

NORLYS

DIGITALT MINDSET

Rapport 1 af 3, 2021



TEKNOLOGISK
INSTITUT

COVID-19 har sat turbo på digitale teknologier

Af seniorspecialist Stig Yding Sørensen og konsulent Malene Hartung, Teknologisk Institut, i samarbejde med Jysk Analyse A/S for Norlys erhverv, 2021.

Indhold

COVID-19 har sat turbo på digitale teknologier	4
Hver fjerde virksomhed føler sig digitalt foran – lige så mange føler sig bagud.....	5
9 ud af 10 virksomheder har digitale ambitioner	9
Adgang til internet er vigtigt for næsten alle virksomheder	11
Digital teknologi indgår næsten altid i innovation.....	13
COVID-19 har gjort 7 ud af 10 virksomheder mere digitale	17
Mere digital kommunikation internt i virksomheder	18
Videomøder har forbundet medarbejderne under COVID-19.....	20
6 ud af 10 virksomheder har styrket den digitale kommunikation med kunderne	22
9 ud af 10 virksomheder har samme eller bedre kundekommunikation end før COVID-19.....	23
Virksomhederne bag undersøgelsen	26
Cases.....	28

COVID-19 har sat turbo på digitale teknologier

COVID-19 har øget brugen af digitale teknologier i 7 ud af 10 virksomheder. Den helt store ændring er brugen af videomøder. Videotelefoni var ren science fiction for få år siden – men det teknologiske fundament var dog lagt før COVID-19: Stærke computere, hurtige internetforbindelser og fungerende software. I mange erhverv var det heller ikke ualmindeligt med en hjemmearbejdsplads.

COVID-19 har imidlertid gjort Teams, Skype og Zoom til hverdagsord. På tværs af brancher har videotelefoni fjernet transporttiden til både interne og eksterne møder, og medarbejdere holder kontakt med hinanden og kunderne hjemmefra. De færreste har oplevet, at kommunikationen med kunderne er forringet.

Baggrund for rapporten

Rapporten baserer sig på interviews af 157 danske virksomhedsledere. Virksomhederne er repræsentativt udvalgt.

Formålet er at undersøge virksomheders digitale mindset i fem store brancher på bagkant af COVID-19: Landbrug, industri, byggeri, detailhandel og liberale erhverv. Det digitale mindset omfatter i undersøgelsen digitale teknologier, der kan håndteres ved hjælp af computere, smartphones og internet – fx software, fibernet, onlinemøder, 3D-print og robotter.

Resultaterne i kort form

Interviewene dokumenterer, at internet er en helt afgørende infrastruktur for langt de fleste virksomheder. Og i hver femte virksomhed har COVID-19 accelereret virksomheders brug af digitale løsninger.

De fleste virksomheder har digital selvtillid og mener, at de er lige så gode eller bedre end andre til at anvende digital teknologi. I detailhandlen oplever 4 ud af 10 virksomheder, at de er foran andre i branchen. De fleste har ambitioner om at følge med, men hver sjette virksomhed oplever at halte efter andre virksomheder.

Virksomheder benytter generelt telefoni mere end tidligere, og det sker især ved brug af videomøder på platforme som Teams, Zoom eller Skype. Her har COVID-19 gjort en stor forskel for mange virksomheder – og det gælder både den interne kommunikation i virksomheden og den eksterne kommunikation med kunder og samarbejdspartnere.

I forhold til ekstern kommunikation bliver det meget tydeligt, at den digitale opgradering gælder på tværs af virksomheder og i alle dele af samfundet. 9 ud af 10 virksomheder har øget brugen af digital teknologi, og næsten halvdelen af virksomhederne har brugt videomøder til at holde kontakten med kunderne.

Med 5G og mobiltelefonernes indbyggede kamera kan videotelefoni med tiden få en endnu større rolle på bekostning af det fysiske møde. Dog vil der være forskelle mellem brancherne: I landbrug og byggeri skal det meste arbejde udføres fysisk, mens arbejdet i liberale erhverv som forsikringsmæglere, advokater og revisorer næsten altid kan udføres på en computer.

