

تحديد خارطة العمل في أفريقيا

كيف يقوم قادة تكنولوجيا المعلومات بتقديم امكانيات التكنولوجيا الحديثة



تحقيق وعود السوق لواقع الأعمال

تعد قارة أفريقيا قارة واسعة ومتنوعة بمعدل نمو متوقع ينافس بعض أسرع الاقتصادات في العالم. ومن المتوقع أن تنمو الصناعات الاستهلاكية لها إلى 400 مليار دولار بحلول عام 2020.¹ وهذا يمثل فرصة هائلة للأعمال الأفريقية - إذا كان قد تم إعدادها لانتهاز هذه الفرصة.

في جميع أنحاء القارة، يكون للتغيرات السكانية تأثير عميق في السوق. ومن المتوقع أن تتضاعف نسبة الأشخاص من هم في سن العمل بحلول عام 2020.² يعمل التطور الاقتصادي على خلق فرص جديدة لهذه الطبقة العاملة الصاعدة والدفع بالنمو القوي والطلب نحو التكنولوجيا.

اتجاهات المستهلكين في أفريقيا لا تعد مجرد اتجاهات موازية لتلك الموجودة في الأسواق الأكثر نضجا - فهي في بعض الحالات تقود الطريق. حيث يتبنى الأشخاص بهذه القارة التكنولوجيا الحديثة بوتيرة أسرع من الأشخاص في أجزاء العالم الأخرى. على سبيل المثال، يبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك في مصر وحدها عدد المستخدمين في أستراليا وتايوان واليابان.³ يوجد 650 مليون مشترك في التليفون المحمول في أفريقيا اعتبارا من عام 2012، وهو أكثر بكثير من أوروبا أو الولايات المتحدة. ولعل المؤشر الأكثر دلالة على مدى تطلع قارة أفريقيا للتكنولوجيا هو الزيادة في عمليات الدفع عبر التليفون المحمول. حيث تتسارع الأعمال الأفريقية في استخدامها للعروض مثل M-Pesa، وهي خدمة تحويل الأموال مباشرة عبر التليفون المحمول. ويتوقع أن تصل قيمة المعاملات التي تتم من خلال M-Pesa والخدمات المماثلة إلى أعلى من 160 مليار دولار بحلول عام 2016.⁴ في الولايات المتحدة، من المتوقع أن تصل المدفوعات من خلال التليفون المحمول إلى 90 مليار دولار فقط بحلول عام 2017.⁵

تدرك الأعمال الأفريقية الدور الذي ستلعبه التكنولوجيا الحديثة في هذا السوق المتغير والمتوسع بشكل سريع. ويقوم ما يقرب من تسعة بين كل عشرة رواد في تكنولوجيا المعلومات في أفريقيا بتصنيف التليفون المحمول والتحليلات والبيئة الاجتماعية والحوسبة السحابية من العوامل الحاسمة لنجاح الأعمال. وعلى الرغم من ذلك، يقوم عدد أقل بكثير بتبني هذه التكنولوجيا الحديثة (أنظر الشكل 1). ونسمي هذا فجوة تبني التكنولوجيا بأفريقيا.

ومع تعداد سكان يبلغ المليار والتمدد السريع في قاعدة المستهلكين، تستعد السوق الأفريقية للنمو المتفجر. التكنولوجيات الناشئة - وسائط التواصل الاجتماعي، الحوسبة السحابية والتحليلات - تقوم بخلق فرص جديدة للرواد في مجال تكنولوجيا المعلومات والأعمال التجارية في القارة، ولكن لم يتم بعد الاستفادة الكاملة من كل هذه الأدوات. ولكن الشركات الرائدة تقوم بسد العجز في تبني التكنولوجيا. وعلى عكس أقرانهم، فقد وجدت وسائل للتغلب على مجموعة متنوعة من القضايا التي تتعلق بالريادة والمهارات والأمن. ومع توسع الاقتصاد الأفريقي، يبقى هؤلاء المفكرين التقدميين على أهبة الاستعداد لاكتساب مميزات تنافسية كبيرة.

نبذة عن الدراسة

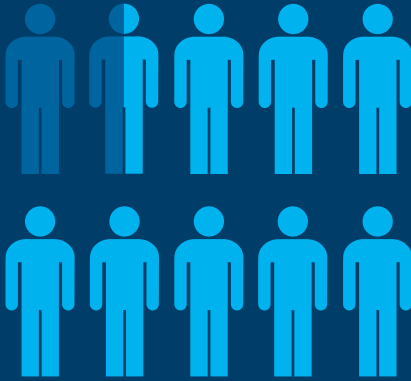
وقد قامت شركة IBM باستطلاع رأي 180 من الرواد في تكنولوجيا المعلومات الأفارقة في 29 من الصناعات في مصر، وجنوب أفريقيا، وكينيا، ونيجيريا، والمغرب. وكان هدف الدراسة: هو تفهم كيف يمكن أن يحقق قادة تكنولوجيا المعلومات الامكانيات الاستراتيجية للتكنولوجيا الناشئة من خلال تحديد التحديات الرئيسية لتبنيها. وقد تم تقسيم المشاركين وفقا للأهمية التي يضعونها في التكنولوجيات الناشئة، فضلا عن خارطة تبنيها.

