

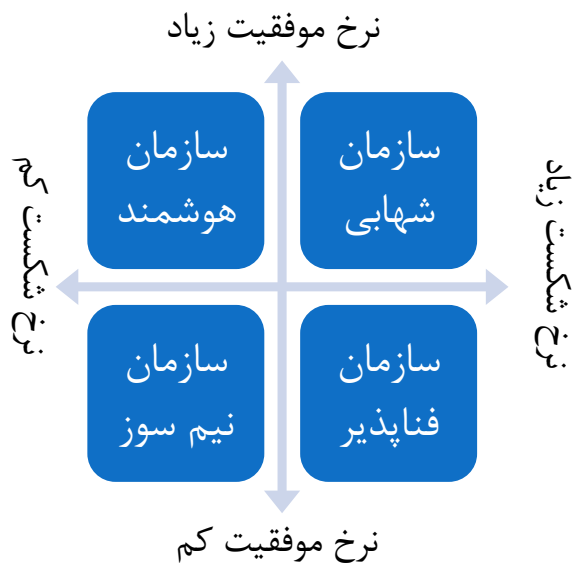
مدیریت فناوری اطلاعات در مسیر ایجاد ارزش مشتری

دومین کنفرانس سالانه مدیریت بر مبنای هوشمندی

محمد حمیدیان

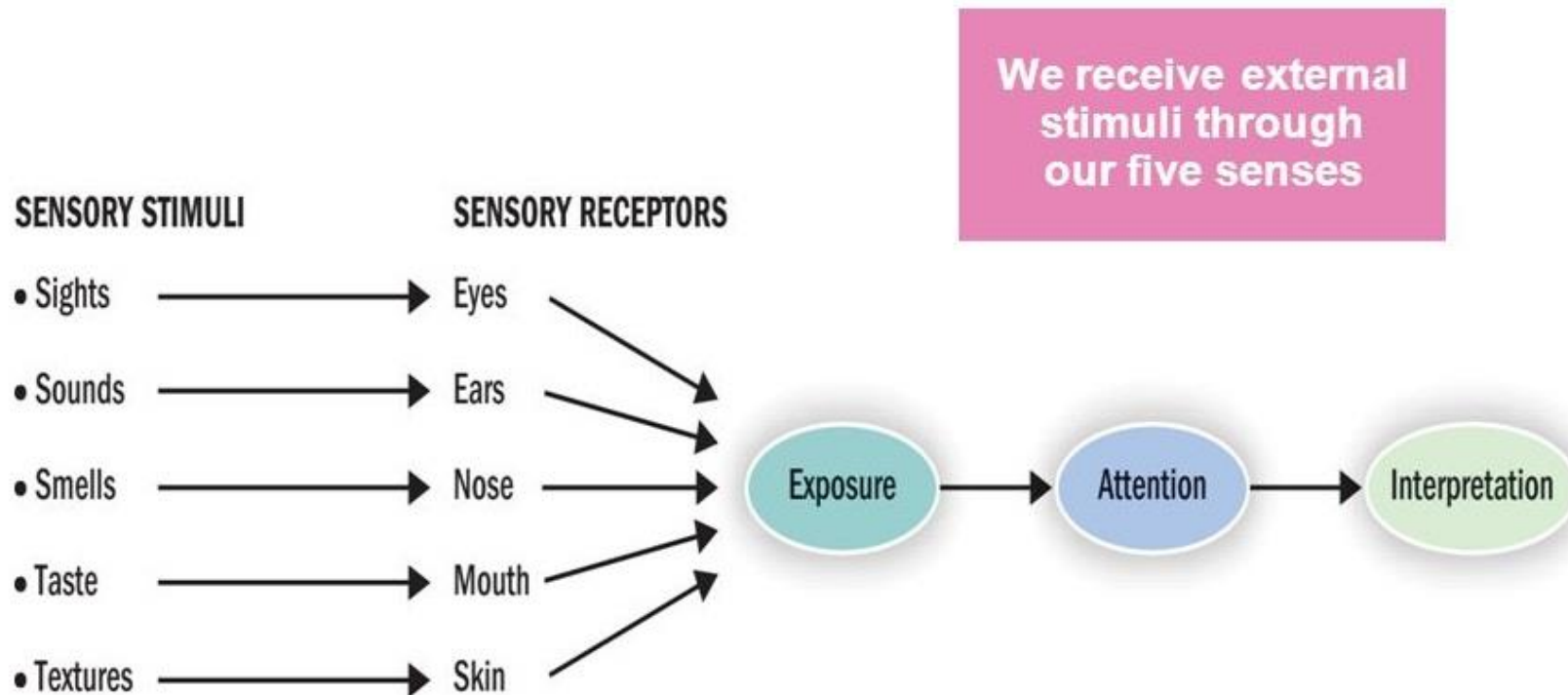
هوشمندی سازمانی

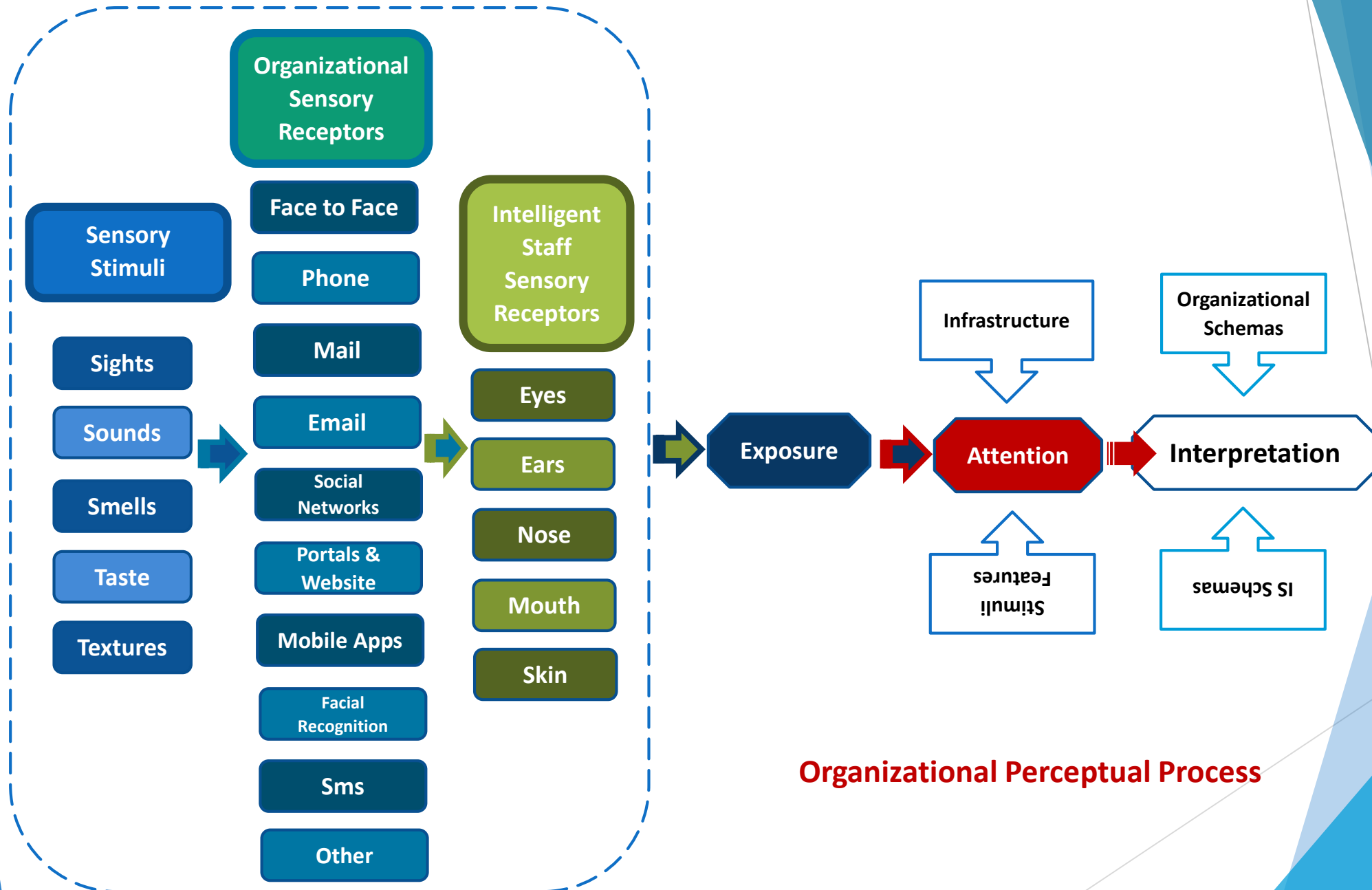
- استعاره هوشمندی سازمانی برگرفته از قیاس سازمان به مثابه انسان
- هوش انسانی شرطی لازم برای هوش سازمانی
- هوشمندی سازمانی مقوله ای چند وجهی
- سازمان های هوشمند سازمان هایی با نرخ موفقیت بالا و نرخ شکست پایین



