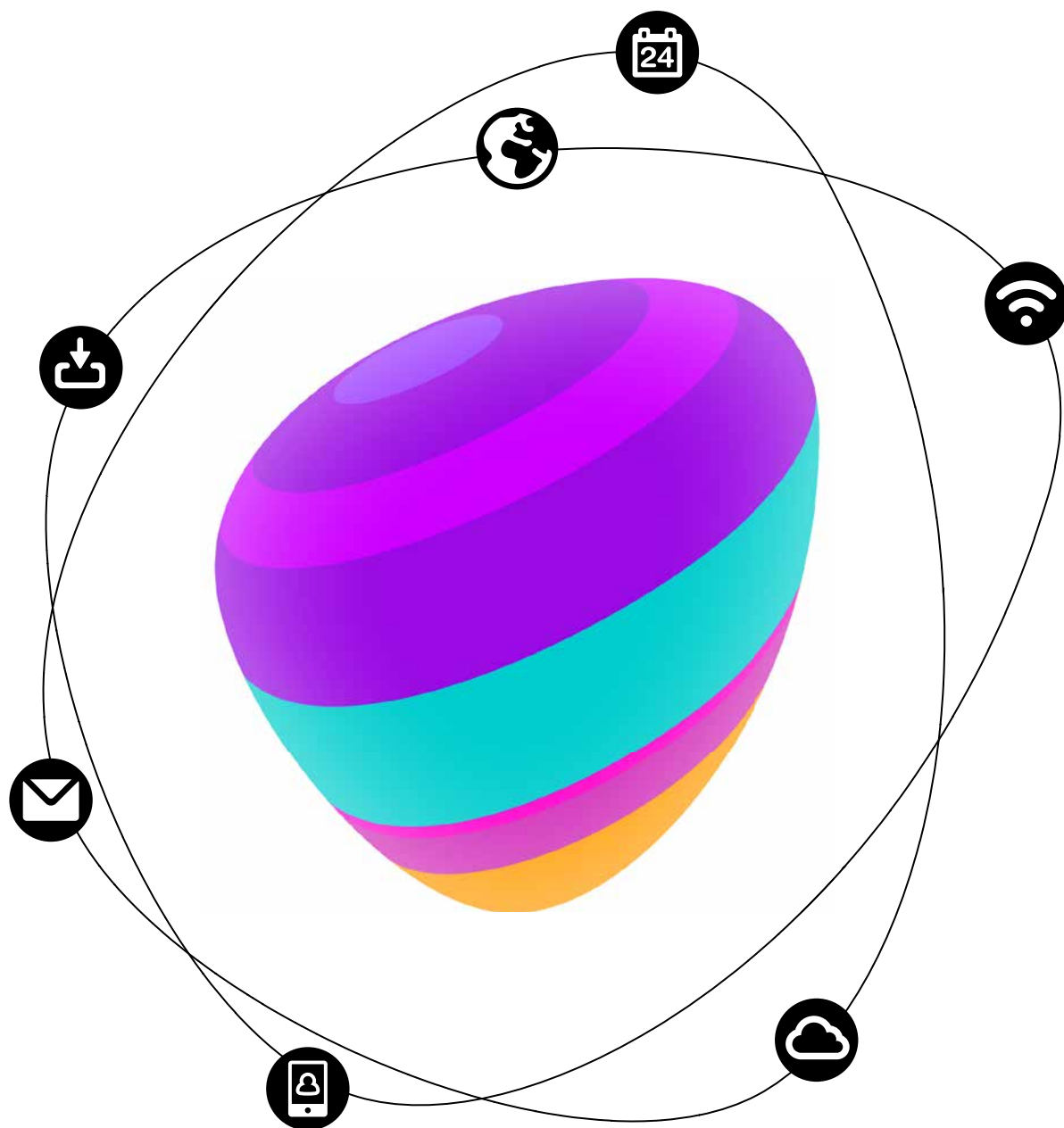


DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN

– grunden för framtidens företagande
och förvaltning



ETT NYTT SÄTT ATT SE PÅ ARBETSPLATSEN

Digitaliseringen innebär nya förutsättningar för svenska företag och organisationer. Gränserna mellan det fysiska kontoret och virtuella arbetsmiljöer suddas ut. Medarbetare, kunder och partners samarbetar i värdeskapande nätverk som i allt högre grad digitaliseras. Ledande verksamheter, som Coor Service Management och Aftonbladet, gör därför strategiska investeringar i verktyg för den digitala arbetsplatsen. På så vis skapar de förutsättningar för att ställa om till en ny digital verksamhetsmodell, med effektivare, mer flexibla arbetssätt. Det bidrar till nöjdare och mer produktiva medarbetare – och i förlängningen nöjdare och mer lönsamma kunder.

