

IDC PERSPECTIVE

IBM iX ha hecho de la experiencia de la empresa su hilo conductor y su “Estrella Polar”

Gerry Brown

RESUMEN EJECUTIVO

FIGURA 1

Resumen ejecutivo: IBM iX ha hecho de la experiencia de la empresa su hilo conductor y su “Estrella Polar”

En esta perspectiva de IDC, se analiza IBM Interactive Experience (iX). IBM iX tiene mucho que ofrecer a aquellas empresas que buscan priorizar la experiencia del cliente (CX) en sus negocios. Ofrece servicios de consultoría en estrategia digital y centros de innovación que actúan como agentes catalíticos en despliegues digitales a gran escala, lo que incluye flujos de trabajo y procesos, despliegue de plataformas de aplicaciones y servicios de innovación de aplicaciones en la nube a escala. IBM asume plenamente la responsabilidad y la propiedad de la solución de experiencia digital completa.

Conclusiones clave

- IBM iX lidera los servicios de diseño y estrategia digital y pretende impulsar la fidelización de los clientes ofreciéndoles la experiencia que buscan, en lugar de centrarse en las prestaciones tecnológicas.
- El principal diferenciador de IBM iX es que tiene a su alcance todo el potencial de las sólidas competencias técnicas y la proyección internacional de IBM para generar soluciones personalizadas de innovación digital empresarial a escala en todo el mundo.
- Muchas empresas anhelan aumentar su inteligencia y, para ello, no dudan en recurrir a la inteligencia artificial (IA) y la analítica como catalizadores tecnológicos. La adopción de la computación cognitiva por parte de IBM iX, sumada a la posición vanguardista de IBM en lo relativo a la inteligencia artificial con IBM Watson, resultará muy atractiva para estas empresas.

Acciones recomendadas

- Las grandes empresas deberían ver en IBM iX a un potencial socio estratégico para el diseño de negocio, con capacidad para proporcionarles todos los conocimientos y las competencias que necesiten para crear soluciones digitales basadas en la experiencia.
- Sin embargo, debería recomendarse a las empresas más pequeñas recurrir a compañías locales de diseño, que les pueden ofrecer un precio más asequible y un servicio más acorde a sus necesidades. Los servicios de IBM, en este caso, podrían equivaler a intentar matar moscas a cañonazos.
- Se aconseja a las empresas de todos los tamaños que prioricen la experiencia como consigna operativa primordial, ya que la ventaja competitiva se está desplazando, de forma tan rápida como inevitable, del producto y el precio a la experiencia de cliente.

Fuente: IDC, 2020

VISIÓN GENERAL DE LA SITUACIÓN

IBM iX forma parte de la organización Global Business Services de IBM

17.000 personas trabajan para IBM iX, una de las nueve líneas de servicio de la organización Global Business Services (GBS) de IBM. La organización GBS, valorada en 16.600 millones de dólares, proporciona servicios de consultoría global, integración de sistemas, gestión de aplicaciones y externalización de procesos de negocio. GBS es el “socio de reinversión digital” para los clientes de IBM, un socio que cuenta con un gran conocimiento del sector, la mayor experiencia funcional y una amplia gama de aplicaciones, y que combina estas prestaciones con el diseño de negocio basado en tecnologías cognitivas y de cloud. IBM iX opera en el ámbito de la organización de consultoría de GBS.

Los ingresos por consultoría de GBS aumentaron aproximadamente un 3,7 % en 2019, hasta alcanzar los 8000 millones de dólares, y generaron un crecimiento rentable con una mejora año tras año en cada trimestre de 2019. El papel de IBM iX en este desarrollo ha sido determinante, y el propio IBM iX ha experimentado un crecimiento sucesivo a lo largo de los últimos 16 trimestres (cuatro años). En el listado de eConsultancy referido a las agencias digitales del Reino Unido, se aprecia un incremento del 5 % en los ingresos de IBM iX, hasta alcanzar los 282 millones de libras en 2019, lo que lo coloca en la segunda posición, tras Accenture, muy por delante de sus rivales más inmediatos, Atos, Capgemini y Cognizant.