Rapporten her har fokus på COVID-19's indvirkning på virksomhedernes brug af digitale teknologier. Virksomhedernes svar dokumenterer, at de digitale teknologier har været en afgørende faktor for, at mange virksomheder har klaret sig igennem pandemien på trods af restriktioner i den fysiske kontakt.

Hver fjerde virksomhed føler sig digitalt foran – lige så mange føler sig bagud

Digitalisering er et konkurrenceparameter. Typisk er teknologierne nemlig forbundet med effektiviseringer og økonomiske besparelser.

Cirka hver fjerde virksomhed vurderer, at deres virksomhed er digitalt foran. Men næsten lige så mange vurderer, at de er bagud i forhold til konkurrenterne.

Detailbranchen har flest digitale frontløbere

Andelen af virksomheder med et selvanslået højere digitalt niveau end resten af branchen er størst i

detailbranchen. Her vurderer 38 procent af virksomhederne nemlig, at de er foran konkurrenterne. Denne andel er 22 procent i landbruget, den industrielle sektor og i byggeriet.

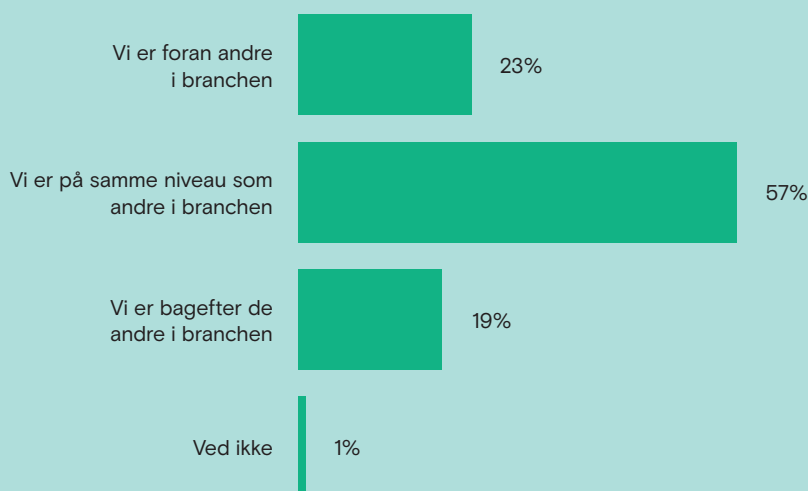
Kun 11 procent i de liberale erhverv vurderer, at de har et højere digitalt niveau end resten af branchen.

Virksomhedens digitale niveau sammenlignet med andre

Hver fjerde virksomhed føler sig foran – og lige så mange føler sig bagud på det digitale niveau

- Hvordan vil du vurdere jeres virksomheds digitale niveau i dag sammenlignet med resten af jeres branche – er I foran, bagud eller cirka på niveau?

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.







Et åbent
digitalt mindset
har været afgørende
i COVID-19
pandemien





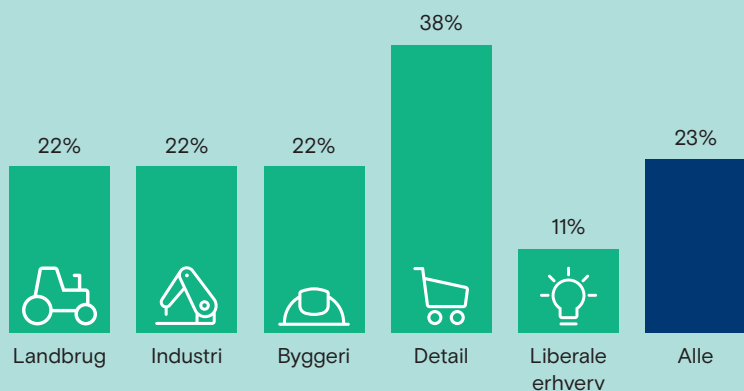
Andel af digitale frontløbere fordelt på branche

Detailhandlen føler sig foran

- Hvordan vil du vurdere jeres virksomheds digitale niveau i dag sammenlignet med resten af jeres branche – er I foran, bagud eller cirka på niveau?