NYA FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR FÖRETAGANDE OCH FÖRVALTNING

Digitaliseringen innebär omvälvande förändringar för alla verksamheter, oavsett bransch och storlek. Konkurrenslandskap ritas om när befintliga affärsmodeller möter disruption och traditionella värdekedjor luckras upp. Dessa omvandlas istället till värdeskapande nätverk där verksamheter utvecklar erbjudanden tillsammans med kunder och partners. Resultatet är en ny digital affärslogik som innebär betydande möjligheter för svenska företag och organisationer men som också ställer krav på förändrade verksamhetsmodeller för att kunna arbeta på nya sätt.

ARBETSPLATSEN – ETT BEGREPP I FÖRÄNDRING

Arbetsplatsen som länge varit synonymt med specifika fysiska platser är i stark förändring och drivs av nya beteenden hos både kunder och anställda, i samspel med utvecklingen av nya ICT-tjänster.

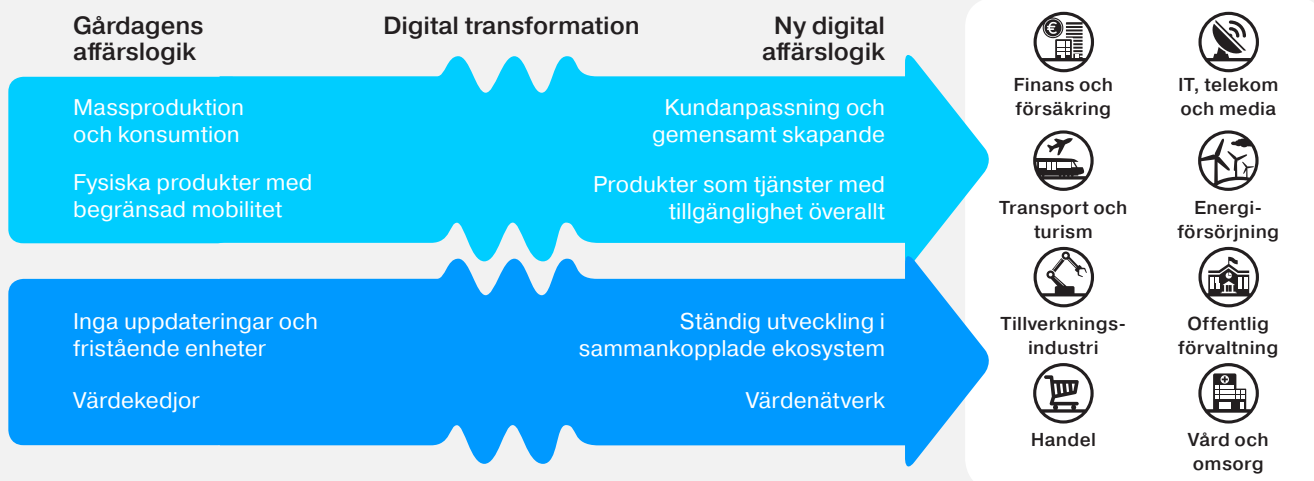
Digitaliseringen av människors privatliv har bidragit till att konsumenter nu efterfrågar individualiserade användarupplevelser i alla kanaler, på sina egna villkor. Dessa krav och beteenden är något man i allt högre utsträckning tar med sig till arbetsplatsen. Det är därför inte särskilt

överraskande att en ny generation anställda på arbetsmarknaden värdesätter självständighet, kreativitet och flexibilitet allt högre. Till exempel anser åtta av tio anställda under 30 att möjligheten till flexibelt arbete är avgörande för valet av arbetsgivare.

En annan viktig trend är omställningen till frilans- och distansarbete, som accelererar både i Sverige och internationellt. Cirka hälften av den amerikanska arbetskraften bedöms vara frilansande 2020 och distansarbete förutspås vara normen i Storbritannien 2022. Och redan under 2013 hade mer än vartannat svenskt företag anställda som arbetade hemifrån.

Förändringen av arbetsplatsen påskyndas också teknikutveckling med nya ICT-tjänster; exempelvis tillgången till ständig mobil uppkoppling, nya smarta enheter, molntjänster, ID-hantering och virtuella företagsnät. Detta är en utmaning för IT-avdelningar som ska möjliggöra en digital arbetsplats där verksamhetens data är säkrad. Samtidigt förväntas de effektivisera förvaltningen av befintliga IT-system, något som ofta är förknippade med tuffa kostnadskrav.

NY DIGITAL AFFÄRSLOGIK



DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN MÖJLIGGÖR VÄRDESKAPANDE NÄTVERK

Att anpassa verksamheten till en digital affärslogik innebär att man skapar processer och förutsättningar för ständig förändring. Det gäller även arbetsplatsen. Detta innebär att de tekniska och mänskliga gränssnitten mot omvärlden måste anpassas. Det måste bli enklare och snabbare att få igång nya medarbetare, oavsett om de är fast anställda, frilansare eller konsulter. Det måste också gå snabbare att sjösätta nya samarbeten med partners och kunder.