تحقق هوشمندی سازمانی در امتداد ادراک سازمانی

The Perceptual Process

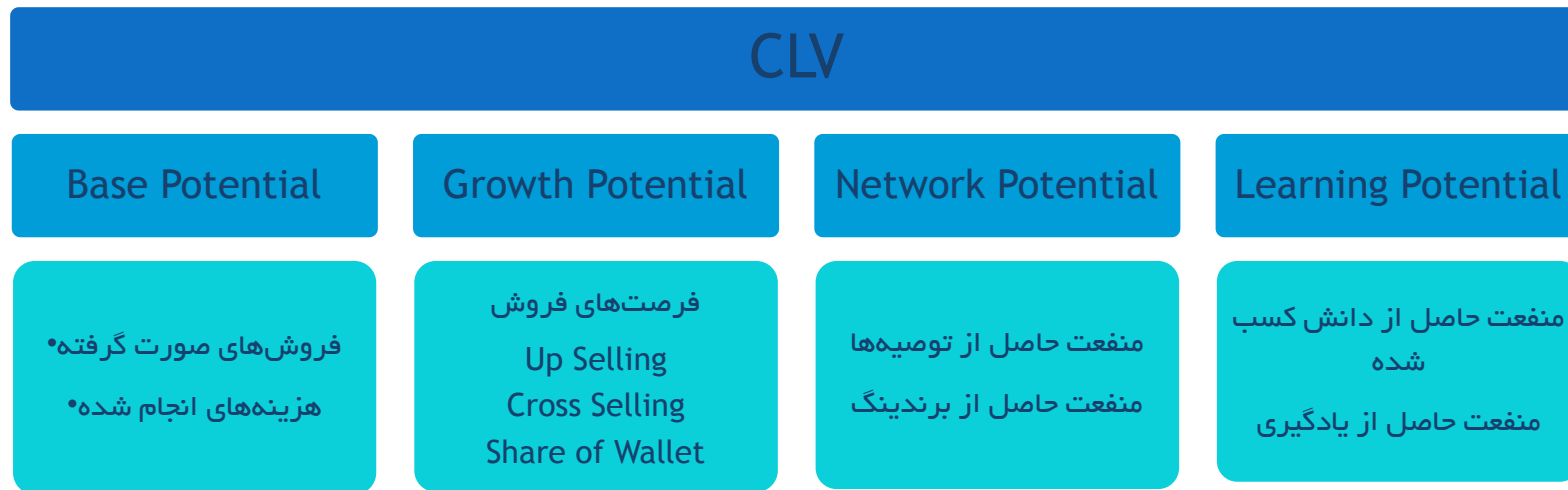




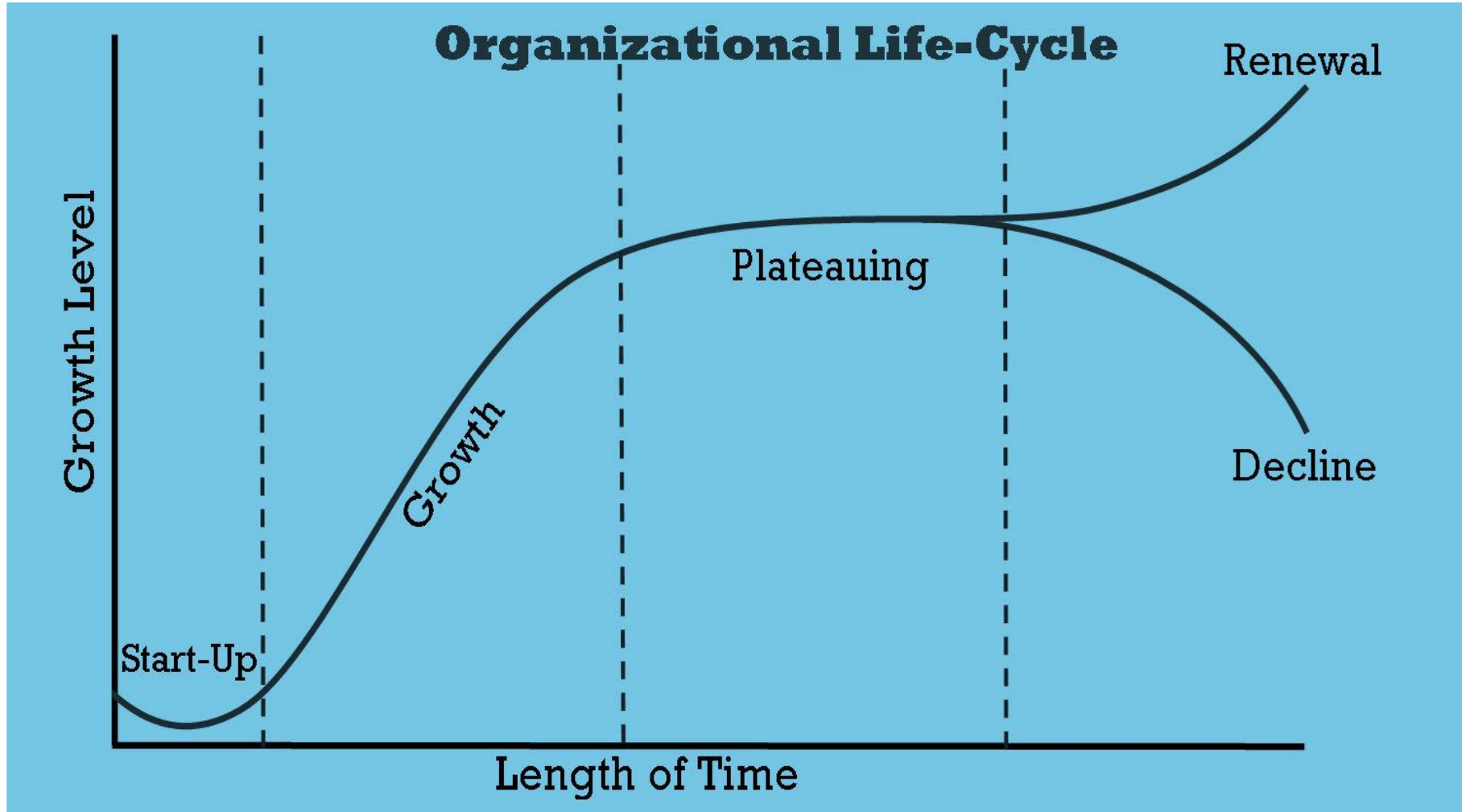
Organizational Perceptual Process