Es muy probable que haya gente que se sorprenda al ver a IBM como líder en servicios de diseño y estrategia digital, ya que son prestaciones que no suelen asociarse a las principales competencias de servicios de IBM: la integración de sistemas y la consultoría técnica. De hecho, IBM iX resulta fundamental para la propuesta de los servicios de consultoría de IBM GBS, que abogan por “comercializar soluciones que ayuden a los clientes a diseñar sus proyectos digitales y experiencias de cliente, definir sus modelos operativos cognitivos y desbloquear el potencial de los datos para mejorar la toma de decisiones”. Es posible que IBM iX sea el tesoro oculto de IBM.

IBM iX y la experiencia

IBM iX opera desde 60 centros de diseño globales ubicados en seis continentes y, desde ellos, distribuye experiencias “Garage” de IBM a sus clientes. De estos 60 centros, 23 se encuentran en ciudades europeas. Cuando hablamos de “Garages”, nos referimos a programas, no a espacios físicos. Un Garage es una forma de trabajo que puede materializarse en un espacio físico de la ubicación de un cliente (antes de la irrupción del COVID-19), en espacios compartidos como WeWork o en entornos íntegramente virtuales (tras la irrupción del COVID-19). Así, hay cientos de Garages en curso actualmente. En respuesta al COVID-19, los Garages pasaron, de la noche a la mañana, de operar en una combinación de entornos físicos y virtuales a un modelo operativo íntegramente virtual.

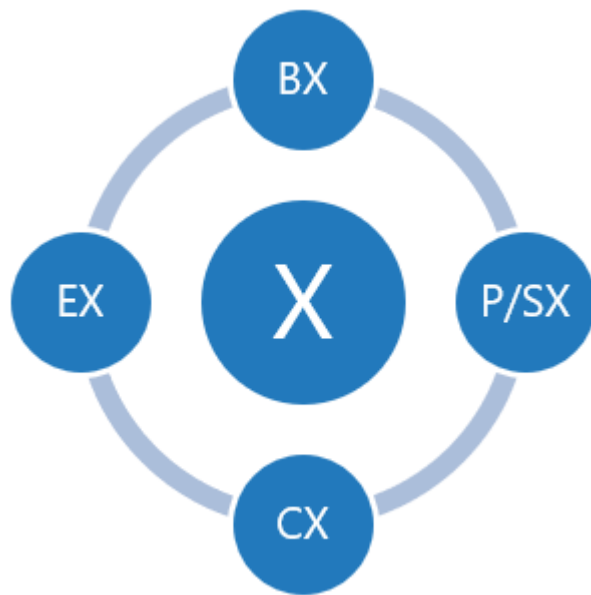
El objetivo de IBM iX es ayudar a los clientes a acometer la reinversión digital de su negocio, para lo que busca el equilibrio perfecto entre estrategia, creatividad y tecnología. Los clientes se asocian con IBM iX para definir su estrategia, desarrollar experiencias excepcionales y generar oportunidades de negocio mediante el diseño. IBM iX permite a los clientes implementar sus estrategias comerciales utilizando la tecnología en sus seis prácticas operativas principales: Diseño y relación con el cliente, Móvil, Digital Commerce, Plataformas de marketing, CRM/Salesforce y Estrategia digital.

La experiencia de cliente es el motor que impulsa la cartera de servicios y el modelo de comercialización de IBM iX. IBM iX opina que sus clientes necesitan una “Estrella Polar de CX”, es decir, deben fijarse como objetivo para la futura experiencia de la empresa alcanzar la excelencia en la experiencia de cliente. El equipo de Diseño y relación con el cliente de IBM iX ayuda a adaptar la imagen de la marca a las estrategias empresariales, facilita la innovación tecnológica a clientes y empleados, activa la experiencia de empleado (EX) para lanzar la experiencia de cliente e incorpora la experiencia de cliente a los ecosistemas. Desde la perspectiva de IBM iX, es necesario priorizar la atención al cliente y la empatía en toda la empresa para lograr mejoras a largo plazo en la experiencia de cliente. Esta estrategia presenta estrechas sinergias con el modelo de infraestructura FoCC (Futuro de los clientes y consumidores) de IDC.