Bland småföretag och digitala start-up bolag blir det allt vanligare att bygga verksamheten på "zero-IT" och "zero-real estate"-modeller. Man köper IT och kontorsutrymme som tjänster som enkelt kan skalas upp och ned för att möta snabbföränderliga behov. Det innebär att småföretag i ökad utsträckning använder enkla kostnadseffektiva digitala verktyg, så som Google:s tjänster.

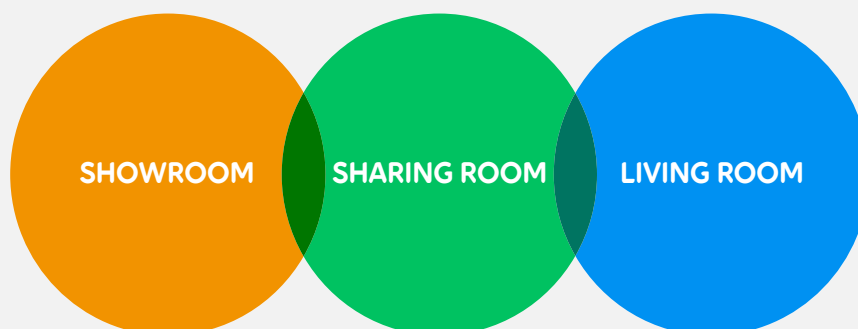
På samma sätt som Airbnb revolutionerat privatuthyrningsmarknaden för bostäder handlas nu kontorsplatser efter behov genom digitala plattformar, som exempelvis Workaroundtown i Sverige, eller ShareDesk i USA.

För större företag blir det allt viktigare att kunna erbjuda attraktiva miljöer för kunder, medarbetare, frilansare, leverantörer och partners att interagera

och samarbeta i. En tydlig trend i utformningen av fysiska arbetsmiljöer är aktivitetsbaserade arbetsplatser, dvs att arbetsuppgifterna styr var man arbetar. Kreativa brainstorming-möten, fokusering i tysthet, telefonsamtal eller arbetsmöten i projektgruppen är exempel på aktiviteter som kräver vitt skilda miljöer. Innovativa företag och start-up bolag – som Facebook, IDEO och Airbnb – visar vägen och inspirerar. De ställer även om sina arbetssätt och kultur från arbete i hierarkier till ett nätverkande arbetssätt. De är exempel på hur nya talanger kan attraheras med hjälp av inspirerande arbetsplatser och digitala tjänster som möjliggör kreativitet, självständighet och flexibilitet.

Framtidens arbetsplats behöver vara många olika saker på en gång, och fylla många olika behov. Den behöver ett "**showroom**", för interaktion med kunder och utveckling av de lösningar som möter deras behov. Den behöver ett "**sharing room**" där företaget och dess partners kan samlas för att dela kunskap och lösa affärsproblem. Och den behöver ett "**living room**" för de anställda som stimulerar kreativitet, medarbetarnöjdhet och laganda. Dessa "rum" måste finnas tillgängligt både virtuellt och fysiskt, med en designad kund- och användarupplevelse - oavsett om mötet sker på plats eller virtuellt på distans.

FRAMTIDENS DIGITALA ARBETSPLATS



FRÅN RETURN ON INVESTMENT TILL RETURN ON EXPERIENCE

Omställningen till den digitala arbetsplatsen skapar både direkt och indirekt nytta. Produktivitetsvinster kan realiserars när anställda i större utsträckning utför arbetsuppgifter varsomhelst, närsomhelst och från alla enheter. Åtta av tio företag som inför lösningar för mobilitet får en ökning av produktivitet på över tio procent – och hälften av dem förväntar sig en ökning på över 20 procent.

Medarbetarnöjdheten ökar också när fler kan arbeta mer flexibelt, vilket kan bidra till minskad personalomsättning och sjukfrånvaro. Bättre förutsättningar för arbete på distans kan även ge kostnads-/kompetens fördelar när arbetsuppgifter enklare kan omfördelas till fysiska eller virtuella platser där lägre kostnader eller bättre kompetens

finns. Dessa nyttor kan ingå i affärskalkylen när nya ICT-verktyg ska införas i verksamheten ("return on investment").

För att fånga hela värdet behöver även den totala upplevelsen av den digitala arbetsplatsen beaktas ("return on experience"). Exempelvis att både kunder och medarbetare får en enhetlig och positiv upplevelse av företaget, oavsett om mötet är fysiskt eller virtuellt. Den ökade graden av mobilitet ger även större flexibilitet när det gäller att möta kund- och leverantörsbehov. Men även när det gäller möjligheten att snabbt skapa nya digitala kontaktytor för utbyte av information – vilket kan öka den kreativa kraften i verksamheten.

