



تحول دیجیتال

نویسندگان

جورج وسترن

اندرو مکافی

پیته بنه

مترجمان

دکتر مهدی شامی زنجانی

(هیأت علمی دانشگاه تهران)

شادی ایران دوست

ناشر: کتاب مهندسی، کامپیوتر، دانشگاهی، مدیریت

نص

یادداشت	: عنوان اصلی: Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation, 2014
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات -- مدیریت
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی
موضوع	: تحول سازمانی
شناسه افزوده	: شامی زنجانی، مهدی، ۱۳۵۸ -، مترجم
شناسه افزوده	: ایران دوست، شادی، ۱۳۶۹ -، مترجم
رده بندی کنگره	: ۳۷۹.۴۰۳۸ HD
رد بندی دیویی	: ۶۵۸.۴۰۳۸
شناسه کتابخانه ملی	: ۴۵۷۴۴۶



موسسه علمی فرهنگی

نویسندگان: جورج وسترمن، اندرو مکافی، دیدیه بُنه

مترجمان: دکتر مهدی شامی زنجانی، شادی ایران دوست

جواب اول: یا ایہ ۹۶

تیراڑ: ۱۰۰۰

ناشر: «نصر»

طراحی، آماده‌سازی، چاپ و صحافی: موسسه علمی فرهنگی «نص»

قیمت: ۲۲۰۰۰ تومان

تهران، میدان انقلاب، خ منیری جاوید، بن‌بست مبین، شماره ۶
دفتر انتشارات:

تلفن: ۶۶۴۱۲۳۸۵ - ۶۶۴۶۵۶۷۴ - ۶۶۹۵۳۸۸۳

فروشگاه: ضلع جنوب شرقی میدان انقلاب، شماره ۲۵ تلفن: ۶۶۴۰۵۳۷۲

ISBN: 978-964-410-382-7

شماره: ۷-۳۸۲-۴۱۰-۹۶۴-۹۷۸

ایمیل: info@nasspub.com

وبگاه: www.nass.ir



مقدمه مترجمان

اگر چنین می‌اندیشید که «دیجیتالی شدن» تنها مختص به صنایعی از قبیل فناوری، رسانه و یا سرگرمی است، پیشنهاد می‌کنیم دیدگاه خود تجدید نظر نمایید. فناوری‌های موبایل، تحلیل داده، رسانه‌های اجتماعی، رایانش ابری و اینترنت، اشیاء تاکنون بسیاری از کسب‌وکارها را در صنایع مختلف، به‌طور بنیادین متحول ساخته‌اند. سازمان شما می‌تواند فارغ از اینکه در چه صنعتی به فعالیت می‌پردازد، به یک زبده دیجیتال تبدیل شود.

این کتاب به شما نشان می‌دهد که چگونه شرکت‌های بزرگ در صنایع سنتی همانند صنایع مالی، تورسیم، تولیدی و دارویی، از تحول دیجیتال برای دستیابی به منافع راهبردی استفاده می‌کنند. کتاب حاضر، اصول و روش‌هایی را که می‌تواند شرکت‌ها را به سمت تحول دیجیتال موفق سوق دهد، تشریح می‌کند. مبنای نگارش این کتاب، پژوهشی است که در مدت سه سال و با بررسی بیش از چهارصد شرکت مطرح دنیا از قبیل بربری، مجموعه سرگرمی سیزرز، کودلکو، گروه بانکداری لویدز، هواپیمایی فرانسه، پروکتر اند گمبل (پی‌اند‌جی) و ناک انجام شده است و نشان می‌دهد که چه ضرورت‌هایی برای تبدیل شدن به یک زبده دیجیتال، مورد نیاز می‌باشد. به بیان دیگر، کتاب تحول دیجیتال، یک راهنمای ضروری است که به سازمان شما کمک می‌کند تا در اقتصاد جدید و جهانی دیجیتال، زنده بمانید و رشد کنید.

یکی از نکات برجسته و قابل توجه این کتاب، تألیف آن، با همکاری متخصصان و افراد خبره دانشگاهی و حرفه‌ای است. همچنین شایان ذکر است که کتاب تحول دیجیتال، توسط یکی از معتبرترین انتشارات دنیا (هاروارد بیزینس ریویو) منتشر شده است. جورج وسترمن^۱، از نویسندگان این کتاب، تحصیلات خود را در مقطع دکتری مدیریت حرفه‌ای کسب‌وکار، در دانشگاه هاروارد به پایان رسانده و در حال حاضر نویسنده، پژوهشگر و سخنران دانشکده مدیریت و کسب‌وکار دانشگاه فناوری ماساچوست (ام‌آی‌تی) و پژوهشگر حوزه اقتصاد دیجیتال در این دانشگاه می‌باشد.