Andele pr. branche som svarer, at de er foran andre i branchen.

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



9 ud af 10 virksomheder har digitale ambitioner

Mere end 9 ud af 10 virksomheder ønsker at følge den digitale udvikling, og hver tredje har en ambition om at være blandt branchens mest digitaliserede.

Sådan ser ambitionerne ud – fordelt på brancher

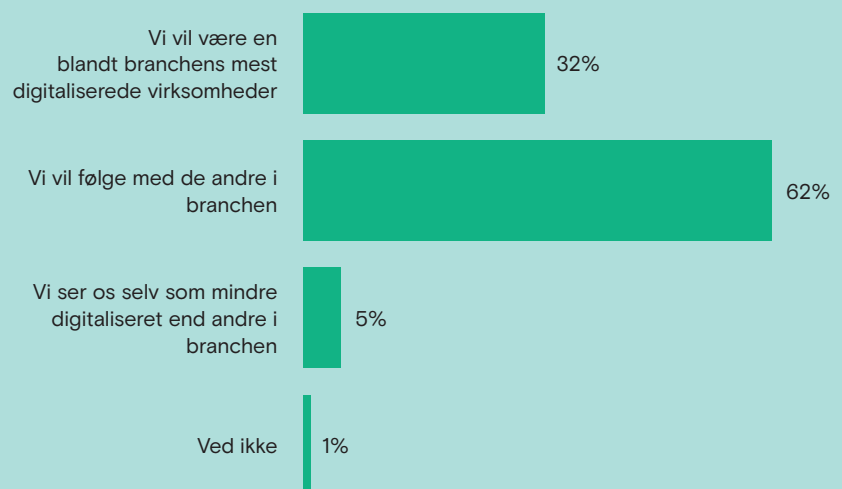
I de liberale erhverv, som allerede er blandt de mest digitaliserede virksomheder, er det en tredjedel, der har ambitioner om at være i front.

I detailhandlen er det 51 procent af virksomhederne, der har en ambition om at være digitalt i front. Den udvikling afspejles i landets gågader, hvor internet-

handlen gør det stadig vanskeligere, eller måske overflødigt, at have en fysisk butik med udgifter til personale, husleje, opvarmning og rengøring.

I byggesektoren er man mindre ambitiøse på trods af en række initiativer til at gøre fx byggesager, planlægningsværktøjer og arbejdsgange mere digitale. Hver fjerde virksomhed i byggeriet har ambitioner om at blive mere digitale.

De danske virksomheder er ambitiøse, når det kommer til digitale teknologier



9 ud af 10 virksomheder har digitale ambitioner

- Hvilke ambitioner har I for jeres brug af digitale teknologier fremover?

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



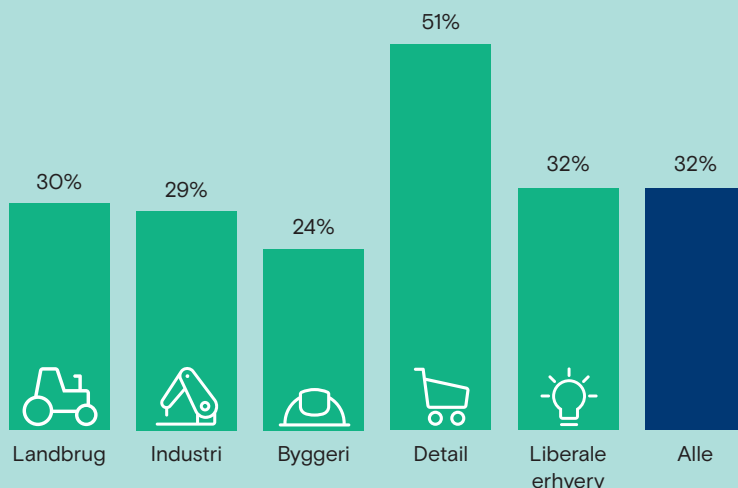
Andel af digitalt ambitiøse virksomheder

Især detailhandlen har digitalt ambitiøse virksomheder

- Hvilken ambition har I for jeres brug af digitale teknologier fremover?