“För att fånga hela värdet behöver även den totala upplevelsen av den digitala arbetsplatsen beaktas – “return on experience””

DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN UR OLIKA PERSPEKTIV

Kunder och partners

Förbättrad kundupplevelse

Ökad flexibilitet och agilitet

Nya innovativa tjänster

Medarbetare

Förbättrad medarbetarupplevelse

Attraktiv arbetsplats för nya talanger

Ökad medarbetarnöjdhet

Ägare

Ökad produktivitet och kostnadseffektivitet

Snabbare till marknaden

Förbättrad innovationskraft

MOBILITET ACCELERERAR OMSTÄLLNINGEN TILL DEN DIGITALA ARBETSPLATSEN

De ICT-tjänster som är viktigast för att accelerera omställningen till digitala arbetsplatser, är de som bidrar till ökad mobilitet i verksamheten. Detta eftersom de rör allt från strukturer och system till processer, arbetssätt och arbetsmiljö. De möjliggör på sikt även utvecklingen av nya erbjudanden – och därmed nya sätt att skapa värde för kunderna.

Exempel på lösningar för mobilitet som accelererar omställningen till den digitala arbetsplatsen är tjänster för att hantera verksamhetens digitala enheter, säkerhetstjänster och molntjänster för säker lagring. Men för att dra full nytta av mobilitetstjänster i företaget behövs även verksamhetsspecifika verktyg och applikationer. Exempel på sådana är: Molnlösningar som låter en VVS-firma upprätta fakturor på plats hos kund. Eller lösningar för säker åtkomst av patientdata på distans för sjukvårdspersonal på ett universitetssjukhus. Eller virtuella arbetsrum som hjälper ett konsultföretag att dela kunskap.

I ett första steg kan verksamheter använda lösningar för mobilitet för att digitalt förstärka sin befintliga verksamhetsmodell. Med mobil åtkomst till information och affärssystem kan exempelvis samarbetet mellan medarbetare och med externa parter effektiviseras. Då kan företag sänka kostnader och öka kvaliteten för interna organisatoriska tjänster som administration, ekonomi och IT – men även öka medarbetarnöjdheten.

Det finns många bra exempel på hur verksamheter arbetar med mobilitet för att digitalisera arbetsplatsen och förstärka sin verksamhetsmodell: Ett pilotprojekt på Danderyds sjukhus visar att varje läkare kan spara 20 minuter per rond om journalsystemet finns tillgängligt i mobila enheter. 3M:s säljare kan snabbare ta fram kundspecifika lösningar med information om kunders tidigare produktköp och användningsområden i mobilen.

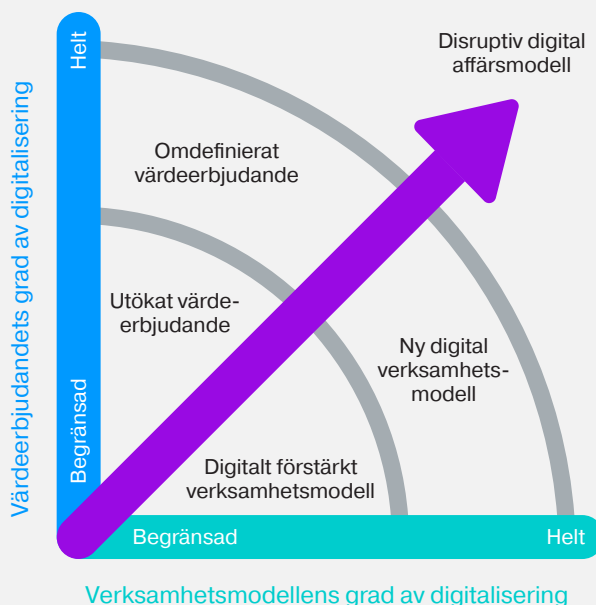
DIGITAL TRANSFORMATION I ETT HELHETSPERSPEKTIV

Värdeerbjudande innefattar:

- Produkter och tjänster
- Kundkanaler
- Marknadsföring
- Prissättning

Verksamhetsmodell innefattar:

- Processer
- System
- Strukturer
- Arbetsmiljö



Exempel på ICT-infrastruktur som möjliggör

- Snabbt bredband
- Företagsnätverk
- Molntjänster för lagring och datakraft
- Säkerhetslösningar

Exempel på ICT-tjänster som accelererar

- Lösningar för mobila arbetssätt
- Kommunikations- och samarbetstjänster
- Molntjänster för företagsapplikationer
- IoT-tjänster

I ett andra steg kan företag skapa en helt ny digital verksamhetsmodell med lösningar för mobilitet, vilket innebär att företaget fundamentalt förändrar sitt sätt att arbeta och göra affärer. För detta krävs en tydlig målbild av hur verksamhetsmodellen med tillhörande digital arbetsplats ska se ut. Men även att förändringen är integrerad med organisationens övergripande digitala transformation.

