

IDC PERSPECTIVE

La experiencia corporativa es la “North Star” y el principio rector de IBM iX

Gerry Brown

RESUMEN EJECUTIVO

FIGURA 1

Resumen ejecutivo: La experiencia corporativa es la “North Star” y el principio rector de IBM iX

Esta Perspectiva de IDC analiza la experiencia interactiva de IBM (iX). IBMiX tiene mucho que ofrecerle a las empresas que buscan hacer de la experiencia al cliente (CX) el centro de su negocio. Ofrece servicios de asesoría en estrategias digitales y centros de innovación que funcionan como catalizadores de implementaciones a escala total, incluyendo flujos de trabajo y procesos, despliegue de plataformas de aplicaciones e innovaciones en aplicaciones de la nube a escala. IBM será el total responsable de proporcionar una solución completa y global de experiencia digital.

Principales conclusiones

- IBMiX es líder en servicios de diseño y estrategia digital para impulsar las interacciones del cliente desde la perspectiva de las experiencias deseadas en vez de las capacidades tecnológicas.
- El diferenciador clave de IBMiX es que puede aprovechar el poder del alcance global y las amplias competencias técnicas de IBM para ofrecer soluciones de innovación digital empresarial personalizadas a escala global.
- Las empresas están ansiosas de volverse “más inteligentes” utilizando tecnologías como la inteligencia artificial (IA) y la analítica. La adopción de la computación cognitiva de IBMiX y la posición que IBM ostenta como pionero en la IA gracias a IBM Watson es atractiva para estas compañías.

Acciones recomendadas

- Las grandes empresas deberían considerar a IBMiX como un potencial “socio estratégico de diseño empresarial” que puede proporcionar todas las habilidades y capacidades necesarias para ofrecer soluciones digitales basadas en la experiencia.
- Tal vez las compañías pequeñas les vendría mejor considerar compañías de diseño locales con precios más asequibles, para quienes utilizar los servicios de IBM sería como “usar un martillo para partir una nuez”.
- Se recomienda que las empresas, independientemente de su tamaño, coloquen a la “experiencia” como una prioridad y que hagan de ella el mantra de su operación, ya que la diferenciación será, inevitablemente y más rápido que nunca, la CX en vez del precio y el producto.

Fuente: IDC, 2020

IBM iX forma parte de la organización de servicios empresariales globales de IBM

IBM iX emplea a 17,000 personas y es una de las nueve líneas de servicio dentro de la organización Global Business Services (GBS) de IBM. La organización GBS, cuyo valor es de \$16.6 mil millones, brinda consultoría, integración de sistemas, administración de aplicaciones y servicios de subcontratación de procesos comerciales a nivel global. GBS es el “socio de reinención digital” para los clientes de IBM, ya que combina el conocimiento de la industria, la experiencia funcional y las aplicaciones con el diseño empresarial para tecnologías cognitivas y de la nube. IBM iX opera dentro de la organización GBS Consulting

Los ingresos de GBS Consulting aumentaron alrededor de 3.7% en 2019 a \$8 mil millones, mostrando un crecimiento rentable y una mejora en cada trimestre de 2019 en comparación con el año anterior. IBM iX es factor clave, y por sí solo ha crecido ininterrumpidamente durante los últimos 16 trimestres (cuatro años). En la lista publicada por eConsultancy sobre las agencias digitales del Reino Unido, IBM iX aumentó sus ingresos en un 5% a £282 millones en 2019, en la segunda posición después de Accenture y muy por delante de sus rivales inmediatos Atos, Capgemini y Cognizant.

Algunos podrán sorprenderse al saber que IBM es líder en servicios de diseño y estrategia digital. Estas capacidades normalmente no están asociadas con las competencias de servicios centrales de IBM de integración de sistemas y consultoría técnica. De hecho, IBM iX es fundamental para la propuesta de IBM GBS Consulting de “llevar al mercado soluciones que ayuden a los clientes a estructurar sus planos digitales y la experiencia de sus clientes, definir sus modelos operativos cognitivos y liberar el potencial de todos los datos para mejorar la toma de decisiones”. IBM iX es quizás una joya escondida dentro de la organización de IBM.

La experiencia de IBM iX

IBM iX opera desde 60 centros de diseño globales en seis continentes, ofreciendo experiencias de IBM “Garage” a los clientes. De estos 60 centros, 23 se encuentran en ciudades europeas. Los “Garages” son “programas” y no espacios físicos. Un “Garage” es una forma de trabajo que puede materializarse en un espacio físico en las instalaciones del cliente (pre-COVID-19), en espacios compartidos como WeWork, o de forma completamente virtual (post-COVID-19). Como tal, hay cientos de Garages ocurriendo al mismo tiempo. En respuesta ante la COVID-19, los Garages pasaron de operar con una mezcla entre lo físico y lo virtual a un modelo 100% virtual, de la noche a la mañana.