Andel pr. branche som svarer, at de vil være blandt branchens mest digitaliserede virksomheder.

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



Adgang til internet er vigtigt for næsten alle virksomheder

Hele 96 procent svarer, at adgang til internettet har stor betydning for deres virksomhed, og 65 procent svarer, at det har afgørende betydning.

Disse tal er en smule højere, end da vi i 2019 stillede en række virksomheder i samme fem brancher spørgsmålet. Forskellene kan skyldes statistisk tilfældighed, men det virker troværdigt, at internettet har fået en større rolle under COVID-19 – fordi internettet har været afgørende for at drive forretning.

De liberale erhverv ser størst vigtighed i internettet – byggeriet mindst

I de liberale erhverv svarer alle virksomheder, at netadgang har meget stor eller afgørende betydning.

Mere end 80 procent af virksomheder i landbruget, den industrielle sektor og detailbranchen svarer ligeledes, at internet er meget vigtigt for dem.

Virksomhederne i byggesektoren føler sig mindst afhængige af internettet, og sammenlignet med andre brancher er 59 procent en lav andel. Alligevel er det flertallet af virksomhederne i byggeriet, der svarer, at internettet har meget stor eller afgørende betydning for virksomheden.

Internettets betydning for virksomheden

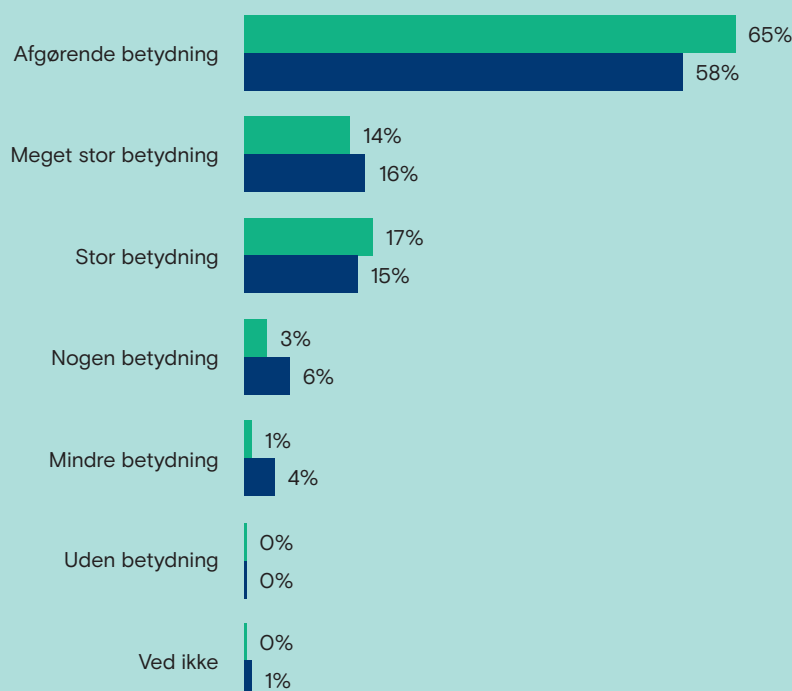
■ 2021
■ 2019

Adgang til internettet er vigtigt for næsten alle virksomheder

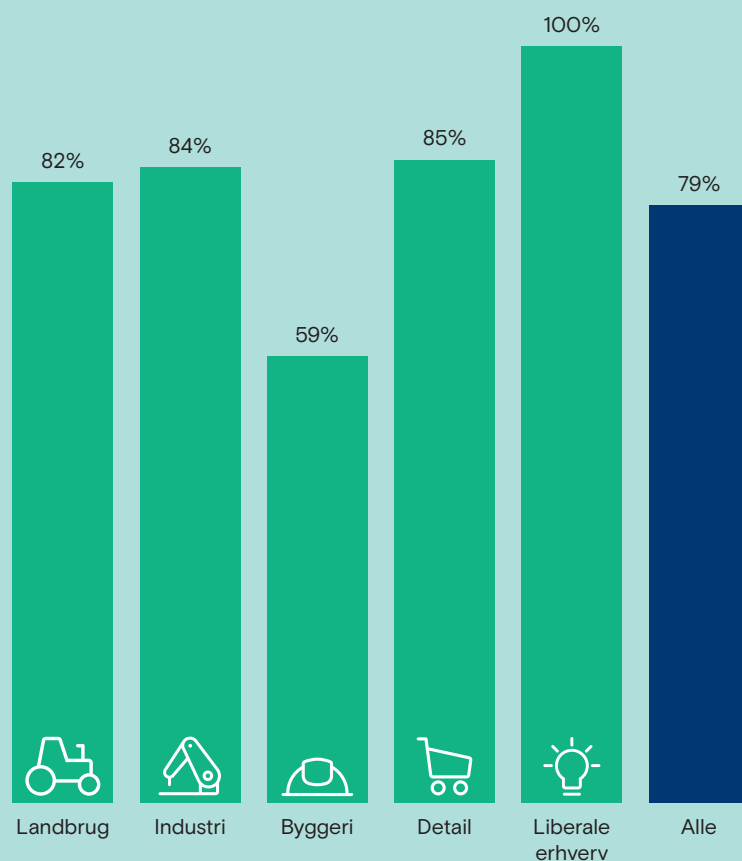
- Hvilken betydning har adgangen til internettet for jeres virksomhed?

Svar sammenlignet med tilsvarende undersøgelse i 2019

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



Andel der svarer, at adgang til internettet har meget stor eller afgørende betydning for virksomheden