الفجوة في تبني التكنولوجيا في أفريقيا

أهمية التكنولوجيا الناشئة



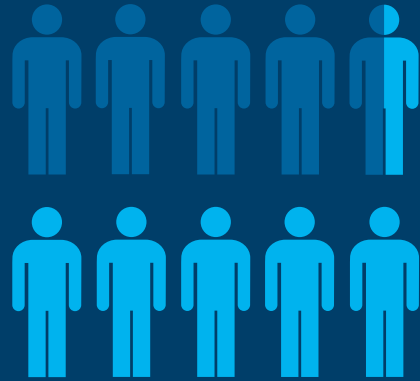
يعتقد 87% أن التكنولوجيا الناشئة تعد مهمة جدا لنجاح الأعمال



الفجوة في تبني التكنولوجيا

34%

يقوم 53% فقط بتبني التكنولوجيا بشكل سريع



ما الذي يعمل على تأخر الأعمال

يتعرض الرواد الأفارقة لضغوط هائلة للنجاح في الساحة التنافسية. حيث يواجهون تهديدات مدمرة من المنافسين العالميين الأكثر تقدما الذين يظهرون على الساحة ويتمتعون بمزايا كبيرة. ويكون خطر التخلف حقيقيا اذا لم تتحرك المؤسسات سريعا. ويؤكد كل هذا على أهمية التكنولوجيا الحديثة.

وتدل الفجوة ما بين القيمة المفروضة للتكنولوجيا والتبني السريع على أنه توجد حواجز كبيرة للعديد من الأعمال الأفريقية. أبرزت الاستجابات ثلاثة من التحديات الأكثر صعوبة:

- زيادة الأعمال الاستراتيجية – يتمثل طلب العميل في تحول تكنولوجيا المعلومات من موضعها التقليدي الحالي في الخلف الى دور أكثر استراتيجيا، مع توفير الفرصة لرواد التكنولوجيا ليصبحوا أكثر مشاركة في عمليات صنع القرار.
- تطوير مهارات تكنولوجيا المعلومات – القيود المفروضة على الموارد وعدم توافر المواهب في بعض المناطق يجعل من الصعب اجتذاب واستبقاء المتخصصين ذوي المهارات.
- تأمين المعلومات – الزيادة السريعة في الاتصالات وأحجام البيانات تفوق قدرة بعض الأعمال في الحفاظ على التأمين.

هذه التحديات مترابطة فيما بينها. وبدون دعم كبار الرواد، على سبيل المثال، فإنه يكون من الصعب بالنسبة للمديرين التنفيذيين لتكنولوجيا المعلومات ايجاد التمويل اللازم لتطوير المهارات أو البنية الأساسية لتأمين البيانات.

القيادة: التأثير على الحوار

ترى الأعمال حاجة واضحة الى الاقتراب من العملاء، وتقديم منتجات جديدة وخدمات أسرع، والاستفادة من هذا الكم الضخم من المعلومات. ويعتبر تبني التكنولوجيا المتقدمة أمر أساسي لهذه الجهود. رواد تكنولوجيا المعلومات اليوم مسؤولون عن عائدات الخط الرئيسي والربحية وتجارب العملاء - وهو الدور الذي يمتد الى ما أبعد من مركز البيانات. ولتحقيق هذه الأهداف، يحتاج رواد تكنولوجيا المعلومات الى القيام بدور أكبر في عملية صنع القرار.

أين يلتقي الرواد في مجالي تكنولوجيا المعلومات والأعمال

كلما تم الارتقاء في الفهم الكامل لضرورة احتياجات وأولويات العمل، كلما شكل ذلك قفزة من ادارة التكنولوجيا الى الريادة في المشروعات وبناء على الدراسة التي قام بها مركز IBM Center for CIO Leadership Global Key Insights، فهناك ستة من الكفاءات الأساسية التي تعد ضرورية لتعظيم أثر قادة تكنولوجيا المعلومات كأحد التنفيذيين في مجال الأعمال.