El nombre de la marca IBM iX representa la visión integral de la experiencia como una consigna global que va mucho más allá de la experiencia de cliente. IBM da el paso de “experiencia de cliente” a “experiencia” con el fin de desarrollar el concepto de omniexperiencia integral, que atañe a clientes, empleados y business partners. En la figura 2, se muestran los principios operativos de IBM iX: experiencia de marca (BX), experiencia de producto/servicio (P/SX), CX y EX. La experiencia de cliente y la experiencia de empleado son los principales resultados de negocio que proporciona IBM iX a raíz de las “transformaciones basadas en la experiencia”, impulsadas por los propósitos y las intenciones de los clientes, los valores empresariales, los conocimientos y las formas de trabajar.

FIGURA 2

Principios operativos de IBM iX

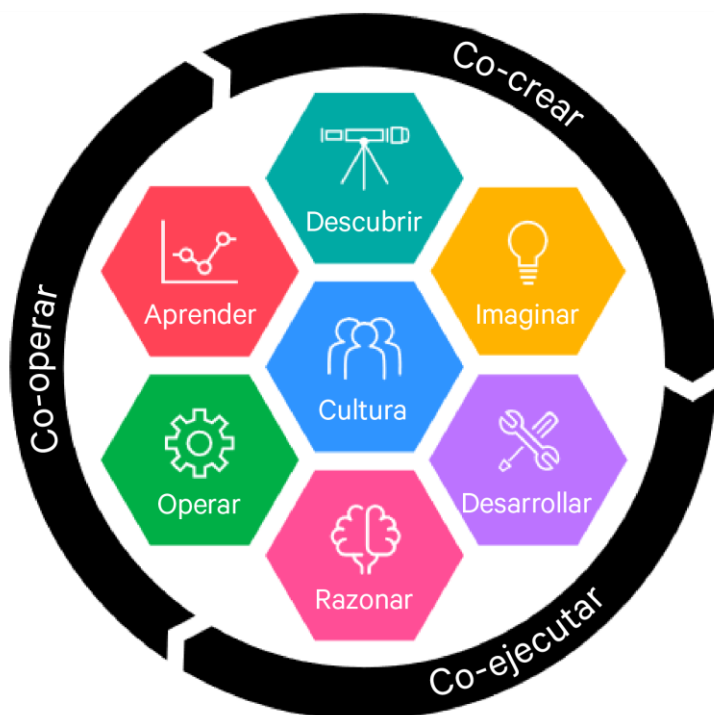


Fuente: IDC, 2020

IBM iX anima a sus usuarios a impulsar una cultura centrada en el compromiso con el cliente mediante la adopción de la agilidad empresarial, la incorporación de prácticas de diseño centradas en las personas y el fomento de la curiosidad y la innovación digital a través de la capacitación de sus empleados. En su papel de habilitador, IBM iX ayuda a sus usuarios a auditar su experiencia actual, así como a agilizar la transformación digital y la innovación de la experiencia del cliente por medio de la participación en un método Garage integral.

FIGURA 3

Metodología “Garage” de IBM iX



Fuente: IBM, 2020

Garage es una metodología centrada en la innovación (incorpora “innovación como servicio”) y la transformación (para la velocidad de implementación y el escalado). En Garage, los equipos interdisciplinarios se reúnen con socios estratégicos y empresas emergentes para co-crear e imaginar el futuro, co-ejecutar para impulsar el desarrollo y el escalado y co-operar para aplicar iteraciones y mejoras de manera continuada, todo ello utilizando plataformas empresariales y flujos de trabajo inteligentes. La experiencia Garage es positiva si se cumplen cinco condiciones previas: intención adecuada, personas indicadas, tecnología aplicada, procesos ágiles y ubicaciones que incitan a la innovación, ya sean físicas o virtuales.