Med ICT-tjänster för en digital arbetsplats kan hela processer automatiseras och arbetsmoment elimineras, vilket öppnar upp för betydande produktivetsförbättringar. Men i en ny digital verksamhetsmodell är ökad produktivitet bara en av vinsterna. Att de inneboende begränsningarna i företagets fysiska placering suddas ut tack vare mobilitet, kan bidra till en ökad positiv upplevelse för både kunder och medarbetare. Exempelvis såg Nestlé behov av att knyta sin globala verksamhet närmare och samarbeta bättre internt. Därför infördes nya verktyg för informationsdelning, samarbete och kommunikation, samt tydliga policys för hur de skulle användas. Med syftet att sprida en digital kultur i företaget, startade man även träningsprogram för hur de nya verktygen skulle användas. Efter att ha effektiviserat det interna samarbetet skiftade man sedan fokus till sina externa samarbeten.

Tack vare förbättrade möjligheter till samverkan och kommunikation kunde Nestlé upprätta partnerskap med start-ups och ledande digitala jättar som Facebook, Twitter och Google. Samtidigt har de öppnat ett nytt kontor i Silicon Valley för att upptäcka och samskapa nya innovationer i värdenätverk.

“I en ny digital verksamhetsmodell är ökad produktivitet bara en av vinsterna. Att de inneboende begränsningarna i företagets fysiska placering suddas ut tack vare mobilitet, kan bidra till en ökad positiv upplevelse för både kunder och medarbetare.”

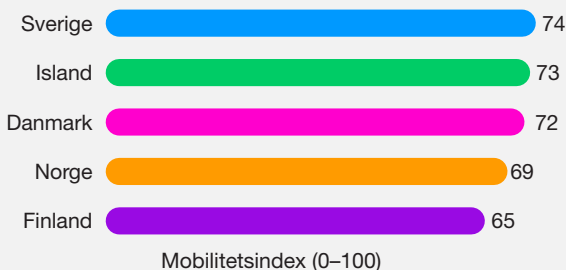
SVENSKA FÖRETAG HAR UTMÄRKA FÖRUTSÄTTNINGAR

Internationella jämförelser av förutsättningar för digitalisering, överlag, rankar Sverige högt. I ett genomsnitt av fyra globala mätningar av ICT mognad placerar Sverige på en tredjeplats i världen.

Sett till mobilitet är svenska företag redan idag bland de mest mobila i världen. Med en väl utbyggt mobil ICT-infrastruktur, hög täckning med mobilt 4G, 3G, fast bredband, fiber och hög ICT-mognad hos befolkningen har svenska verksamheter utmärkta förutsättning.

Baserat på ett genomsnitt av sju indikatorer som påverkar förutsättningar för mobila arbetssätt inom områdena mobil infrastruktur, tillgång till mobila enheter samt användning, rankas Sverige som bäst i Europa. Framförallt är det mobil infrastruktur och hög ICT-kompetens bland anställda som utmärker svenska företag. Vad gäller andelen företag som erbjuder anställda mobilabonnemang har dock Sverige lägre resultat än övriga länder i Norden.

MOBILITETSINDEX (EU-27)



Sveriges ledande position utmanas dock av andra länders initiativ. Mellan 2006 och 2011 ökade andelen företag som erbjöd anställda möjligheten att arbeta på distans från 13 % till 59 % i Storbritannien. 2014 lagstiftade även Storbritannien att alla medarbetare på brittiska företag har rätt att begära möjligheten att arbeta på distans.

DIGITALA LEDARE VISAR VÄGEN

Nio av tio medelstora och stora företag i Sverige har redan i dag egna initiativ för att skapa en digital arbetsplats. 85 procent av svenska företag erbjuder tillgång till jobbmejl i mobilen, 44 procent tillgång till företagets intranät för dokument och filer, medan enbart 25 procent erbjuder åtkomst till företagsdata/ affärssystem.

I realiteten saknas dock ofta en tydlig strategi och policys som möjliggör att användandet av ICT-tjänster omsätts till förändring av arbetsplatsen, och till transformation av företagets verksamhetsmodell. Endast fem procent av europeiska företag har en hög mognad för digitala arbetsplatser.

Många företag har i dag en "teknikcentrerad" kultur – med fokus på digitala enheter – snarare än en "resultatorienterad" kultur, med fokus på det värdeskapande i verksamhetens digitala transformation. Det är därför inte förvånande att sju av tio initiativ kopplade till mobilitet och digitaliseringen av arbetsplatsen drivs för att uppnå tidsbesparingar, snarare än som en integrerad del av företagets digitala transformation.