الريادة

يوضح الرؤية، ويطور الفريق ويحشد المؤسسة من أجل التغيير

الابتكار والنمو

لبناء القدرة على الابتكار الذي يرتبط بنتائج الأعمال

استراتيجية الأعمال والتشغيل

يشارك في تطوير استراتيجية المؤسسة

ادارة العلاقات والاتصالات

لبناء علاقات وثيقة وتواصل عميق عبر المديرين التنفيذيين مع أصحاب

المصالح الرئيسيين

ادارة الأعمال

لديه قدرات في إدارة الأعمال أكثر من المعرفة بوظائف تكنولوجيا

المعلومات، والتدرج خلال الحوكمة المنظمة

ادارة المخاطر والامتثال

يفهم العناصر الأوسع لإدارة المخاطر - من مخاطر التكنولوجيا

والعمليات والمخاطر في المؤسسة - والقدرة على قيادة المناقشات

والمخاطر الأمنية في مجلس الادارة

تطوير مهارات تكنولوجيا المعلومات

التدرج في سلم مهارات تكنولوجيا المعلومات يعد أحد التحديات. بعض المؤسسات تكون أكثر قدرة على الابتكار والتحول.



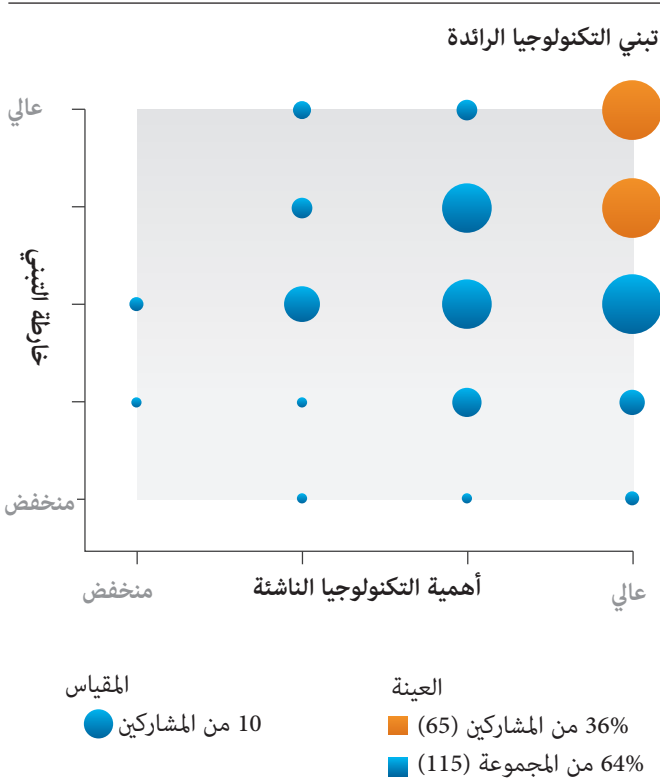
ووفقا لاستطلاع الرأي، فإن أكثر من ثلاثة أرباع ممن شملهم الاستطلاع لديهم رؤية واضحة لكيفية دفع التكنولوجيا لأعمالهم للأمام. ومع ذلك، لم تشارك نسبة 38 في المحادثات الاستراتيجية مع نظرائهم من رجال الأعمال. يحتاج رواد تكنولوجيا المعلومات الى التعبير بوضوح عن ما ستقدمه التكنولوجيا من قيمة للشركة. يجب أن تتجاوز المحادثة تقديم الاحتياجات الأساسية، مثل اتاحة النظام، الى تناول دور التكنولوجيا كأداة مساعدة لاستراتيجية الأعمال.

المهارات: بناء الفريق المناسب للحصول على قدرة تنافسية

الامكانيات المتاحة في تكنولوجيا اليوم، والمتمثلة في الدفع بالرؤيا وسرعة الأعمال، يمكن أن تساعد المؤسسات على الاستجابة بشكل أفضل في عملية تحويل الطلب، وتكوين والاحتفاظ بالعملاء، وتحسين مدى رضائهم. وهذا الرابط بين تكنولوجيا المعلومات ونتائج الأعمال يعلق أهمية قصوى على مهارات التكنولوجيا. حيث أن جذب المتخصصين ذوي المهارات المناسبة غالبا ما يكون صعبا. يجب أن تقوم الشركات ببذل المزيد من الجهود لتطوير المهارات داخلها بالاضافة الى الحصول على المواهب من الخارج.