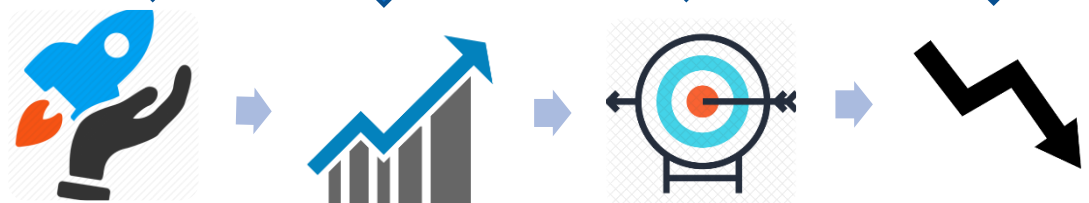
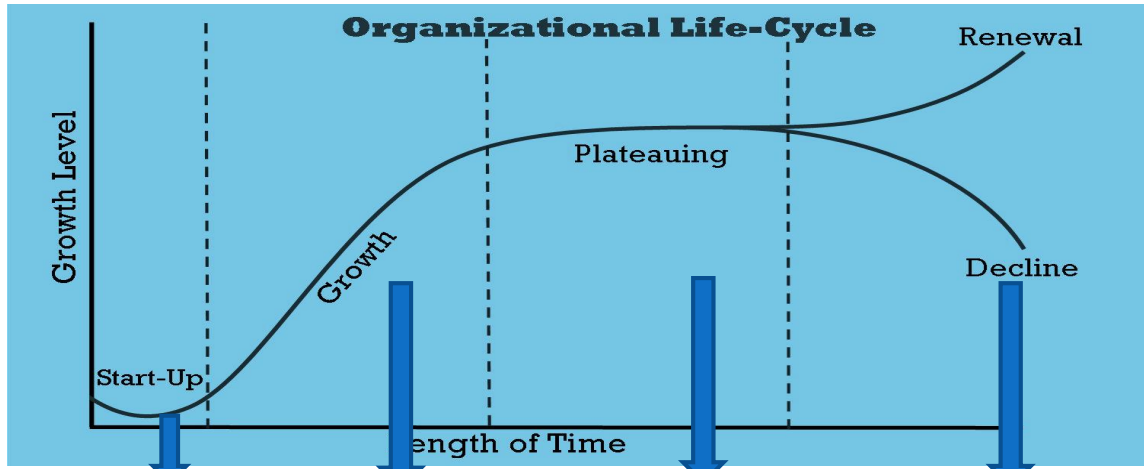
Customer Lifetime Value

ارزش مشتری



هدف اصلی توجه به مفاهیمی همچون CRM، CKM، CEM، CSM و ... افزایش CLV سازمان است.