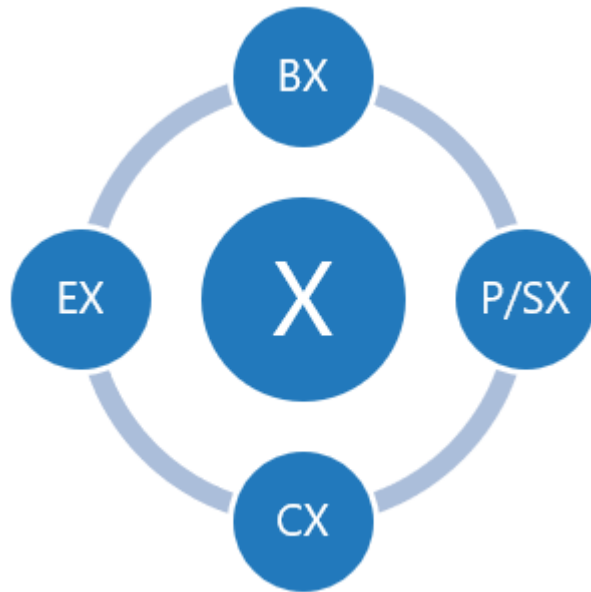
IBM iX indica que opera en la intersección entre la estrategia, la creatividad y la tecnología para ayudar a que los clientes reinventen digitalmente su negocio. Los clientes se asocian con IBM iX para definir estrategias, crear experiencias excepcionales y construir negocios diseñados. IBM iX ayuda a los clientes a implementar sus estrategias comerciales utilizando la tecnología a través de sus seis prácticas operativas principales: Participación del Cliente y Diseño, Móvil, Digital Commerce, Plataformas de marketing, CRM/Salesforce y Estrategia digital.

La experiencia del cliente es la fuerza que impulsa la cartera de servicios y el modelo de comercialización de IBM iX. IBM iX cree que los clientes tendrían que “hacer de la CX su “North Star”, es decir, alcanzar la excelencia en la CX y que esta sea su visión para el futuro de su empresa. El equipo de Participación del Cliente y Diseño (“Customer Engagement and Design” CE&D) de IBM iX ayuda a que la visión de la marca esté alineada a las estrategias de la empresa, permite la innovación tecnológica para los clientes y los empleados, permite que la experiencia del empleado (EX) mejore la CX, y extiende la CX a todos los ecosistemas. Desde el punto de vista de IBM iX, poner al cliente en el centro de las estrategias y la empatía deberán ser una prioridad en toda la empresa y lograr así mejoras de CX sostenibles. Esta estrategia tiene una fuerte sinergia con el modelo de plataformas de Clientes y Consumidores Futuros (“Future of Customers and Consumers”-FoCC) de IDC.

El nombre de la marca de IBM iX personifica su visión holística sobre la experiencia, como un mantra que va más allá de únicamente la CX. IBM pone la “C” en “CX” para ampliar el concepto de omni-experiencias holísticas entre clientes, empleados y asociados comerciales. La Figura 2 muestra los principios operativos de IBM iX: la experiencia de la marca (BX), experiencia de producto/servicio (P/SX), CX y EX. Tanto CX como la EX son los resultados de negocio principales que IBM iX ofrece en las “transformaciones orientadas a la experiencia”, impulsadas por el objetivo y la intención del cliente, los valores del negocio, las habilidades y las formas de trabajo.