قام أقل من نصف الشركات في استطلاع الرأي بتطوير مستوى مهارات تكنولوجيا المعلومات المطلوبة لسد فجوة تبني التكنولوجيا (أنظر الى الشكل 2). وتحتاج المؤسسات الى متخصصين في تكنولوجيا المعلومات تم اعدادهم للاستفادة من التكنولوجيا على نحو فعال للمضي لما أبعد من مجرد "إبقاء الأضواء عليها". وتظل الشركات قادرة على المنافسة، فان التكنولوجيا والخبرة ضروريان - على سبيل المثال، فلا يعد الأمر مجرد استخراج للبيانات والرؤية التحليلية ولكن يتطلب المعرفة لوضعها قيد الاستخدام.

الشكل 2 - للاستفادة من التكنولوجيات الناشئة بشكل صحيح، يجب على الشركات إعطاء الأولوية لتنمية المهارات بقوة. أقل من نصف الشركات في أفريقيا استطاعت أن تتقدم في ارتقاء سلم التنمية.



الشكل 3 - المشاركون يرون الاحتمالات الاستراتيجية للتكنولوجيا الناشئة ويواصلون طموحهم.

التأمين: تناول كلي للاهتمامات المتزايدة

قام أكثر من نصف المشاركين في الاستطلاع بابرار التأمين المتعلق بالتكنولوجيا الحديثة باعتبارها قضية تشغل تفكير الجميع. يقوم العملاء والعاملين باستخدام البيانات أكثر من أي وقت مضى، ويمكن أن تفوق المخاطر قدرة المؤسسة على تطوير والحفاظ على اجراءات تأمين البيانات الكافية. ومع تنامي وتطور السوق الأفريقية بسرعة كبيرة، كانت هناك حاجة ملحة لاعداد اجراءات أقوى لتأمين البيانات بالتوازي مع بدء تطبيق الامكانيات التكنولوجية الجديدة. ولكن، عدم وجود استثمارات كافية في الأنظمة الآمنة، وعدم كفاية السياسات والادارات، والحاجة لمزيد من الوعي للمشاكل المتعلقة بتأمين البيانات كلها أسباب تعمل على ابطاء عملية تبني التكنولوجيا الحديثة.

ومثل تطوير تكنولوجيا المعلومات، يعد تأمين البيانات مشكلة تعتمد على دعم الادارة العليا. حيث يجب أن يقوم رواد تكنولوجيا المعلومات بالحصول على الموارد اللازمة لتطوير وتطبيق وفرض اجراءات سرية البيانات الفعالة، سواء على الجانب التقني والسياسي. كما أنهم يحتاجون الى ربط الحاجة الى تأمين البيانات بالمشروع ككل بحيث يقوم العاملين بدورهم في حماية البيانات الحساسة.

تحديد خارطة تبني التكنولوجيا

الثلاث الأخر من الشركات الرائدة التي شملها استطلاع الرأي هو القيادة التي قامت باعطاء الأولوية للتكنولوجيا الحديثة ونجحت في توظيفها بوتيرة متسارعة. (أنظر الشكل 3) وفي حين يقوم العديد من نظرائهم ببذل الجهد فيما يتعلق بالأعمال التنفيذية، تعمل القيادة بناء على الرؤية الاستراتيجية الخاصة بها والتحرك بسرعة لاقامة ميزة تنافسية.

والعديد من تطبيقات القيادة لها أصول تتعلق بالكيفية التي تعمل بها المؤسسة نفسها. ولا يركز رواد تكنولوجيا المعلومات على التكنولوجيا نفسها فقط، لكن على التغييرات النظامية اللازمة لتحويل المشروع بطرق أكثر جوهرية. وهذا يشمل الشفافية الداخلية والحوار الاستراتيجي. وتوسع القيادة الى انشاء أعمال مزيد من المرونة وبعد النظر للاستفادة من امكانيات التكنولوجيا الحديثة.

وتكشف النظرة القريبة عن عمل القيادة عن بعض الاجراءات الرئيسية التي قامت باتخاذها لسد فجوة تبني التكنولوجيا (أنظر الشكل 4). وبالمقارنة بنظرائها، يوضح رواد تكنولوجيا المعلومات الاختلافات الواضحة في كيفية التعاون مع زملائهم وتناول نتائج الأعمال الهامة.

التجارب الرائدة

		المجموعة	القادة	القادة المتميزين
ريادة الأعمال الاستراتيجية	يجتمع مع الرئيس التنفيذي/ كبار المدراء بانتظام	64%	88%	40%
	ربط استثمارات تكنولوجيا المعلومات مع نتائج الأعمال	67%	85%	30%
	استخدام المقاييس وكروت النتائج لتقييم مخاطر تكنولوجيا المعلومات	46%	79%	70%
	انشاء ثقافة في ضوء معرفة المخاطر	59%	79%	30%
مهارات تكنولوجيا المعلومات	اتأمين الموارد للابتكار	58%	75%	30%
	تطوير مهارات تكنولوجيا المعلومات لتتوافق مع متطلبات الأعمال المستقبلية	26%	46%	80%
التأمين	دمج التكنولوجيا الأمنية الجديدة	64%	80%	30%
	التواصل والتعاون بشأن المخاوف الأمنية	60%	77%	30%
	توفير التطوير للمهارات المتخصصة في مجال الأمن	52%	69%	30%

الشكل 4 - الشركات الرائدة هي الأكثر في تقوية ريادة الأعمال الاستراتيجية، وتطوير مهارات تكنولوجيا المعلومات، وتطبيق مقاييس الأمان للمساعدة في تحقيق نجاح المشروع من خلال التكنولوجيا.