En una experiencia de IBM Garage, los clientes trabajan con un equipo de expertos técnicos para definir, diseñar y desarrollar un producto o una aplicación que resuelve un problema del negocio en el cloud. El Garage, cuyo método se basa en el diseño, se convierte en el banco de pruebas de iteraciones y desarrollos. El primer paso consiste en definir el problema del negocio. En un taller empresarial, se utiliza el design thinking empresarial para identificar un caso de uso y los usuarios objetivo, definir la hipótesis comercial y crear un producto mínimo viable (MVP). Se trata de un proyecto en el que la colaboración es clave, ya que IBM y el cliente asumen de forma conjunta su creación, ejecución y operación. Es fundamental que el cliente ostente la propiedad del problema y la solución para garantizar la transferencia de conocimientos y el desarrollo sostenible.

IBM iX afirma que estas aplicaciones son productos y servicios vivos, propiedad del cliente, que se pueden desarrollar e iterar de manera continuada. El equipo combinado descubre el problema, visualiza la solución, desarrolla el prototipo, aplica técnicas de inteligencia artificial al diseño (Razonar), opera, aprende e impulsa una cultura de innovación de alto rendimiento que redunde en beneficio del cliente. IBM iX proporciona un bucle infinito para los productos mínimos viables. IBM iX reúne a los clientes en un IBM Garage, un IBM Studio, las instalaciones del cliente o una ubicación virtual y, a continuación, recrea los modelos y pone a prueba la solución de la aplicación en el entorno de trabajo del cliente.

¿Qué marca la diferencia entre IBM iX y otras agencias de diseño?

Los procesos de Garage descritos más arriba no son necesariamente exclusivos de IBM. Hay muchas agencias de diseño y proveedores de servicios que ofrecen servicios parecidos. Sin embargo, IBM cuenta con varios activos que son difíciles, si no imposibles, de reproducir para otras agencias de diseño y proveedores de servicios.

Tamaño, capacidad y alcance de IBM en conjunto

IBM es una agencia y consultoría digital híbrida que ofrece servicios completos y actúa como ventanilla única de la transformación digital. IBM es una empresa con capacidad para asumir el rol principal del contrato y aceptar la responsabilidad y la propiedad de la gestión del cambio empresarial en nombre de sus clientes. IBM iX puede explotar todo el potencial de los variados recursos globales de IBM para ofrecer a los clientes soluciones integrales de transformación empresarial. En cierto sentido, IBM iX representa la vanguardia, el punto de entrada creativo desde el que los clientes pueden comenzar a relacionarse con todos los ámbitos de IBM. IBM iX cuenta con el respaldo de una red de entrega integrada global resultado de la combinación de diversas tecnologías, soluciones y servicios de IBM, entre los que se incluyen IBM Research e IBM Global Technology Services (GTS).

Hoy en día, la mayoría de los altos ejecutivos buscan algo más que innovación táctica, lo que quieren es industrializar y llevar la innovación digital a toda la empresa, a escala global. También pretenden evitar las “acciones digitales aleatorias” y el “caos de procesos ágiles”, que pueden acarrear la creación de islas de innovación, para adoptar la “agilidad intencionada” a escala. Es aquí donde los recursos de IBM se pueden aprovechar al máximo. IBM es una buena opción para aquellas empresas para las que la transformación digital puede suponer un gran esfuerzo, como integraciones complejas con sistemas heredados e implementaciones locales personalizadas en distintos emplazamientos. IBM puede encargarse de trazar la estrategia digital y escalar la ejecución global. Su capacidad no se limita únicamente a la implementación, ya que IBM cuenta con la dimensión y el alcance necesarios para proporcionar el paquete completo de gestión de cambios, formación y educación en empresas globales.

Relaciones estratégicas con múltiples proveedores

En muchos ámbitos, como el uso de aplicaciones de Salesforce y Adobe, IBM dispone de un amplio abanico de recursos que superan con creces las prestaciones de la mayoría de las agencias de diseño. Esto permite a los clientes de IBM acceder a todo el potencial de sus plataformas, muchas veces infrutilizadas y no optimizadas para el trabajo que se está realizando.