Liberale erhverv er afhængige af internettet

- Hvilken betydning har adgangen til internettet for jeres virksomhed?

Internettet har betydning for alle virksomheder i de fem brancher: Landbrug, industri, bygge og anlæg, detailhandel samt liberale erhverv

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.

Digital teknologi indgår næsten altid i innovation

Når virksomheder udvikler nye produkter og effektiviserer arbejdsgange, kan digital teknologi være en del af løsningen. Kun syv procent af virksomhederne svarer, at digital teknologi slet ikke indgår, når virksomheden udvikler nye produkter og interne processer.

6 ud af 10 bruger i høj grad digital teknologi til udvikling

Brugen af digitale teknologier varierer på tværs af de undersøgte virksomheder. 32 procent af virksomhederne svarer, at de i meget høj grad bruger digitale teknologier, når de fx udvikler nye produkter eller effektiviserer arbejdsgange. For 27 procent gør det sig gældende i høj grad.

Det vil sige, at cirka 6 ud af 10 virksomheder har stor gavn af digitale teknologier, når de produktudvikler og effektiviserer.

Mindst digital teknologi i landbruget og byggeriet

Særligt i de liberale erhverv, detailbranchen og i den industrielle sektor har de digitale teknologier stor betydning ved innovation af produkter og processer.

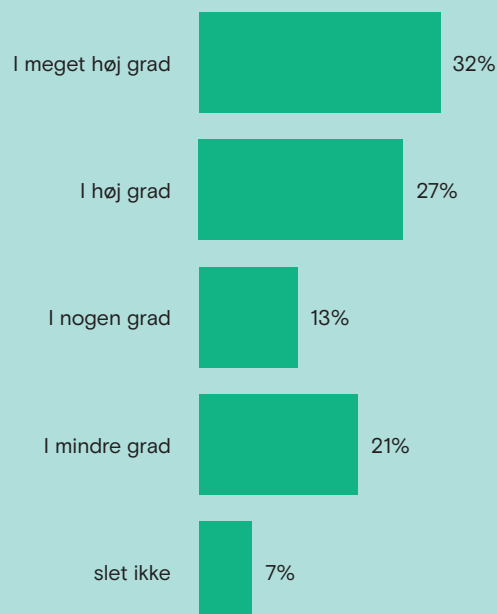
I landbruget og byggeriet er det betydeligt færre, som svarer "i høj grad" eller "i meget høj grad" på anvendelsen af digital teknologi i innovationen.

Spiller digitale teknologier en rolle, når virksomhederne skal udvikle produkter og effektivisere arbejdsgange?

Digital teknologi indgår næsten altid i innovation

- I hvilken grad indgår digitale teknologier, når I for eksempel udvikler nye produkter eller effektiviserer arbejdsgange?