كيف تصبح تكنولوجيا المعلومات جزءاً من الصورة الاستراتيجية

وجدت الشركات الأفريقية المتطلعة طرق لتمكين رواد تكنولوجيا المعلومات لديها من خلال التحول الثقافي. تسعى هذه المؤسسات إلى إدارة، بدلا من تجنب، مخاطر الأعمال باستخدام التحليلات لخلق ثقافة مؤسسية تبنى فيها القرارات على أساس معلومات حقيقية.

والأهم من ذلك، الدعم الإداري للقيادة. وبالنسبة لهذه الشركات، تعد تكنولوجيا المعلومات جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية الأعمال، وليس مجرد عنصر دعم في نجاح الشركة. ويتطلب مستوى المشاركة الداخلية هذا اتصالات ومشاركة واضحة ومفتوحة بين رواد تكنولوجيا المعلومات ونظرائهم في الأعمال، وهو شيء تقوم القيادة به بنسبة 40 في المئة في كثير من الأحيان.

وتبذل القيادة المزيد من الجهد لاثبات قيمة التكنولوجيا بشكل ملموس. وقد وجدت الدراسة أنه يتم استخدام المقاييس وبطاقات النتائج بنسبة 70 في المئة أكثر من نظرائهم لربط تكنولوجيا المعلومات بنتائج الأعمال. وتقوم القيادة أيضا بإدارة المخاطر على نحو أكثر قوة من خلال اجراء التقييم الدقيق. وفي نفس الوقت، تقوم على الأرجح بنسبة 30 في المئة بتعزيز مهارات الاتصالات والقيادة لخلق ثقافة أكثر وعياً للمخاطر.

ما الذي تقوم به القيادة لبناء قاعدة مهارات تكنولوجيا المعلومات

تعرف القيادة ما هو المطلوب للتنافس على المدى الطويل: معرفة وظيفية تمتد إلى كل من الأعمال وتكنولوجيا المعلومات. وبنسبة 80 في المئة، تكون هذه الشركات هي الأكثر عرضة للتطوير الاستباقي للمهارات المهنية اللازمة للوصول إلى الأهداف المستقبلية، بدلا من مجرد تناول الفوري لاحتياجات المشروع.

وفي نظر القيادة، يكون دعم الرواد لتنمية المهارات أساسية. حيث يكون لرواد تكنولوجيا المعلومات لديها حالة أعمال قوية لتطوير وصياغة الخطط القابلة للتطبيق والتي تركز على المستقبل، وتأسيس الاجراءات الأساسية لتعزيز مهارات تكنولوجيا المعلومات.

بالنسبة للقيادة، يعد تأمين البيانات مسألة تنافسية

تشعر الشركات الأفريقية بقلق بالغ إزاء النمو الهائل في البيانات التي يتم التوصل إليها من خلال أجهزة التليفون المحمول والحوسبة السحابية. وتعد القيادة، على الرغم من ذلك، هي الأكثر استعدادا للحد من المخاطر. مما يتيح امكانية اتخاذ قرارات جريئة لاغتنام فرص السوق الأقل خطورة فيما يتعلق بتأمين البيانات.

تهدف القيادة إلى تحديد أولوية مشتركة لأنظمة ومعلومات الحماية، والعمل على تركيز المؤسسة بالكامل على تأمين البيانات. حيث تقوم بالتواصل والتعاون فيما يتعلق بهذه المسألة بشكل ما يقرب من أكثر من ثلث ما تقوم المؤسسات الأخرى به.

وتضع شركات القيادة أولوية أعلى على الاستثمار في تأمين البيانات. حيث تقوم بسد الفجوات فيما يتعلق بالاستعداد لأنها هي الأكثر بنسبة 30 في المائة في توظيف التقنيات الجديدة وتعزيز الخبرات والمهارات فيما يتعلق بتأمين البيانات.

قوة التحليلات: الحد من تكاليف الرعاية الصحية

Discovery Health تعد أحد أقوى شركات التأمين في جنوب أفريقيا. واستراتيجيتها هي: خط انتاج أوسع، بتكلفة أقل بنسبة 15 بالمائة عن المنافسين.