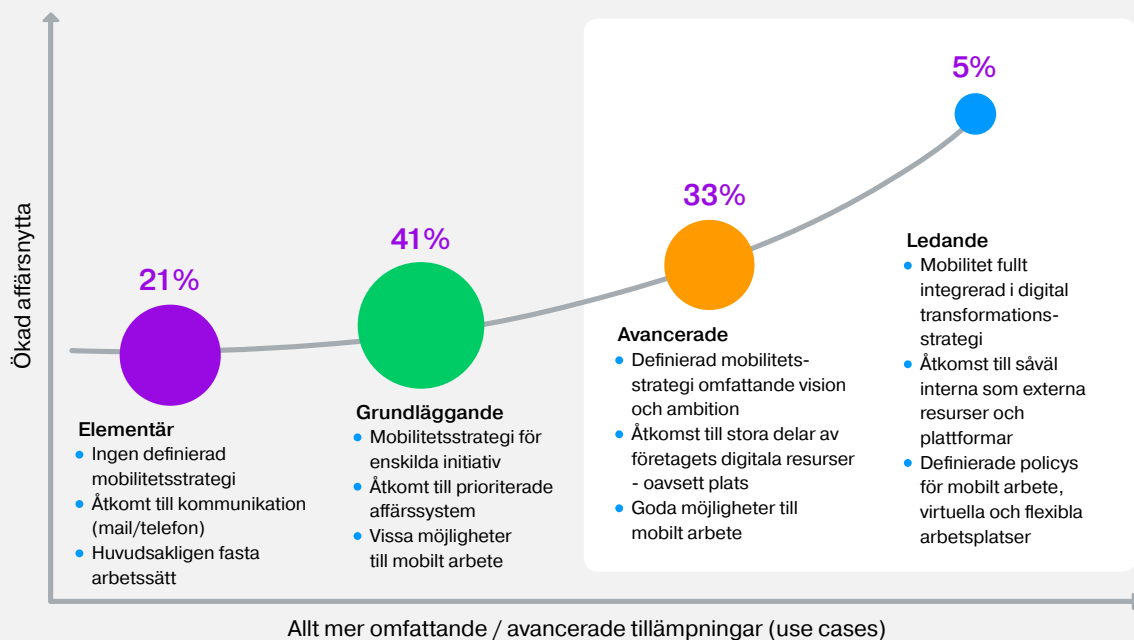
Digitala "silos" kan uppstå om lösningar för digitala arbetsplatser införs utan samordning inom verksamheten. När företagets eller organisationens information blir tillgänglig på fler mobila enheter

uppstår också en ökad säkerhetsrisk. Detta medför nya krav på identitetshantering för att kontrollera åtkomsten till informationen samt hur data överförs och lagras. Idag har dock hälften av alla svenska företag enbart PIN-kod för att säkra användaridentiteter.

För att möjliggöra och accelerera verksamhetens digitala transformation inför nu digitala ledare i flera branscher ICT-tjänster för den digitala arbetsplatsen. Initiativen drivs med fokus på att förändra verksamhetsmodellen och anpassa den till förändrade behov bland medarbetarna, samt för att kunna arbeta på ett mer flexibelt och snabbfotat sätt med partners och kunder. De arbetar även proaktivt för att förändra sina företagskulturer för ökad tillit till medarbetarna, samt för att skapa nya anpassade och resultatfokuserade sätt att driva uppföljning och styrning.

Nedan visas med två exempel hur ledande svenska företag i olika branscher – Coor Service Management respektive Aftonbladet – arbetar strategiskt med investeringar i verktyg för den digitala arbetsplatsen. På så sätt skapar de förutsättningar för att lyckas med att ställa om till en ny digital verksamhetsmodell, med effektivare och mer flexibla arbetssätt samt nöjdare kunder och medarbetare.

FÖRETAGS MOGNAD FÖR DIGITALA ARBETSPLATSEN



Siffrorna rör Europeiska företag (källa: Arthur D. Little Digital Transformation survey 2015)

SOFIA OLSSON OLSÉN, CHEFREDAKTÖR, AFTONBLADET

DET DIGITALA NYHETSNUMMET

Sveriges största kvällstidning är i full gång med den största omvandlingen av sin redaktionella verksamhet sedan tidningens grundande 1830. Målet är att 2017 vara ett digitalt mediaföretag som interagerar med läsaren via mobila enheter – och som även ger ut en papperstidning.

”Drivkraften för oss är läsarnas beteende. När de förflyttar sig till nya digitala enheter så måste vi hänga med. 'Mobile first' gäller för innehållet vi producerar likväl som för våra arbetssätt. Vi ska både vara relevanta för läsarna och effektiva som verksamhet.”

Aftonbladets satsningar på nya digitala verktyg har gått hand i hand med förändrade arbetssätt för det digitala nyhetsrummet. Syftet är att ge fler möjligheter till samarbete och större rörlighet för medarbetarna. Det innebär en ökad samverkan mellan nyhetsrum, analys, utveckling/IT, annonsering och sälj. Ett exempel på detta är att Aftonbladet förändrat sina mötesformer, så att de ska bli mer inbjudande och kollaborativa för deltagarna.

”Vi vill skapa en arbetsplats där alla känner att det faktiskt är tillåtet att göra misstag. Att utmana och pröva gränser är något bra när verksamhetens utveckling måste drivas framåt.”

För Aftonbladet innebär arbetet med det digitala nyhetsrummet att medarbetarna har fått bredare mandat att fatta beslut

kring exempelvis publicering. Men även att medarbetarna har fått ett större ansvar att följa och analysera beteendet hos tidningens läsare – något de bara kan leva upp till genom utökad samarbete mellan olika kompetenser.

