeeld het bijwerken van het adres van een klant of het verwijderen van klantgegevens zijn.

Microservices zijn kleiner, op zichzelf staand en direct klaar voor gebruik, en kunnen voor een breed scala aan applicaties worden ingezet en in de hele organisatie worden gebruikt voor maximale flexibiliteit.

# 07

## De klantervaring is het enige echte concurrentievoordeel

De klant blijft koning in 2023 en daarna. Hoewel integratieoplossingen en technologie de facilitator zijn voor gepersonaliseerde ervaringen, de ruggengraat voor multi-channel ervaringen en de motor voor succesvolle dataflows, vereist een geweldige klantervaring een klantgerichte mentaliteit die gepaard gaat met deze continue innovatie.

De enige manier om uw klant te leren kennen is via geïntegreerde gegevens uit je gehele bedrijf. Als je je wilt focussen op het leveren van de best mogelijke klantervaring, moet je ervoor zorgen dat er binnen je bedrijf geen geïsoleerde gegevens zijn. Integratieplatforms gaan niet alleen over de integratie van technologie - ze moeten je ook een volledig geïntegreerd beeld van de klant geven.

## Vooruit kijken

Hyperautomation is niet alleen cruciaal voor het overleven van bedrijven tijdens de seismische verandering van een pandemie, maar het is ondertussen ook een bedrijfskritische noodzaak voor de lange termijn, onafhankelijk van wat de wereld ons voor de voeten werpt. Neem bijvoorbeeld de manier waarop de vraag van klanten is veranderd door social media. Vijf jaar geleden hield een retailer rekening met pieken in de vraag naar producten rond agendagebeurtenissen zoals Black Friday. Tegenwoordig kan een influencer elke dag van de week een artikel op Instagram taggen, wat kan leiden tot een golf van onverwachte bestellingen. De vraag is grilliger en minder voorspelbaar dan ooit tevoren, waardoor bedrijven die de afstemming van hun cross-channel bestellingen en verzendingen handmatig beheren meteen een achterstand oplopen en hun technische tekortkomingen – in dit geval handmatige processen – plotseling bloot kunnen komen te liggen, met mogelijk bedrijfskritische risico's tot gevolg. Aan de andere kant kunnen bedrijven met volledig geautomatiseerde systemen en processen hun activiteiten opschalen om naadloos aan te sluiten op de vraag van de klant.

Snelheid en effectiviteit met betrekking tot het product, de service en de klantervaring zullen de komende jaren nog belangrijker worden. Alleen al het aantal platforms, softwareoplossingen en technologieën in het moderne bedrijfsleven en de snelheid van de inzet die nodig is om concurrerend te blijven, betekenen dat hyperautomation de enige aanpak is voor elk bedrijf dat zijn voorsprong wil behouden.

### Hyperautomation via partnerschap

Het pad naar hyperautomation hoeft niet eenzaam te zijn. Door het kiezen van ervaren partners kan je je bestemming sneller en efficiënter bereiken dan wanneer je je koers alleen uitzet. Als je wilt bespreken hoe Jitterbit je retailbedrijf kan helpen en als je meer wilt weten over hoe we soortgelijke bedrijven hebben helpen transformeren door middel van integratie, neem dan contact op.

## Over de auteur

Steve Sichtman is VP Multi-Channel Development (EMEA) en werkt sinds 2019 bij Jitterbit. Hij begon zijn carrière bij een van de belangrijkste Nederlandse Consulting & Corporate Finance bureaus, waar hij uiteindelijk de Change Management praktijk leidde als Managing Partner. Steve is ook auteur van meerdere publicaties, waaronder de Dutch National Research on Change Management en het boek "The Blue Chip Manager." Steve is betrokken bij meerdere commissariaten en adviesrollen in het hoger onderwijs en non-profitorganisaties, en is adviseur van verschillende Nederlandse startups.

Neem contact op met Steve en het EMEA-team door contact op te nemen met [steve.sichtman@jitterbit.com](mailto:steve.sichtman@jitterbit.com).



**Steve Sichtman**

VP Multi-Channel Development, Jitterbit



[jitterbit.com](https://jitterbit.com) • +1.877.852.3500

Connect with us:      

© Jitterbit, Inc. All rights reserved. Jitterbit and the Jitterbit logo are trademarks of Jitterbit, Inc. All other registration marks are the property of their respective owners.