والشركات في صناعة التأمين الصحية المنافسة تدفع للمحافظة على صحة الأعضاء. باستخدام التكنولوجيا، أصبح بإمكان Discovery المضي قدما من خلال استباقها مع خيارات الرعاية. وبدلا من انتظار وقوع الأعضاء مرضي، تبحث Discovery بشكل أعمق للتعرف على الأعضاء المعرضة لبعض الظروف الطبية وما يمكن عمله لتخفيف آثارها.

وتقوم تحليلات شركة Discovery باستخدام حجم النمو للبيانات الطبية والديموغرافية وبيانات التسجيل لتقوية امكانيات التنبؤ الطبية للشركة. وهذا يؤدي إلى مساعدة الشركة في تطوير البرامج الوقائية التي يمكن أن تساعد الأشخاص في تفادي المشاكل الصحية.⁷

سد فجوة التبني

قيمة الأعمال المتعلقة بفرص التكنولوجيا الحديثة. المهارات الحالية والتي تستطيع الأعمال الاستفادة منها ويجب النظر إليها مع الأخذ في الاعتبار فرص التطوير. وأخيرا، يجب أخذ مسألة تأمين البيانات في الاعتبار على نحو كلي، وتحقيق التوازن في المخاطر تجاه الفرص.

ومن المهم ادراك أنه باغلاق فجوة التبني بعدة طرق يخلق أعمال يتم ادارتها بشكل أكثر فعالية. اذا كانت شركتك تنظر الى استخدام التكنولوجيا الحديثة لكنها تعاني من ناحية التنفيذ، قد تكون الأسئلة في الجدول بأسفل هي المكان المناسب للبدء. يجب الأخذ في الاعتبار العوامل الكامنة وراء الأعمال، بدءا من طريقة صنع القرارات الى كيفية اعداد المؤسسة بناءا على نقاط قوتها والاستفادة من مزايا الفرص الجديدة.

بالنسبة للمؤسسات الأفريقية، يعمل التسريع في تبني التكنولوجيا على فتح باب الابتكار. تساعد تكنولوجيا المعلومات الشركة في أن تصبح أكثر كفاءة وفعالية فيما يتعلق بالعمليات الأساسية، لكن التعهد المتعلق بالتليفون المحمول والبيئة الاجتماعية والتحليلات والحوسبة السحابية يمتد لأكثر من ذلك بكثير. وتأخذ نماذج الأعمال الجديدة شكلا، مبني على رؤية أعمق للعملاء ومشاركة أوثق واستجابة أكبر للمتطلبات المتغيرة.

ويشير تصرف القيادة الى الطريق تجاه تبني التكنولوجيا الحديثة بشكل أسرع وأكثر شمولا. والأمر متروكا لرواد تكنولوجيا المعلومات لتعزيز هذا من خلال تناول امكانيات المؤسسات الخاصة بها في ثلاثة مجالات تحدي رئيسية (أنظر الشكل 5). ويجب التفكير في اشراك رواد تكنولوجيا المعلومات في تطوير استراتيجية الأعمال وأفضل طريقة لربط

الأسئلة التي يجب أخذها في الاعتبار

تحديد التأهب والنضج الأمني	بناء المهارات التي تحتاجها للابتكار	تقييم الكفاءات القيادية الاستراتيجية
كيف تقوم مؤسستك بالاتصال والمشاركة بشأن الاعتبارات الأمنية؟	مع من تشارك للتحقق من رؤيتك؟	ما هو الدور الذي يلعبه رواد تكنولوجيا المعلومات في تصميم استراتيجية الأعمال؟
كيف يمكن تعزيز تنمية المهارات الأمنية للقوى العاملة؟	كيف يمكنك أن تذهب أبعد لتحديد الاحتياجات الفورية للمشروع؟	كيفية ربط استثمارات تكنولوجيا المعلومات مع نتائج الأعمال؟
كيف تقوم بتعليم القوى العاملة لديكم لتصبح أكثر فعالية في التأمين؟	كيف تقوم بتطوير مهارات تكنولوجيا المعلومات لتتوافق مع متطلبات الأعمال المستقبلية؟	ما هو عدد مرات لقاءك مع أقرانك في العمل ومدى عمق هذه العلاقات؟
ما هي تكنولوجيا التأمين الإضافية التي تحتاجها لحماية بياناتك ومستخدميك؟	كيفية تمكين العاملين من تقديم وعود بالتكنولوجيا الناشئة؟	ما مدى فعالية المقاييس وكروت النتائج لديك؟

الشكل 5 - الخطوة الأولى في ملء الفجوة بتبني التكنولوجيا هي بتفهم موقف المؤسسة اليوم. ويمكن أن تكشف الأسئلة الصحيحة عن نقاط القوة والضعف، مما يساعد على تشكيل استراتيجية لتكنولوجيا المعلومات تدفع أيضا الى النجاح في عالم الأعمال.