FIGURA 2

Principios operativos de IBM iX

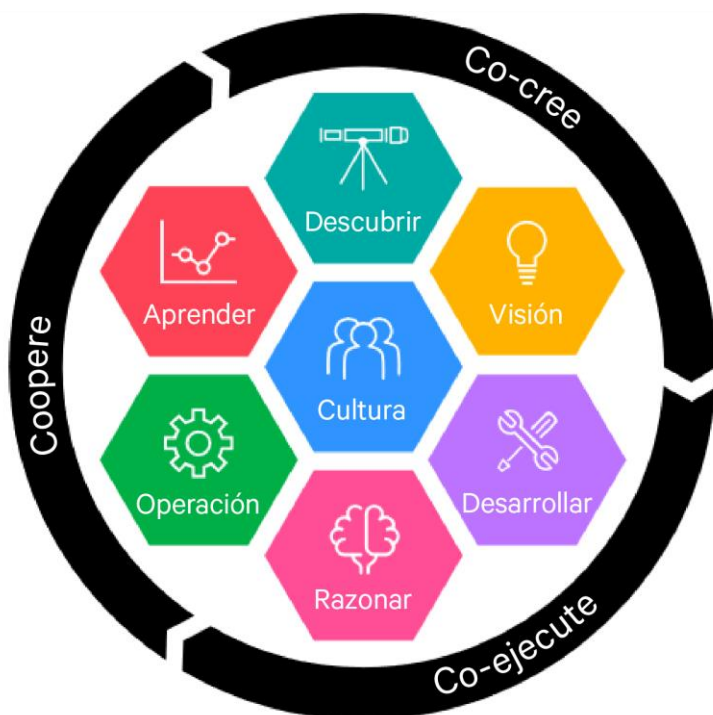


Fuente: IDC, 2020

IBM iX considera que sus clientes deberían implementar una cultura centrada en el consumidor, adoptando la agilidad en la empresa y otras prácticas diseñadas en las personas, y fomentando la curiosidad y la innovación digital a través del empoderamiento de los empleados. IBM iX se considera a sí mismo como un facilitador, ayudando a sus clientes a auditar la experiencia que ofrecen actualmente y a que rápidamente adquieran e implementen tanto su transformación digital como la innovación en la CX formando parte de un enfoque inmersivo tipo “Garage”.

FIGURA 3

Metodología “Garage” de IBM iX



Fuente: IBM, 2020

Garage es una metodología en torno a la innovación (que proporciona “innovación como servicio”) y la transformación (para mejorar la velocidad y el escalamiento). La metodología Garage es donde los equipos multidisciplinares se encuentran con socios estratégicos y start-ups para crear y visualizar conjuntamente el futuro, coordinar las acciones de desarrollo y escalamiento, y cooperar para cambiar y mejorar continuamente mediante el uso de nuevas plataformas y flujos de negocio inteligentes. Las experiencias Garage funcionan bien si se cuenta con lo siguiente: el objetivo correcto, las personas correctas, la tecnología aplicada, los procesos ágiles y las ubicaciones que permiten la innovación, ya sean físicas o virtuales.

En las experiencias de IBM Garage, los clientes trabajan con un equipo de expertos técnicos para definir, diseñar y desarrollar un producto o aplicación que resuelva un problema de negocios en la nube. A través de un enfoque basado en el diseño, Garage se convierte en un espacio de pruebas para iteraciones y novedades. Primero, es necesario definir el problema del negocio. En un taller empresarial, el pensamiento de diseño se utiliza para identificar un caso de uso y su mercado meta, definir las hipótesis empresariales y crear un producto mínimo viable (MVP). Este proyecto altamente colaborativo es co-creado, co-ejecutado y en cooperación entre IBM y su cliente.- Tanto la responsabilidad como la solución del cliente ante el problema son factores clave para la transferencia de habilidades y el desarrollo sostenible.

IBM iX afirma que estas aplicaciones son productos y servicios vivos que el cliente posee, y que se pueden desarrollar e iterar continuamente. Estos equipos combinados descubren el problema, visualizan la solución, desarrollan el prototipo, aplican técnicas de IA en el diseño (Reason), operan, aprenden y siembran una cultura de innovación de alto rendimiento para el cliente. IBM iX proporciona un bucle infinito para los MVP. IBM iX ayuda a ubicar a los clientes en un IBM Garage o IBM Studio, en las instalaciones o de forma virtual; después, recrea los modelos y realiza pruebas piloto de la solución en el propio ambiente de trabajo del cliente.

¿Qué diferencia a IBM iX de otras agencias de diseño?

Los procesos de Garage descritos anteriormente no son necesariamente exclusivos de IBM. Muchas agencias y proveedores de diseño ofrecen servicios similares. Sin embargo, IBM tiene varios activos que son difíciles (o imposibles) de replicar para otras agencias de diseño y proveedores de servicios.

Potencia, tamaño y alcance de la organización IBM

IBM es una agencia digital y consultoría híbrida de servicio completo, y opera como una ventanilla única para la transformación digital. IBM cuenta con la capacidad para asumir el rol principal contratado y la responsabilidad de gestionar el cambio empresarial a nombre de los clientes. IBM iX puede aprovechar el poder de todos los recursos globales de IBM para ofrecerle a sus clientes soluciones integrales de transformación empresarial. De alguna forma, IBM iX es la llave del éxito, la puerta de entrada creativa para que los clientes interactúen con toda la organización IBM. IBM iX está respaldado por una red de entrega globalmente integrada conformada de todas las tecnologías, soluciones y servicios de IBM, incluidos IBM Research y Global Technology Services (GTS) de IBM.