A modo de ejemplo, IBM adquirió el principal implementador de Salesforce, Bluewolf, que aporta a IBM una amplia experiencia en Salesforce, especialmente en todo lo relativo a Field Service Lightning. IBM iX no depende de ninguna plataforma específica, ya que ha cedido sus activos de software CX a Acoustic y HCL para así poder concentrarse en la prestación de servicios sin la posibilidad de que se deriven conflictos de los intereses creados por los proveedores.

Sin embargo, IBM aún puede recurrir a sus relaciones estratégicas con otros grandes proveedores para proporcionar una variedad de recursos especializados. Por ejemplo, la movilidad es un aspecto importante de la transformación digital, e IBM puede aprovechar su estrecha relación con Apple y Samsung para ayudar en las implementaciones de los clientes. IBM también mantiene una sólida alianza con SAP y aborda los mercados de las telecomunicaciones y de los medios de comunicación en colaboración con SAP. Entre sus socios estratégicos se encuentran también Acquia, Sitecore y Acoustic.

IBM iX EMEA ha obtenido recientemente el reconocimiento Adobe Digital Experience Delivery Quality Partner of the Year. Adobe elogió la “inversión continua en certificación y especialización por parte de IBM iX para acercar la amplia experiencia en soluciones de Adobe a los principales sectores del mercado en la zona EMEA”. Adobe e IBM iX han ampliado su asociación global para incorporar Adobe XD, la plataforma de diseño de experiencias de Adobe. La oferta conjunta de Adobe e IBM iX facilita la implementación y la personalización del código abierto de IBM Carbon Design System, integrado en Adobe XD.

En IBM está el origen de “La empresa cognitiva”

La habilitación de la “empresa cognitiva” es una parte fundamental en la diferenciación de IBM iX. IBM iX aprovecha la amplia experiencia en analítica de IBM y las prestaciones de IBM Watson para brindar una experiencia de empresa en la que se combinan la humanidad, las plataformas de negocio y los flujos de trabajo inteligentes.

Los sistemas cognitivos y la tecnología de aprendizaje automático deben ser parte integral de la transformación digital, no un simple complemento para las implementaciones en cloud. IBM iX facilita a los clientes el trayecto hacia la empresa cognitiva ayudándolos a diseñar experiencias y estrategias de plataforma empresarial, utilizando la inteligencia artificial para transformar los procesos en flujos de trabajo inteligentes y creando infraestructuras de cloud híbrido abiertas.

IBM cuenta con la mayor experiencia y el fondo de investigación más exhaustivo en relación con el desarrollo y la implementación de sistemas cognitivos de cualquier proveedor. Por lo tanto, si un cliente aspira a convertir su empresa en una empresa cognitiva (inteligente) y necesita un socio para el diseño de negocio, IBM iX es la elección lógica.

Soluciones completas para el sector industrial

La experiencia del cliente varía mucho en función del sector, ya sea en lo que se refiere a patrones de adopción, modelos operativos o proveedores existentes, entre otras cosas. IBM iX tiene la capacidad de adaptarse a estos matices y ofrece soporte sectorial especializado para los servicios financieros, el sector público, las comunicaciones, la distribución y los mercados verticales de la industria, así como para diversos subsegmentos del mercado. Los casos de uso específicos del sector guían sus interacciones con los clientes. En IBM iX, se aúnan el diseño, la experiencia específica en el sector y una amplia cartera tecnológica, lo que permite facilitar a los clientes la gestión de la reinversión digital.

CONSEJOS PARA EL COMPRADOR DE TECNOLOGÍA

Para IBM iX, la experiencia de cliente es la esencia de su propuesta de valor. Esto constituye un elemento diferenciador importante por sí mismo, ya que la experiencia de cliente aparece como una partida individual única en los portfolios de servicios de la mayoría de sus competidores directos. Según IDC, actualmente, la experiencia de cliente es el resultado empresarial clave más buscado por los compradores de TI empresarial y que condiciona la adquisición de tecnología y la provisión de servicios. La experiencia de cliente no es un servicio complementario e IBM es consciente de esto. IBM también acierta al reconocer que la experiencia va más allá de la experiencia directa del cliente y abarca todos los aspectos de la empresa moderna.