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



A photograph of three business professionals in a modern office setting. On the left, a woman with short grey hair is seen from the back, wearing a dark blue top. In the center, a woman with long blonde hair is smiling and looking towards the man on the right. On the right, a man with short brown hair, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt, is gesturing with his hands as if speaking. The background shows a bright, modern interior with large windows and a dark ceiling.

Digitalisering er
et konkurrence-
parameter





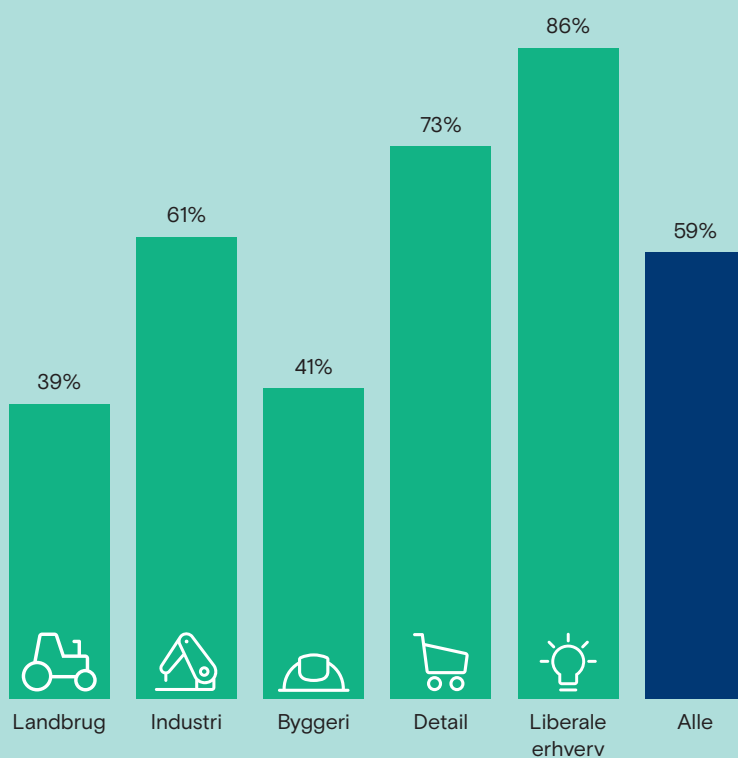
Andel der svarer, at digitale teknologier i meget høj eller høj grad indgår ved udvikling af nye produkter eller effektivisering af arbejdsgange

Digital teknologi har stor betydning for innovation af produkter og processer

- I hvilken grad indgår digitale teknologier, når I for eksempel udvikler nye produkter eller effektiviserer arbejdsgange?

Digitalisering har betydning for innovationen i de fem brancher: Landbrug, industri, byggeri, detailhandel samt liberale erhverv

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse.
Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



COVID-19 har gjort 7 ud af 10 virksomheder mere digitale

COVID-19 har påvirket store dele af det danske arbejdsmarked. Pandemien har presset virksomheder til at tænke i nye baner for at få forretningen til at løbe rundt. Og de digitale teknologier har været ét af værktøjerne til at tilpasse sig de nye arbejdsgange med fx hjemmearbejde.

Et blandet billede

Mere end hver femte virksomhed svarer, at COVID-19 i meget høj grad eller høj grad har udvidet deres brug af digitale teknologier.

Modsat svarer 29 procent af virksomhederne, at COVID-19 slet ikke har medvirket til, at de i højere grad bruger digitale teknologier.

Samlet set har 7 ud af 10 fået et digitalt løft

Undersøgelsen peger på, at COVID-19 i en vis udstrækning har været årsag til et digitalt løft i 7 ud af 10 virksomheder.

COVID-19 restriktionerne kan i de 7 ud af 10 virksomheder have medført, at kundeopgaver – og til dels også serviceopgaver – er blevet udført over nettet eller ved hjælp af videomøder.