نویسنده دوم، دیدیه بُنه^۳، فارغ التحصیل مقطع دکتری از دانشگاه آکسفورد است که هم‌اکنون سمت معاونت ارشد گروه مشاوره کپجمنیای^۴ را بر عهده دارد و در نهایت، سومین نویسنده این کتاب، اندرو مکافی^۵، استاد دانشگاه هاروارد و پژوهشگر دانشگاه فناوری ماساچوست می‌باشد که تحصیلات خود را نیز در دانشگاه هاروارد در مقطع دکتری مدیریت فناوری و عملیات به پایان رسانده است.

نثر ساده و روان کتاب و ارائه مثال‌های کاربردی فراوان از شرکت‌های مطرح دنیا از جمله نکاتی است که این کتاب را به یکی از برجسته‌ترین کتاب‌های حوزه تحول دیجیتال مبدل ساخته است. خوانندگان کتاب، در سایت آمازون، به‌طور میانگین امتیاز ۴٫۴ (از ۵) را به آن اختصاص داده‌اند. افرادی از قبیل پت بلکشاو، مدیر جهانی رسانه‌های اجتماعی دیجیتال شرکت نستله، شارلن لی، مؤسس و مدیرعامل گروه آلتیمر و جو توجی، رئیس و مدیرعامل شرکت ای‌ام‌سی نیز در سایت آمازون، مطالعه این کتاب را توصیه نموده‌اند. همچنین در ابتدای کتاب، جان گلسر، مدیرعامل شرکت زی‌س، کریستف لالان معاون اجرایی و مدیر ارشد اطلاعاتی شرکت هواپیمایی فرانسه، و وارن مک فارلن، استاد دانشگاه هاروارد، مطالعه این کتاب را پیشنهاد کرده‌اند.

این کتاب در سه بخش رده‌بندی شده است. فصل نخست، مفهوم زبده‌گی دیجیتال را تشریح می‌کند. پس در دو بخش بعدی کتاب، دو قابلیت بسیار مهم و حیاتی زبده‌گی دیجیتال مورد بررسی قرار می‌گیرد. بخش اول، بر قابلیت‌های دیجیتال و یا به عبارتی دیگر، به چستی زبده‌گی دیجیتال (سرمایه‌گذاری‌ها و استراتژی‌ها و نوآورانه‌ای که مدیران اجرایی برای تحول در نحوه عملکرد شرکت خود به‌کار می‌گیرند) می‌پردازد. بخش دوم، بر بعد اساسی دیگری متمرکز می‌شود؛ قابلیت‌های رهبری. این قابلیت‌ها، چگونگی رسیدن دیجیتال را بیان می‌کنند (روش‌هایی که از طریق آن‌ها، مدیران اجرایی تغییرات را هدایت می‌نمایند) با مطالعه این دو بخش، می‌آموزید که:

- چگونه تعامل بهتری با مشتریان خود برقرار کنید.
- چگونه عملیات خود را به‌صورت دیجیتال ارتقا بخشید.
- چگونه یک چشم‌انداز دیجیتال خلق کنید.
- چگونه به حاکمیت فعالیت‌های دیجیتال خود پردازید.

و در نهایت بخش سوم، از آنچه ما آن را دستورالعمل تحول دیجیتال برای رهبران می‌نامیم، تشکیل می‌شود. این بخش، که برگرفته از ترکیب بینش‌های موجود در بخش‌های قبلی است، راهنمای مدیریتی مستحکمی برای کمک به آغاز ایجاد مزیت‌های دیجیتال می‌باشد. در واقع، می‌توان گفت که این کتاب شامل دستورالعملی جامع و گام به گام برای رهبران کسب‌وکار است.

در پایان، با توجه به اینکه کتاب حاضر، نخستین کتاب منتشر شده به زبان فارسی در حوزه تحول دیجیتال می‌باشد، امید است که بتواند به نشر دانش این حوزه، در فضای علمی و حرفه‌ای کشور کمک شایان توجهی نماید.

فهرست اجمالی

مقدمه: آیا آماده هستید؟ ۱۷

فصل اول: زبانی دیجیتال چیست؟ ۲۵

بخش ۱: ایجاد قابلیت های دیجیتال

فصل دوم: ایجاد تجربه آب مستر ۴۳

فصل سوم: بهره گیری از توان و ۵۹

فصل چهارم: بازآفرینی مدل های کسب و کار ۸۱

بخش ۲: ایجاد قابلیت های رهبری

فصل پنجم: ایجاد چشم انداز دیجیتال ۱۰۳

فصل ششم: جلب مشارکت گسترده در سازمان ۱۱۹

فصل هفتم: حکمرانی تحول ۱۳۵

فصل هشتم: ایجاد قابلیت های رهبری فناوری ۱۵۳

بخش ۳: بازگشت به دفتر کار

فصل نهم: چارچوب بندی چالش دیجیتال ۱۷۵

فصل دهم: سرمایه گذاری متمرکز ۱۸۷

فصل یازدهم: بسیج سازمان ۲۰۵

فصل دوازدهم: پایدار سازی تحول دیجیتال ۲۱۹

۲۳۷	شما هنوز هیچ چیز ندیده‌اید!
۲۴۳	خود ارزیابی زندگی دیجیتال
۲۴۷	واژه نامه

www.ketab.ir