Es posible que IBM iX no tenga la imagen de diseño purista con la que cuentan algunos de sus homólogos, pero su amplia y variada oferta, unida a sus competencias y prestaciones tecnológicas, lo convierten en una opción atractiva y de bajo riesgo para los responsables de la toma de decisiones empresariales, incluidos los CEO, CIO, CDO y COO. Las empresas globales que buscan una prestación de servicios empresariales digitales escalables deberían incluir a IBM iX en su preselección. Sin duda, fue esto lo que atrajo a los clientes europeos de IBM iX, entre los que se incluyen BP, Lloyds Bank y Crédit Mutuel.

CONOZCA MÁS

Estudios relacionados

- *IT Suppliers, COVID-19, and CX: Use Empathy to Help Clients Rebalance Their CX* (IDC n.º EUR246172220, abril de 2020)
- *The Future of the Customer and Consumer: The Enterprise Perspective* (IDC n.º EUR146229920, abril de 2020)
- *The Role of Trust in Customer Experience: Findings from the IT Buyer Experience Survey, 2019* (IDC n.º US45544919, septiembre de 2019)

Sinopsis

Esta IDC Perspective analiza IBM iX y su manera de poner en valor las experiencias para agregar empatía, experiencia e impacto a las interacciones digitales de las empresas. IBM iX presta servicios de consultoría sobre estrategia digital y servicios de innovación digital a través de estudios digitales orientados a trabajos basados en proyectos que utilizan la metodología de innovación “Garage”. Estos estudios son el catalizador de un mayor compromiso con IBM en lo relativo a servicios y tecnología.

“La experiencia de la empresa es el principal hilo conductor que sustenta todos los servicios de despliegue, de asesoramiento tecnológico y de negocios de IBM iX”, afirmó Gerry Brown, director de investigación de IDC European CX. “El método 'Estrella Polar' de CX de IBM iX contrasta con muchos de sus competidores en la prestación de servicios, para los que la experiencia de cliente no es el elemento clave para ofrecer a sus clientes, si no un elemento más que busca encontrar su lugar en las diversas áreas de servicios tecnológicos. Los compradores empresariales con una actitud similar a la de IBM con respecto a la precedencia de la experiencia de cliente entre las prioridades comerciales de la empresa deberían plantearse, sin lugar a dudas, contratar los servicios de IBM iX”.

Acerca de IDC

International Data Corporation (IDC) es el principal proveedor global de inteligencia de mercado, servicios de consultoría y eventos para la tecnología de la información, las telecomunicaciones y los mercados de tecnología de consumo. IDC ayuda a los profesionales de TI, ejecutivos de empresa y a la comunidad de inversores a tomar decisiones basadas en hechos relacionadas con las compras tecnológicas y la estrategia de negocio. Más de 1100 analistas de IDC proporcionan experiencia mundial, regional y local sobre oportunidades y tendencias de tecnología e industria en más de 110 países en todo el mundo. Desde hace 50 años, IDC ha brindado conocimientos estratégicos para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos empresariales clave. IDC es una filial de IDG, la compañía de medios de comunicación tecnológica, investigación y eventos líder mundial.

IDC U.K.

IDC UK
5th Floor, Ealing Cross,
85 Uxbridge Road
London
W5 5TH, United Kingdom
44.208.987.7100
Twitter: @IDC
idc-community.com
www.idc.com

Aviso de copyright

Este documento de investigación de IDC se ha publicado como parte de un servicio de inteligencia continua de IDC, que proporciona estudios escritos, interacciones con analistas, presentaciones remotas y conferencias. Visite www.idc.com para obtener más información sobre los servicios de suscripción y consultoría de IDC. Para ver una lista de las oficinas de IDC en todo el mundo, visite www.idc.com/offices. Póngase en contacto con el teléfono de IDC 800.343.4952, ext. 7988 (o +1.508.988.7988) o con el correo electrónico sales@idc.com para obtener información sobre la solicitud de precio de este documento con el objetivo de la adquisición de un servicio de IDC o para obtener información sobre copias adicionales o derechos web.

Copyright 2020 IDC. Se prohíbe su reproducción, a menos que esté autorizado. Todos los derechos reservados.