”Vi var väldigt tydliga tidigt i vår förändringsresa att alla medarbetare ska ha digitala enheter och vi har investerat strategiskt i digitala verktyg. Exempelvis vårt uppföljningsverktyg Engage som också finns tillgängligt i mobilen för alla medarbetare.”

Just konstant uppföljning av det innehåll som publiceras är ett viktigt moment i den nya digitala mediebranschen. I det digitala nyhetsrummet arbetar alla medarbetare med att samla in kunskap om läsarnas beteende genom nya former av dataanalyser. Med verktyg som Engage kan medarbetarna följa flödet i realtid, vilket genererar data som hjälper dem att dra slutsatser kring hur man bäst når läsarna; när är rätt tidpunkt och vilken är den rätta plattformen för att nå fram?

”Vi har kommit långt i vår digitala transformation, men hela branschen går igenom en omfattande förändring. Nya aktörer tar våra läsares tid i anspråk, men det hjälper oss också att driva på och bli bättre. Den interaktiva relationen till våra läsare blir allt viktigare, när artikeln är klar har jobbet bara börjat. På sikt ser vi ett allt större utrymme för interaktivitet, där läsarna får ytterligare möjligheter att bidra till innehållet.”

FREDRIK SANDQVIST, VICE PRESIDENT, COOR SERVICE MANAGEMENT

NYA TJÄNSTEERBJUDANDEN TAR FORM NÄR KUNDENS ARBETSPLATS DIGITALISERAS

Coor Service Management (Coor) är en av Nordens ledande facility management-leverantörer, med över sju miljarder i årsomsättning och cirka 6400 medarbetare. Under namnet Coor Smart Solutions utökar man nu sitt erbjudande för att digitalisera arbetsplatsen. Dessa lösningar förenklar inte bara vardagen för Coors kunder, utan även för deras egen personal.

”Genom att använda oss av ny teknologi inom områden som internet of things, mobilitet, automation och dataanalys förbättrar vi serviceupplevelsen för våra kunder, skapar högre effektivitet för våra ägare och en enklare vardag för våra medarbetare.”

En tjänst som utvecklats är Coor SmartUtilization, en lösning bestående av trådlösa sensorer som placeras vid kontorets samtliga arbetsplatser. Sensorerna reagerar på rörelser i rummet och skickar informationen via molnet till ett analysvertyg och webbgränssnitt där man kan analysera och följa beläggningen på kontorets arbetsstationer och mötesrum. Med hjälp av detta och andra verktyg kan Coor hjälpa sina kunder att förbättra både utformning och användning av de ytor de hyr och därigenom möjliggöra både kostnadsbesparingar och ökad produktivitet hos kundens anställda.

”Vi ser nu hur våra kunder allt mer efterfrågar rådgivningstjänster från oss i tillägg till de mer traditionella FM-tjänster som vi erbjuder. Detta inte minst vid införande, drift och

utveckling av aktivitetsbaserade arbetsätt där arbetsplatsen kontinuerligt anpassas efter de anställdas behov och de olika aktiviteter som de behöver utföra under sin arbetsdag.”

Men det finns utmaningar när det gäller att investera i den digitala arbetsplatsen:

”FM-branschen kännetecknas av tuff konkurrens och låga bruttomarginaler och då kan det vara svårt att göra stora investeringar i ny teknik utan att vara säker på nyttorna. Vi jobbar därför aktivt med att bygga och vårda vårt innovationsekosystem med kunder, leverantörer och andra intressenter och tar vara på deras unika kompetenser för att driva utvecklingen av nya lösningar. I utbyte får de tillgång till vår kompetens inom Facility Management vilket kortar deras time-to-market. På det sättet tar vi oss alla fram snabbare och mer effektivt än om vi hade gjort det själva”

På Coor ser man de investeringar man gör för att möjliggöra framtidens digitala arbetsplatser som en strategisk prioritering. Såväl för att öka effektiviteten i den egna verksamheten, som för att upprätthålla och utveckla sin position på marknaden.

”Att ha en tydlig strategi för digitalisering kommer vara A och O för att erbjuda en attraktiv arbetsplats i framtiden. Det kommer ta tid för vår bransch att förstå exakt hur vi ska använda ny teknologi. Men vi kan inte vänta utan vi behöver kontinuerligt utforska och experimentera med innovationer för att säkra vår egen långsiktiga resa.”

TYDLIGT FÖRÄNDRINGSLEDARSKAP

Nödvändigt i omställningen till digitala arbetsplatser och verksamhetsmodeller

När samarbetet i värdenätverk med kunder, partners och leverantörer blir allt viktigare, behöver hela arbetsplatsen – med arbetssätt, organisation, processer och system – anpassas och digitaliseras. Samtidigt ökar kraven och förväntningarna från medarbetare och nya talanger på att kunna arbeta flexibelt.

