

Businessgame helpt bedrijven bij digitale transformatie

Ondernemingen kunnen sinds kort hun digitale transformatie met een educatief bordspel tastbaar maken voor hun medewerkers. 'De deelnemers winnen kennis, inzicht en inspiratie', aldus de ontwikkelaars.

Digitale transformatie is noodzakelijk om relevant te blijven. Voor heel wat kmo's en sommige grotere bedrijven blijft het onduidelijk hoe ze die digitale transformatie optimaal kunnen realiseren. 'Onze businessgame is hiervoor een geschikt hulpmiddel', vertelt Eline Grouwels, medeoprichter van gedragsontwerpbureau Umital uit Hasselt.

'We ontwikkelden dit wetenschappelijk onderbouwd spel samen met Sioo, het Interuniversitair Centrum voor Organisatie- en Veranderkunde uit Utrecht, en Customer Games, dat de spelmaterialen ontwierp. We kregen ook steun van Start it @kbc.' 12 tot 18 deelnemers doorlopen via het bordspel de digitale transformatie van een aantal fictieve bedrijven in de zorgsector. Doel van het spel? Zorgen dat je organisatie binnen 10 jaar nog bestaat. Per twee spelers wordt een team gevormd, dat een onderneming vertegenwoordigt. Deelnemers dienen projectvoorstellen in via fiches, verduidelijkt Elke Struys, medeoprichter van Umital. 'Elk project heeft een impact op de klanten- en werknemerstevredenheid, de concurrentiekracht, het budget, de duurzaamheid enzovoort. Tegelijk kunnen ze ook anticiperen op risico's zoals een personeelstekort, uitdagingen rond privacy, IT-problemen enzovoort.'

Ecosysteem en samenwerkingen

Tijdens de speelsessie ontstaat een heel ecosysteem van partijen die gedwongen worden om samen te werken, om zo een meerwaarde voor hun klanten te creëren. Dat voedt het bewustzijn dat veranderen noodzakelijk is. Er wordt ook dieper ingegaan op het belang van experimenteren, de kracht en uitdagingen van data, meervoudige waardecreatie, het nieuwe organiseren en hoe digitale transformatie versneld kan worden. Eline Grouwels: 'Ons spel creëert een gemeenschappelijke taal. Door samen te werken, ontdekken deelnemers in enkele uren tijd de impact van digitale transformatie op hun functie en op het bedrijf.'

Na de speelsessie houden we ook een reflectieronde, zegt Elke Struys. 'Daar krijgen deelnemers de kans om opgedane ervaringen te vertalen naar hun eigen bedrijf. Vaak ontdekken ze dan specifieke noden, zoals kennis of opleidingen die ontbreken. We geven ook feedback over hoe ze bepaalde zaken tijdens het spel hebben aangepakt, en hoe ze dat



'Elk project heeft een impact op de klanten- en werknemers-tevredenheid, de concurrentiekracht, het budget, de duurzaamheid enzovoort'

Elke Struys, medeoprichter van Umital



© Studio Dann

'Naast een operationeel instrument moet digitale transformatie ook vooral een deel worden van de bedrijfsstrategie'

Stijn Viaene, hoogleraar Digitale Transformatie aan de Vlerick Business School



2 x Digitale transformatietips voor kmo's

Ga offensiever om met technologie

'Kmo's bekijken digitale transformatie te veel als een operationeel gegeven, ze vrezen nog te veel veranderingen. Er is een offensievere houding nodig ten opzichte van slimme technologie – om de noodzakelijke volgende stap te zetten, en over enkele jaren nog relevant te zijn.'

Stijn Viaene, hoogleraar Digitale Transformatie aan de Vlerick Business School

Begin met kleine stappen

'Theorieën en opleidingen helpen tot op zekere hoogte. Maar het is veel belangrijker om daadwerkelijk te starten met een digitaal transformatietraject. Begin met een klein project en leer uit die ervaringen. Vele kleintjes maken één groot: niets belet kmo's om op bepaalde domeinen hun krachten te bundelen en samen een meerwaarde voor de klant te realiseren.'