ما هو مسارك؟

لا يعني معرفة أين هي أكبر التحديات ومكان تفوق القيادة، أنه هناك وصفة واحدة لسد فجوة تبني التكنولوجيا. فنظرا للتنوع في السوق الأفريقية، قد تختلف الظروف التي تواجه المؤسسات على نطاق واسع. وقد تتطلب بعض الأعمال تحول واسع النطاق، سواء ثقافيا وفنيا، لابرز القيمة الكلية للتكنولوجيا الحديثة. وقد يتخلف الآخرون في منطقة مستهدفة واحدة، مثل توافر مهارات تكنولوجيا المعلومات.

بصرف النظر عن الحقائق الفردية، لا يمكن انكار فرصة السوق المؤلفة من المليارات المستعدة للنمو الهائل. وقد شهدت القيادة هذه الامكانية وقاموا باتخاذ تصرف لمساعدتهم على تحقيق ذلك. ومن خلال الاستراتيجية المناسبة، يمكن لنظرائهم أن يحذوا حذوهم.

الاستفادة الاجتماعية: تبدو بارزة في المساحة البنكية المزدهمة

وقامت Johannesburg-based Nedbank بالاعتراف بالأهمية المتزايدة من وسائل التواصل الاجتماعية كأداة للتسويق. وقد توصلت بفعالية للعملاء من خلال الفيسبوك، LinkedIn، وتويتر، بالإضافة إلى المدونات ومنتديات العملاء.

وقد قام البنك باستفادة من الامكانيات التحليلية الأساسية للاستفادة من البيانات التي تأتي من كل هذه المصادر. وقد ثبت أن ذلك غير كافي. فقد كانت الاستجابة البطيئة عثرة في طريق انطلاق امكانيات البنك في الرؤى التي تنتهجها.

وقد ساعدت النمذجة التنبؤية والتعاون في تجاوز Nedbank للعثرات. واليوم، يتم دمج تحليلات وسائط التواصل الاجتماعية في أنظمة البنك والعمليات. مما ساعد على تقليل التكاليف بمقدار 105,000 دولار أمريكي وقد حققت ادارة خدمة العملاء زيادة بمقدار 20 بالمائة.⁸

نبذة عن IBM Center for Applied Insights

ibm.com/ibmcai

يقدم مركز IBM Center for Applied Insights طرق جديدة في التفكير والعمل والقيادة. ومن خلال البحوث القائمة على الأدلة، يزود المركز القادة بإرشادات عملية وحالة التغيير.

نبذة عن IBM Center for CIO Leadership

centerforcioleadership.com

ويعد IBM Center for CIO Leadership مركز دولي، للأقران في الصناعة تركز فقط على النهوض بالكفاءات التجارية للمتخصصين في التكنولوجيا من خلال رؤى الأقران والاتصالات والتعليم والبحث. ويقدم المركز للمديرين التنفيذيين بكل أنحاء العالم امكانية توصل للمجتمع الدولي من الخبراء الأكاديميين والممارسين، والأقران من المديرين التنفيذيين وقادة الأعمال بالهدف المشترك المتمثل في المضي قدما في تخصص الادارة التنفيذية وتوفير التطوير المهني.

نبذة عن المؤلفين

تكريم التهامي هو المدير العام لشركة IBM الشرق الأوسط وأفريقيا، ومقرها في دبي. سابقاً، قاد تكريم وحدة الأعمال الصغيرة والمتوسطة في الخدمات العالمية لشركة IBM لأوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا. وخلال فترة عمله، قام تكريم بالتركيز على المشروعات والمبتكرة، وتطوير امكانيات التسليم المحلية، وزيادة التأثير الجغرافي لشركة IBM. وقام بإنشاء أوجه تعاون في الأبحاث المتقدمة في مجال العلوم الدقيقة وتطبيقات الحاسب المتاحة على الانترنت ما بين شركة IBM والجامعات العليا الاقليمية. كما ساعد تكريم على توسع وجود IBM في المنطقة، وبدء مراكز التسليم ومراكز العملاء العالمية في مصر، كينيا، المغرب، باكستان، المملكة العربية السعودية، جنوب أفريقيا والامارات العربية المتحدة بالإضافة الى فتح مكاتب فرعية متعددة في جنوب الصحراء الكبرى والشرق الأوسط.