La mayoría de los altos ejecutivos buscan no solo la innovación táctica- ahora quieren industrializar, innovar y escalar digitalmente en toda su organización, a nivel global. Los ejecutivos quieren evitar “actos digitales aleatorios” y un “caos ágil” que pueda crear burbujas de innovación, además, buscan adoptar la “agilidad con propósito” en el escalamiento. Aquí es donde los recursos de IBM se pueden aprovechar al máximo. IBM es una buena opción para las empresas cuando la transformación digital requiere algo de “trabajo pesado”, como integraciones complejas con sistemas heredados e implementaciones locales personalizadas en muchas geografías. IBM puede ofrecer una estrategia digital y escalar la ejecución a nivel mundial. Esta capacidad también va más allá de únicamente la implementación.

IBM puede proporcionar la escala y el alcance suficientes para ofrecer un paquete completo de gestión de cambios, educación y capacitación en los negocios de sus clientes a nivel global.

Relaciones estratégicas con múltiples proveedores

IBM cuenta con muchos recursos que van más allá de las capacidades de la mayoría de las agencias de diseño, como en el uso de las aplicaciones de Adobe y Salesforce. Esta capacidad permite que IBM le ayude a sus clientes a descubrir el potencial de sus propias plataformas, las cuales están generalmente infrautilizadas o no están optimizadas para ejecutarse correctamente.

Por ejemplo, IBM adquirió Bluewolf, el implementador líder de Salesforce, el cual le da una mayor experiencia en la plataforma, especialmente en Field Service Lightning. IBM iX es independiente de la plataforma, ya que ha cedido sus activos de software para la CX a Acoustic y HCL, con el objetivo de concentrarse en la prestación de servicios sin la posibilidad de un conflicto de intereses creados por los proveedores.

Sin embargo, IBM aún puede recurrir a sus relaciones estratégicas con otros grandes proveedores para proporcionar una gran cantidad de recursos especializados. Por ejemplo, la movilidad es un aspecto importante de la transformación digital, e IBM puede aprovechar sus sólidas relaciones con Apple y Samsung para ayudar en las implementaciones de los clientes. IBM también cuenta con una asociación muy bien establecida con SAP, con quien colabora para ofrecer servicios de telecomunicación y mercados de medios. La lista de socios estratégicos también incluye a Acquia, Sitecore y Acoustic.

IBM iX EMEA fue reconocida recientemente como Socio del Año en Calidad de Entrega en Experiencias Digitales de Adobe. Adobe elogió la “inversión continua de IBM iX en certificación y especialización para ofrecer una amplia experiencia en soluciones de Adobe a los sectores principales del mercado en EMEA”. Adobe e IBM iX han ampliado su colaboración global para incorporar Adobe XD, la plataforma de diseño de experiencias de Adobe. La oferta conjunta de Adobe e IBM iX permite la implementación y personalización del sistema de diseño de código abierto de IBM Carbon, integrado a Adobe XD.

IBM como la creadora de “la Empresa Cognitiva”

La creación de la “empresa cognitiva” es una de las razones principales de la diferenciación de IBM iX. IBM iX aprovecha la profunda experiencia analítica de IBM y las capacidades de IBM Watson para brindar una experiencia empresarial con humanismo, plataformas comerciales y flujos de trabajo inteligentes.

Los sistemas cognitivos y la tecnología de aprendizaje automático deben ser parte integral de la transformación digital, en vez de considerarse un complemento para las implementaciones en la nube. IBM iX ayuda a sus clientes en la transformación hacia una empresa cognitiva a través de la creación de estrategias y experiencias en su plataforma de negocios, el cambio de procesos a flujos de trabajos inteligentes mediante la IA y en la construcción de infraestructuras híbridas y de nube de código abierto.

IBM tiene la mayor experiencia y la base de investigación más profunda relacionada con la construcción e implementación de sistemas cognitivos de cualquier proveedor. Por lo tanto, asociarse con IBM iX para diseñar negocios tiene sentido, especialmente para clientes que quieren transformarse en empresas cognitivas (inteligentes).

Soluciones completas para la industria

CX es muy diferente para cada industria, ya que sus patrones de adopción, modelos operativos, proveedores heredados y otros aspectos varían entre ellas. IBM iX se adapta a estos matices, ofreciendo soporte industrial especializado para servicios financieros, el sector público, comunicaciones, distribución e industrias verticales, así como muchos otros subsegmentos. Estos casos específicos por industria impulsan su compromiso con los clientes. IBM iX reúne diseño, experiencia específica de la industria y una amplia cartera de tecnología para ayudar a los clientes a gestionar su reinversión digital.