Strategic Approaches

- Start-Up**
- Growth
 - Network
 - Learning

- Growth**
- Base
 - Growth
 - Network
 - Learning

- Plateauing**
- Base
 - Growth

- Decline**
- Base

Challenge

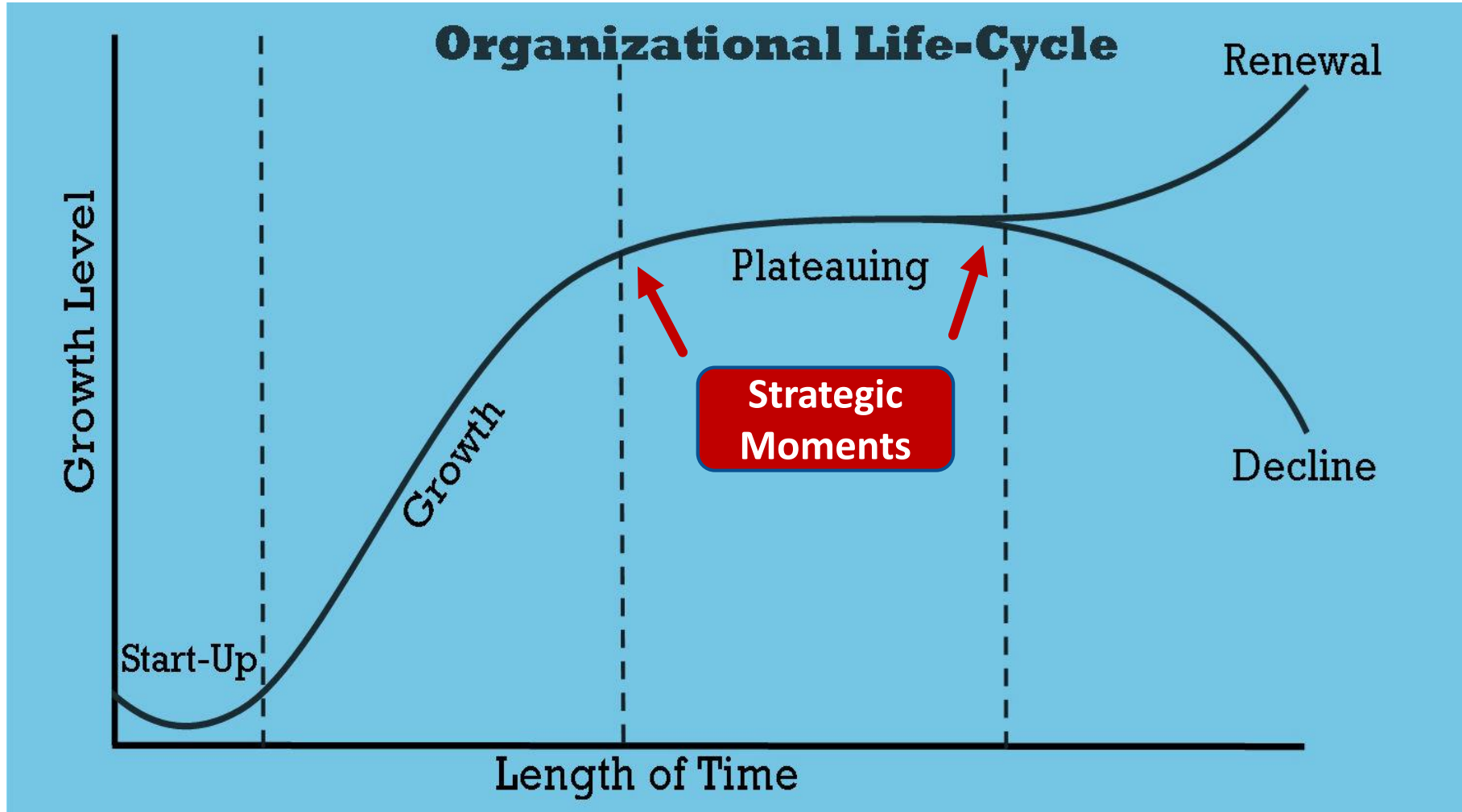
Base

Time

Learning

Growth
Network
Learning

CLV Approaches Based on Organizational Life-Cycle



فناوری اطلاعات در مسیر ایجاد ارزش مشتری

DOES IT MATTER?

The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of blue, ranging from light sky blue to deep navy blue. These shapes are primarily located on the right side of the frame, creating a dynamic, layered effect. The rest of the background is plain white.