كيتلين هالفرتي وتعد مستشار بارز في IBM Center for Applied Insights. وفي هذا الدور، تقوم باجراء أبحاث عن اتجاهات الأعمال والتكنولوجيا الحديثة للمفكرين المتطلعين والقادة المبتكرين. وقبل انضمامها الى المركز، قامت كيتلين بالتشاور مع العملاء في القارات الأربعة وقيادة فرق الأعمال وتكنولوجيا الأعمال متعددة الوظائف لتقديم التغيير التنظيمي وأنظمة البنية التحتية وبيئات التكنولوجيا عبر المؤسسات.

شكر وتقدير خاص

نود التعبير عن امتناننا للفريق الأساسي لدينا ممن أسهمم باسهامات عظيمة بالوقت والخبرة والذي ما كان يتسنى لنا اتمام هذا العمل بدونهم.

المساهمين

أنجي كاثي
كريستين كوكسهيد
كارولين داي
جريج اليفسين
دافيد جارفيس
ستيفن روجرس
جولي كوهين سلوما
كيفين تومسون
مايكل ياكوف



Copyright IBM Corporation 2014 ©


IBM Corporation
New Orchard Road
Armonk, NY 10504

يمكن التوصل للصفحة الرئيسية لشركة IBM على العنوان:
ibm.com

تعد IBM وشعار IBM و ibm.com علامات تجارية لشركة International Corporation في الولايات المتحدة أو البلاد الأخرى أو كلاهما. إذا تم تعليم مصطلحات العلامات التجارية هذه والمصطلحات التي تم تسجيلها بواسطة شركة IBM عند ظهورها لأول مرة في هذه المعلومات برمز العلامة التجارية ("أو TM)، فإن هذه الرموز تشير إلى أنه تم تسجيلها بالولايات المتحدة أو أنها علامات تجارية قانونية مملوكة لشركة IBM وقت صدور هذه المعلومات. وقد تكون هذه العلامات التجارية مسجلة أو علامات تجارية عامة في الدول الأخرى. كما قد تكون أسماء المنتجات أو الخدمات الأخرى علامات تجارية أو علامات خدمة لآخرين. يوجد الكشف الحالي للعلامات التجارية لشركة IBM على الانترنت "Copyright and trademark information" على ibm.com/legal/copytrade.shtml

تعتبر هذه الوثيقة جارية اعتباراً من تاريخ النشر الأولي، ويمكن تغييرها من قبل شركة IBM في أي وقت. ولن تعتبر كل العروض متاحة بكل من البلاد التي تعمل بها شركة IBM.

يتم تقديم المعلومات بهذه الوثيقة "كما هي" بدون أي ضمانات صريحة أو ضمنية، متضمنة ولا تقتصر على الضمانات الخاصة بالقابلية للشراء، الملائمة لغرض معين، وأية ضمانات أو شروط لعدم الانتهاك. يتم ضمان منتجات IBM طبقاً للشروط والأحكام الخاصة بالاتفاقية التي يتم تقديمها بموجبها.

برجاء التدوير 

الملاحظات والمراجع

¹ African Development Bank Group, *The African Consumer Market*, 2012

² Mubila, Maurice. *Briefing Notes for AFDB's Long-Term Strategy: Briefing Note 4, Africa's Demographic Trends*. African Development Bank Group. March 2102. <http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Policy-Documents/FINAL%20Briefing%20Note%204%20Africas%20Demographic%20Trends.pdf>

³ Socialbakers.com, "Egypt Facebook Statistics," <http://www.punkinafrica.co.za/2013/07/11/african-facebook-users-infographic>

⁴ Gartner, "Garner Says Worldwide Mobile Payment Transaction Value to Surpass \$235 Billion in 2013," news release, June 4, 2013

⁵ Forrester, "US Mobile Payments Forecast," http://blogs.forrester.com/denee_carrington/13-01-16-us_mobile_payments_forecast_2013_2017_mobile_payments_to_reach_90b_by_2017

⁶ Koepfel, Harvey. *A roadmap for CIO business leadership: Analysis and recommendations from the 2011 Center for CIO Leadership Survey*. Center for CIO Leadership. May 2012. <http://centerforcioleadership.com/wp-content/uploads/2013/03/KeyInsightsPaperFinal5.pdf>

⁷ *Discovery Health turns big data into better health care*. IBM case study. June 2013. <http://www-01.ibm.com/software/success/cssdb.nsf/CS/STRD-98VE95>

⁸ *Nedbank Ltd.: Faster and deeper social media data insights gained by deploying a near-real-time text-analytics solution*. IBM case study. September 2013. <http://www-01.ibm.com/software/success/cssdb.nsf/CS/KPES-9BANWM>