Elke Struys, medeoprichter van Umital

in hun eigen bedrijf kunnen doen. Na het spel begrijpen werknemers digitale transformatie beter, ze beseffen dat ze er elke dag mee te maken krijgen.'

Meer dan 50 sessies

Sinds oktober 2019 organiseerde Umital al meer dan 50 speelsessies bij kleine en grote Belgische bedrijven. En daarbij komen vaak heel wat emoties los, merkt Eline Grouwels. 'Deelnemers ervaren bijvoorbeeld de onzekerheid om beslissingen onder tijdsdruk te nemen, om te experimenteren in plaats van dingen te plannen en controleren. Die emoties zijn logisch: elke onderneming – groot én klein –

komt in aanraking met digitale transformatie. Alleen de snelheid waarmee verschilt van bedrijf tot bedrijf.'

De komende maanden en jaren willen de makers de spelmogelijkheden uitbreiden. 'We bekijken manieren om het spel een tweede keer speelbaar te maken voor eerdere deelnemers', besluit Elke Struys. 'Je kunt het spel wat moeilijker maken – meer gericht op ervaren spelers. Of je plaatst het scenario in een andere context of sector. Zo werken we aan een oplossing waar medewerkers ook op de lange termijn nog beter ondersteund kunnen worden. Want verandering realiseer je niet op één dag. Wij zijn dus zeker nog niet klaar met ontwikkelen.'

Hoe uitdagend is digitale transformatie voor kmo's?

Bij digitale transformatie is het cruciaal dat iedereen dezelfde taal spreekt. En dat geldt zowel voor kmo's als voor grote ondernemingen.

Kleine, middelgrote en grote bedrijven staan voor haast dezelfde uitdagingen omtrent digitale transformatie, weet Stijn Viaene, hoogleraar Digitale Transformatie aan de Vlerick Business School. Hij ontwikkelde in 2018 met zijn team de Digital Transformation Leaders Game, die deelnemers spelenderwijs inzicht geeft in de

leiderschapstypes die bijdragen aan het succes van digitale transformatie. 'Alle bedrijven worden geconfronteerd met het veranderende gedrag van klanten. En ongeacht hun omvang groeit het besef dat ze niet langer alles alleen kunnen doen, maar meer dan ooit nood hebben aan partners.'

Grote bedrijven hebben toegang tot meer financiële middelen en potentiële zakenmodellen. Maar de algemene trends blijven bij zowat elk bedrijf dezelfde, vindt

Stijn Viaene. 'Via digitale transformatie streven ondernemingen bijvoorbeeld efficiëntere processen, minder kosten en extra gebruiksgemak na. En ze mikken ook op betere of uniekere klantenervaringen. Zeker de nichespelers kunnen én moeten hiermee het verschil maken.'

Belgische ondernemingen lopen een beetje achter in digitale transformatie. Het besef van de nood is er, maar de realisatie komt traag op gang. Stijn Viaene: 'Rond digitale transformatie zijn veel bedrijven

in ons land vrij conservatief. Onze kmo's denken en werken wel aan de automatisering en optimalisering van hun bedrijfsprocessen. Maar naast een operationeel instrument moet digitale transformatie ook vooral een deel worden van de bedrijfsstrategie.'

En net dat strategische aspect vergeten veel kmo's vandaag. Bedrijven analyseren en begrijpen wat het verschil is in waardecreatie mét en zonder digitale transformatie. Ze zullen dan merken dat waar-

decreatie en beleving voor klanten veel makkelijker en persoonlijker te realiseren valt via digitale hulpmiddelen en communicatiekanalen, besluit Stijn Viaene. 'En je moet iedereen in het bedrijf en alle partijen op één lijn krijgen in zo'n digitale transformatie: via interne communicatie, coaching en andere cultiveringsmiddelen. Dat laatste is bij kmo's door de hechtere band met hun medewerkers zelfs makkelijker realiseerbaar.'