Competitive Process

Software

Orgaware

Data Management

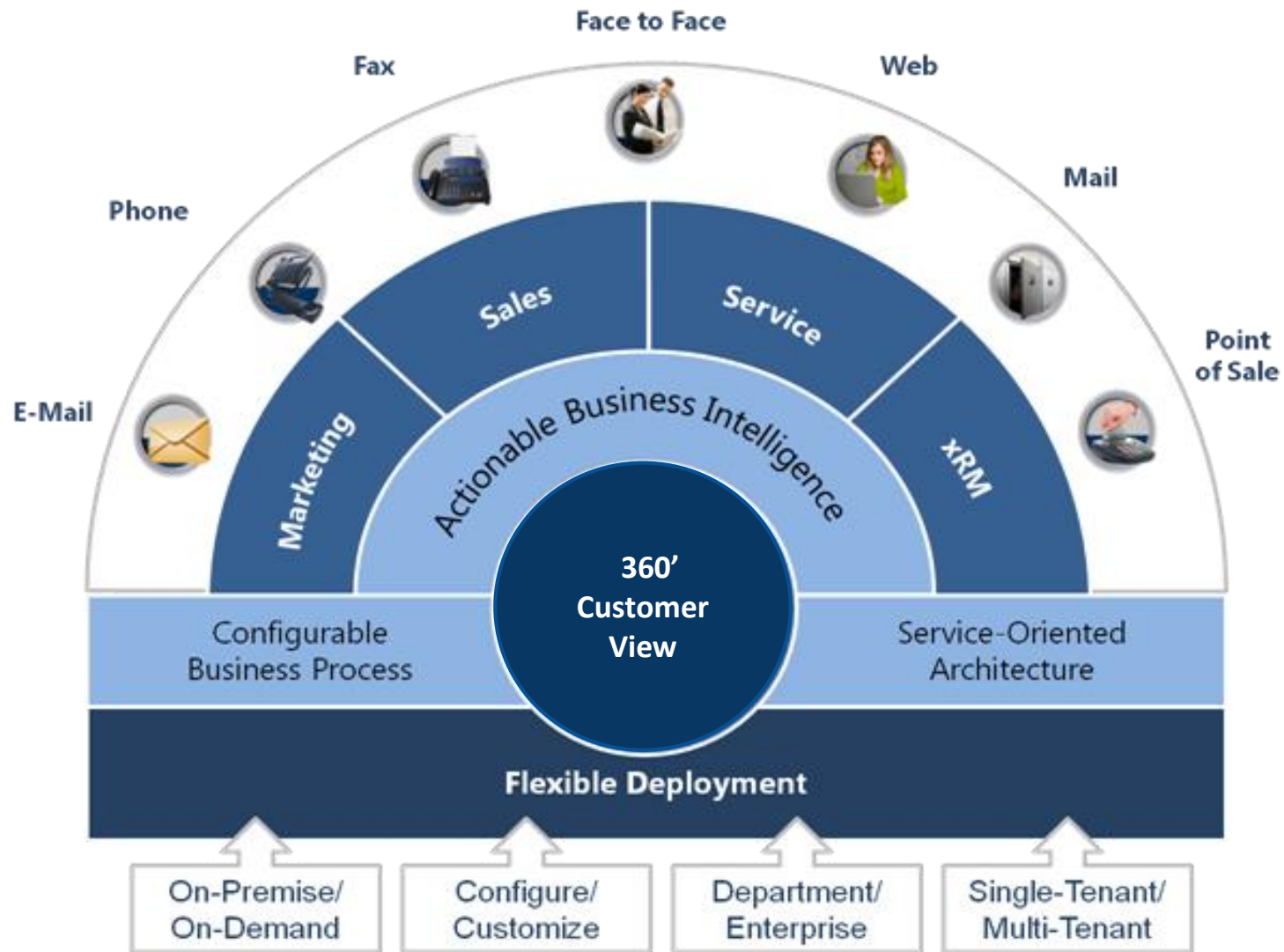
Brainware

Hardware

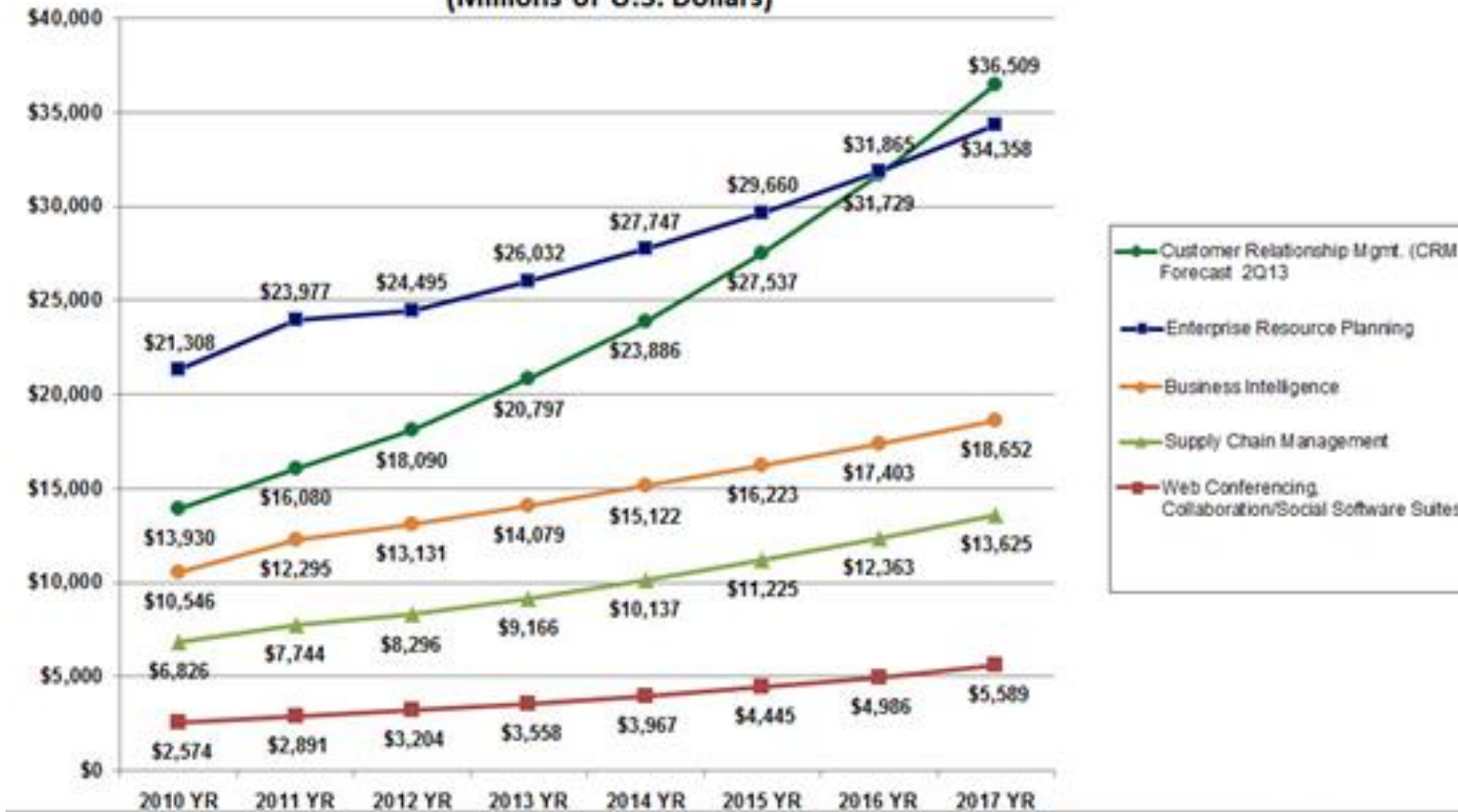
Competitive Goals

Strategies
for Competitive Advantages





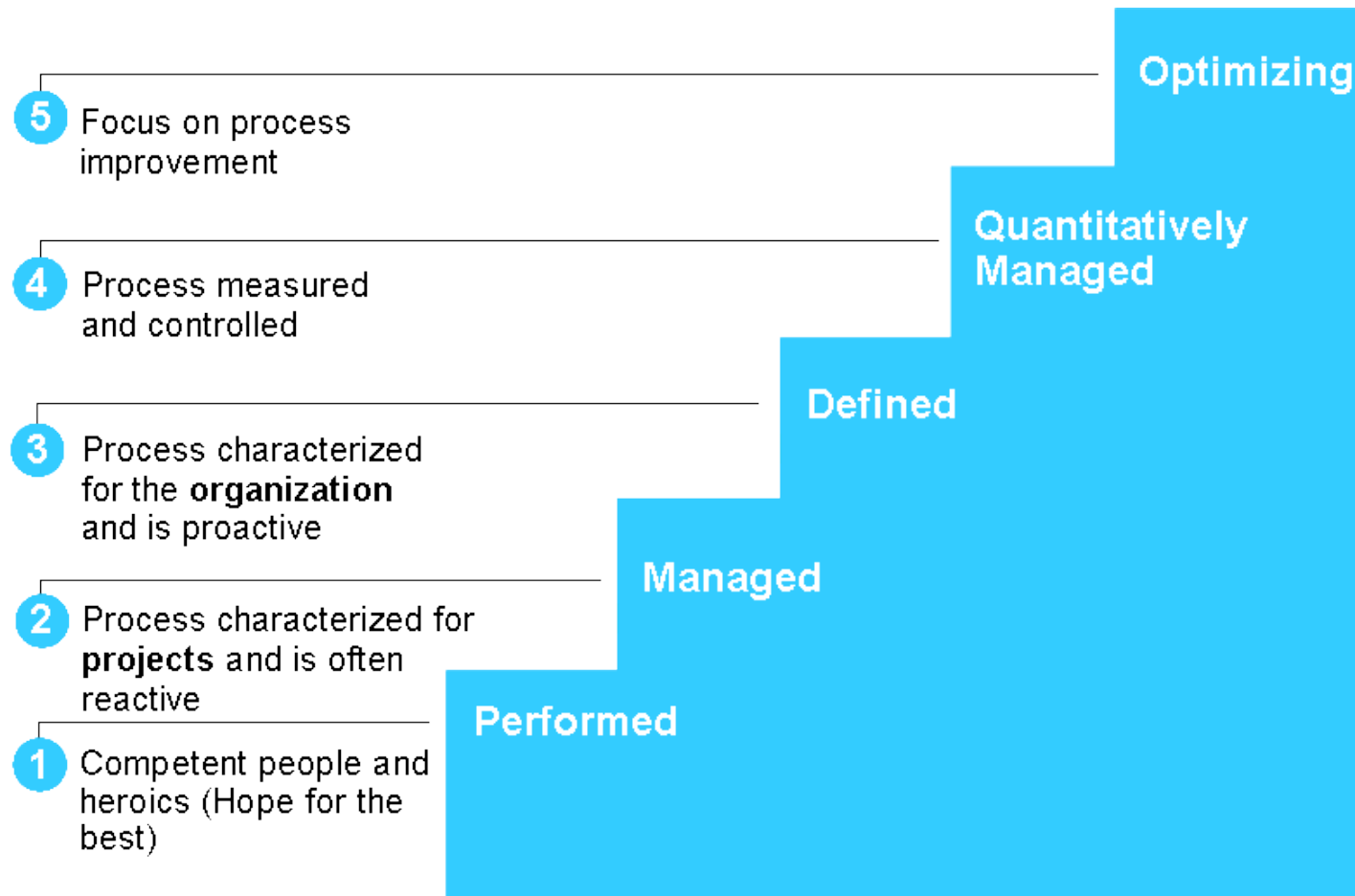
Worldwide Enterprise Software Revenue
By Subsegment, 2010 - 2017
(Millions of U.S. Dollars)



چالش های پیاده سازی موفق

- فناوری اطلاعات یک بسته آماده و بالفعل در راستای حل مسائل سازمانی نیست
- یکپارچگی با سایر سیستم های سازمان
- عدم تعهد مدیران ارشد به انجام پروژه بهبود
- داده های کثیف
- نبودن متولی مسئولیت پذیر برای سیستم های سازمانی به ویژه در حوزه های رقابتی