För att möta de nya förutsättningarna för företagande och förvaltning behöver verksamhetsledare och IT-chefer göra ett antal överväganden:

- Hur kan den digitala arbetsplatsen integreras i verksamhetens digitala transformation?
- Hur behöver processer, organisation och styrning anpassas för att möjliggöra nya arbetssätt?
- Hur anpassas IT-verktyg och system för den digitala arbetsplatsen?
- Hur säkerställs behörig och säker hantering av företagsinformation "end to end"?
- Vad är viktigt på en digital arbetsplats för att den ska främja önskad företagskultur?

Att påbörja denna omställning är dock inte utan risker: Säkerhet, kontroll och resultatuppföljning, samt behovet att anpassa såväl arbetssätt som styrning och system till en digital arbetsplats skapar utmaningar för både verksamhetsledare och IT-chefer. Det krävs såväl förändringsledarskap som en förmåga att välja rätt partners för genomförande, för en lyckad omställning av både arbetssätt och företagskultur.

De företag som inte lyckas kommer i allt större utsträckning få svårare att locka nya talanger och behålla duktiga medarbetare. De kommer också få problem att arbeta i värdeskapande nätverk

med partners. Gentemot kunder finns risken att företaget inte kan erbjuda den service och det bemötande de förväntar sig, i jämförelse med konkurrenterna.

Det är viktigt att verksamheten definierar en tydlig strategi, där den digitala arbetsplatsen är en integrerad del av den övergripande digitala transformationen, samt en färdplan för genomförandet. Tydliga mål behöver formuleras för att följa upp de effekter och förändrade beteenden som önskas, hos såväl medarbetare som hos partners och kunder. Men också för att styra verksamhetens utveckling av processer, styrning, arbetssätt och organisation åt rätt håll. Digital kompetens säkerställs genom utbildning och nyrekrytering, för att se till att medarbetarna kan tillgodogöra sig verksamhetens nya digitala verktyg. Företagets organisation behöver också anpassas för att säkerställa samverkan mellan exempelvis IT, HR och linjeverksamheten.

I det allt mer uppkopplade och sammankopplade Sverige suddas nu gränserna ut: geografiskt, organisatoriskt, fysiskt och virtuellt. För de företag och organisationer som lyckas med omställningen till en digital arbetsplats och verksamhetsmodell väntar nya möjligheter när medarbetare, kunder och partners samverkar i värdeskapande nätverk. De verksamheter som investerar idag skapar ett försprång i att ta tillvara på kunskap, kompetens och innovationskraft - i och utanför den egna verksamheten.

OM TELIAS ROLL I DIGITAL TRANSFORMATION

Telia är motorn i digitaliseringen av Sverige och är som en av landets ledande ICT-bolag i en unik position att hjälpa svenska företag och organisationer att skapa värde av digitaliseringens möjligheter.

Telias roll är dels att agera rådgivare kring hur digital transformation kan automatisera och effektivisera processer, men även att utveckla produkter och tjänster samt förändra affärsmodeller. På så vis bidrar Telia till att skapa värde i form av nöjdare konsumenter, medarbetare och medborgare samt i form av lönsammare affärer och mer kostnadseffektiva verksamheter.

I den rådgivande rollen ingår också att designa helhetslösningar för företag och organisationer baserat på en bred portfölj av ICT-tjänster. I portföljen ingår lösningar för stabil, säker och snabb uppkoppling

samt nationella och globala företagsnät. Där ingår även tjänster för datakraft och dataanalys, samt alla de verktyg en modern verksamhet behöver för att samarbeta och för att koppla produkter och tjänster mot det snabbt växande sakernas internet (Internet of Things). Utan att det krävs tunga investeringar i dyr och underhållskrävande IT-utrustning.

Telia erbjuder också tjänster för att hantera företag och organisationers växande mobilparker, samt rådgivning kring hur de kan skapa affärsvärde av digitala arbetsplatser med hjälp av mobila arbetssätt. Helägda systemintegratören Cygate syr ihop tjänsterna till helhetslösningar för att möta verksamheternas unika digitaliseringsbehov.

Läs mer på www.telia.se/foretag

OM ARTHUR D. LITTLE

Arthur D. Little grundades 1886, och är ett globalt ledande managementkonsultbolag. Vi länkar strategi, innovation och teknologi till djup branschförståelse och erbjuder våra kunder hållbara lösningar för deras mest komplexa affärsutmaningar. Arthur D. Little har ett samarbetsorienterat sätt att möta sina kunder, med exceptionella medarbetare och ett allomfattande

engagemang i kvalitet och integritet. Firman har mer än 30 kontor över hela världen.

Arthur D. Little är stolta över att samarbeta med flera av Fortune 100-företagen på det globala planet, men även över att ha många andra ledande företag och organisationer som kunder.

Läs mer på www.adlittle.com

Författare:

Mille Beckman, Mona Bardaqji,
Andreas Gjelstrup, Magnus Leonhardt,
Nicholas Rundbom

*Särskilt tack till Mats Mägiste, Eva Wallén,
Priya Sawhney, samt Martin Glaumann*