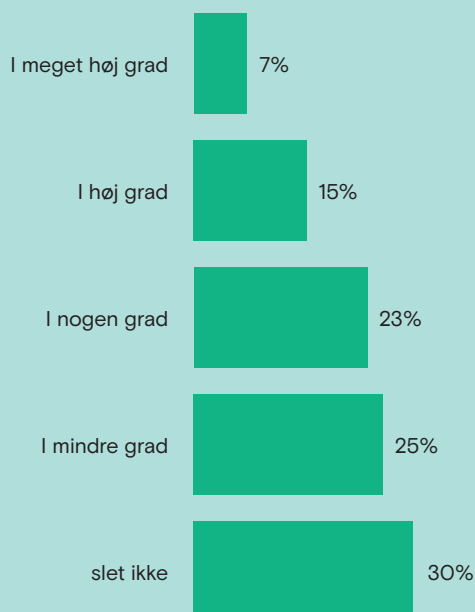
Der kan også have været øget salg og kommunikation via websites, ligesom cloudløsninger og hjemmeopkoblinger har givet nye måder at arbejde sammen på.

Har COVID-19 påvirket virksomhedernes brug af digitale teknologier?

COVID-19 har gjort 7 ud af 10 virksomheder mere digitale

- I hvilken grad har COVID-19 udvidet jeres brug af digitale teknologier?

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



Mere digital kommunikation internt i virksomheder

Sammenlignet med tiden før COVID-19 har cirka halvdelen af virksomhederne forøget brugen af digitale teknologier til at kommunikere internt.

Det er specielt de liberale erhverv, der har brugt digital teknologi til den interne kommunikation.

48 procent kommunikerer mere digitalt eksternt

En lidt større andel – 48 procent – af virksomhederne har i højere grad anvendt digitale teknologier til at kommunikere med kunder. Det gælder særligt i de liberale erhverv, den industrielle sektor og landbruget.

Andel som svarer, at de har udvidet virksomhedens brug af digitale teknologier under COVID-19

■ Mere digital kommunikation
■ Ingen forskel

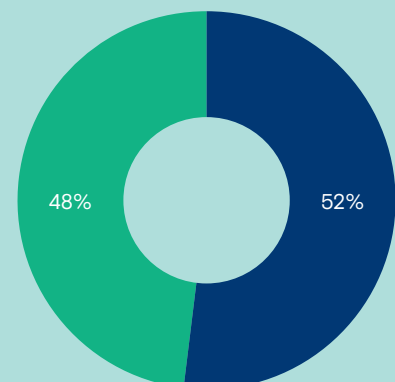
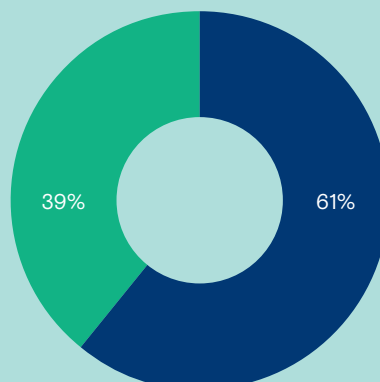
Mere digital kommunikation
INTERNT
end før COVID-19

Mere digital kommunikation
EKSTERNT
end før COVID-19

COVID-19 har accelereret digital kommunikation

- I hvilken grad har COVID-19 udvidet jeres brug af digitale teknologier?

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.





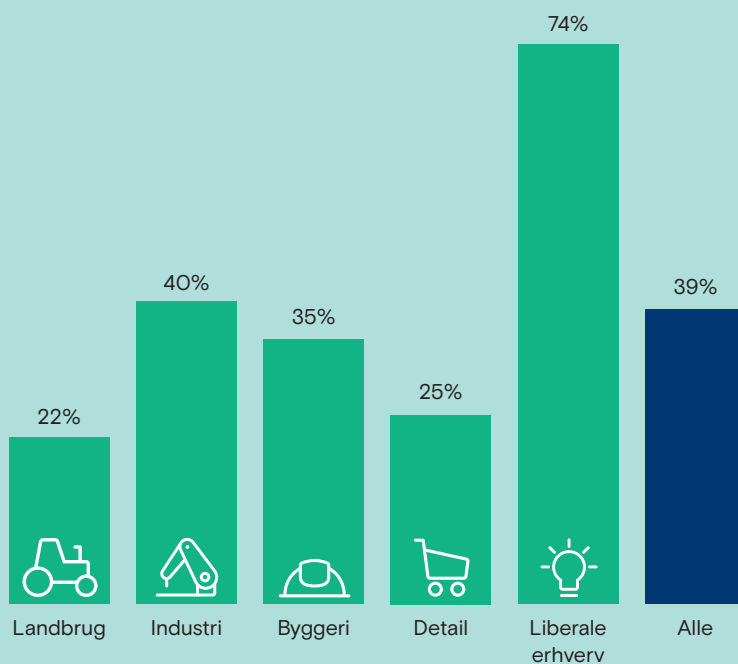
Andel der svarer, at COVID-19 har ført til mere digitalisering internt