CONSEJOS PARA LOS COMPRADORES DE TECNOLOGÍA

IBM iX coloca a la CX en el centro de su propuesta de valor. Este es un diferenciador importante por derecho propio- la mayoría de sus competidores directos colocan a la CX como un elemento más dentro de su portafolio de servicios. La investigación de IDC indica que la CX es un resultado de negocios clave que los compradores de TI de las empresas buscan, siendo uno de los criterios para la adquisición de tecnología y servicios relacionados. CX no es un complemento al servicio, e IBM tiene razón en reconocerlo. IBM también está en lo correcto al reconocer que la experiencia no involucra únicamente lo que el cliente recibe, sino que se impregna en todos los aspectos de una empresa moderna.

Es posible que IBM iX no tenga la imagen de diseño tan purista de algunos de sus pares, pero su oferta holística y sus competencias y capacidades tecnológicas lo convierten en una opción atractiva y de bajo riesgo para quienes toman las decisiones de negocio, incluyendo al CEO, CIO, CDO y COO. Las empresas globales que buscan una capacidad de servicios empresariales digitales escalables deberían incluir IBM iX entre sus candidatos. Esto es lo que sin duda atrajo a los clientes actuales de IBM iX en Europa, incluyendo a BP, Lloyds Bank y Crédit Mutuel.

CONOZCA MÁS

Investigación relacionada

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

Sinopsis

Esta perspectiva de IDC aborda el tema de IBM iX su enfoque para ofrecer empatía, experiencia e impacto en sus interacciones digitales empresariales. IBM iX proporciona servicios de asesoramiento en estrategia digital y servicios de innovación a través de estudios digitales para trabajos por proyectos, a través de la metodología de innovación “Garage”. Esto enciende la llama para ofrecer más servicios e interacciones tecnológicas con IBM.

“La experiencia empresarial es el motor principal que sustenta todos los servicios de implementación, asesoramiento tecnológico y de negocios de IBM iX”, dijo Gerry Brown, director de investigación de IDC European CX. “El enfoque tipo “North Star” que la CX tiene sobre IBM iX contrasta con los de muchos de sus competidores, para quienes la experiencia del cliente es solo un elemento más en la lista, que lucha por sobresalir entre las áreas de servicios de tecnología. Los encargados de compras en las empresas que coincidan con la idea de IBM sobre la importancia que la CX tiene en las prioridades de negocio deberían considerar trabajar con los servicios de iX.”

Sobre IDC

International Data Corporation (IDC) es el principal proveedor mundial de inteligencia de mercado, servicios de asesoramiento y eventos para los mercados de tecnología de la información, telecomunicaciones y tecnología de consumo. IDC ayuda a los profesionales de TI, ejecutivos comerciales y la comunidad de inversionistas a tomar decisiones basadas en datos reales para adquirir tecnología y para sus estrategias de negocio. Más de 1,100 analistas de IDC ofrecen su experiencia en oportunidades y tendencias industriales y tecnológicas locales, regionales y globales, en más de 110 países alrededor del mundo. Durante 50 años, IDC ha compartido insights estratégicos a nuestros clientes para ayudarles a alcanzar sus objetivos empresariales clave. IDC es subsidiaria de IDG, la mayor empresa de medios tecnológicos, investigación y eventos en el mundo.

IDC U.K.

IDC UK
5th Floor, Ealing Cross,
85 Uxbridge Road
Londres
W5 5TH, Reino Unido
44.208.987.7100
Twitter: @IDC
idc-community.com
www.idc.com

Aviso de Copyright

Este documento de investigación de IDC fue publicado como parte del servicio de inteligencia continua de IDC a través de investigación escrita, interacciones con analistas, informes y conferencias. Visite www.idc.com para conocer más sobre los servicios de suscripción y consultoría que IDC ofrece. Para ver una lista de las oficinas de IDC alrededor del mundo, visite www.idc.com/offices Comuníquese directamente al teléfono de IDC al 800.343.4952, ext. 7988 (o +1.508.988.7988) o al correo electrónico sales@idc.com para saber cómo aplicar el precio pagado de este documento a las compras de algún servicio de IDC, o para más obtener información sobre copias adicionales o derechos en la web.

Copyright 2020 IDC. Prohibida su reproducción no autorizada. Todos los derechos reservados.