- عدم توجه به سطح بلوغ سازمان

سطوح بلوغ در مدل CMMI



توصیه هایی برای موفقیت

- مشاوره مسئول و آزموده داشته باشید.
- وجود یک نقشه راه منطقی و شدنی برای انجام پروژه های IT با هدف ایجاد ارزش مشتری
- خروجی قابل لمس در هر فاز پروژه برای سازمان
- از بهروش ها تا می توانید بهره بگیرید.

توصیه‌هایی برای موفقیت

- فرایند نابالغ پیاده‌سازی نکنید.
- انتخاب قلمرو هر فاز را با نگاه به سطح بلوغ سازمان انجام دهید.
- متولی داخلی مسئولیت پذیر و فرایند شناس انتخاب کنید.
- اگر برنامه بلند مدت ندارید تنها به سیستم‌های عملیاتی محدود خواهید شد.

توصیه هایی برای موفقیت

- از مقاومت مدیران میانی سازمان بترسید.
- در صورت نبودن اهتمام مدیران ارشد پروژه را آغاز نکنید.
- نگرانی ابزاری بسیار مشهود است و ساده تر نیز حل می شود.
- مسیر توسعه و ایده را همواره باز بگذارید.

توصیه هایی برای موفقیت

- سطح بلوغ سازمانی پایین تر، سفارشی سازی کمتر
- بزرگ فکر کنید، نقشه راه داشته باشید و کوچک شروع کنید.
- حوصله سازمان برای انجام پروژه های فناوری اطلاعات به ویژه پروژه هایی که قرار است مزیت ایجاد کنند، محدود است.
- هدف اصلی سیستم های مبتنی بر فناوری اطلاعات با رویکرد ایجاد ارزش مشتری، سهولت کاربری نیست.
- مشاوره مسئول و آزموده داشته باشید.

خیال حوصله بحر می پزد هیهات
چه هاست در سر این قطره محال اندیش