Mere digitalisering internt i liberale erhverv

- I hvilken grad har COVID-19 udvidet jeres brug af digitale teknologier?

Andele pr. branche, som nævner digitale teknologier, der er anvendt mere end FØR COVID-19.

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



Videomøder har forbundet medarbejderne under COVID-19

Resultaterne viser, at 37 procent af virksomhederne i højere grad end før har anvendt videomøder til intern kommunikation. Videomøderne har bidraget til, at medarbejderne har kunnet fortsætte deres samarbejde til trods for øget hjemmearbejde.

De liberale erhverv har flest videomøder

De liberale erhverv har i særligt omfang benyttet videomøder til at kommunikere internt i virksomheden. Det er også den branche, som har flest hjemmearbejdspladser.

Mindre forøgelse i brug af supplerende løsninger

Virksomhederne har i mindre omfang øget brugen af supplerende løsninger som fx hjemmeopkobling til

virksomheden. Det kan skyldes, at virksomhederne allerede havde opkoblingen på plads før COVID-19.

Tilsvarende har ingen virksomheder øget brugen af intranettet, fordi det var hverdag allerede før COVID-19.

Kun få virksomheder bruger clouden mere

De cloudbaserede løsninger til online samarbejde om fx tekster, præsentationer og regneark har kun få virksomheder øget brugen af.

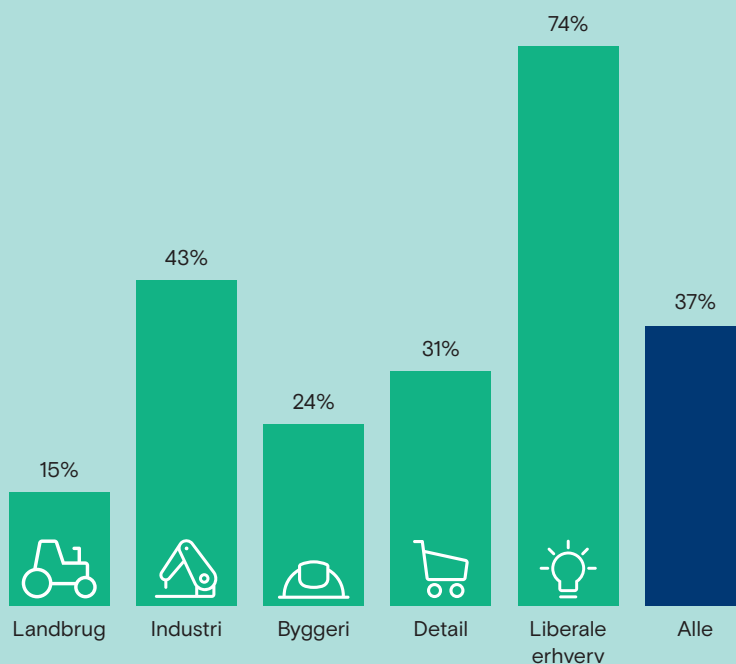
Andel, som har anvendt videomøder internt i højere grad end før COVID-19

Videomøder har forbundet medarbejderne under COVID-19

- Sammenlignet med før COVID-19, hvilke digitale teknologier har jeres virksomhed så i højere grad anvendt for at kommunikere internt?

Andele pr. branche som svarer, at de har anvendt videomøder (fx Skype, Teams, Zoom).

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.

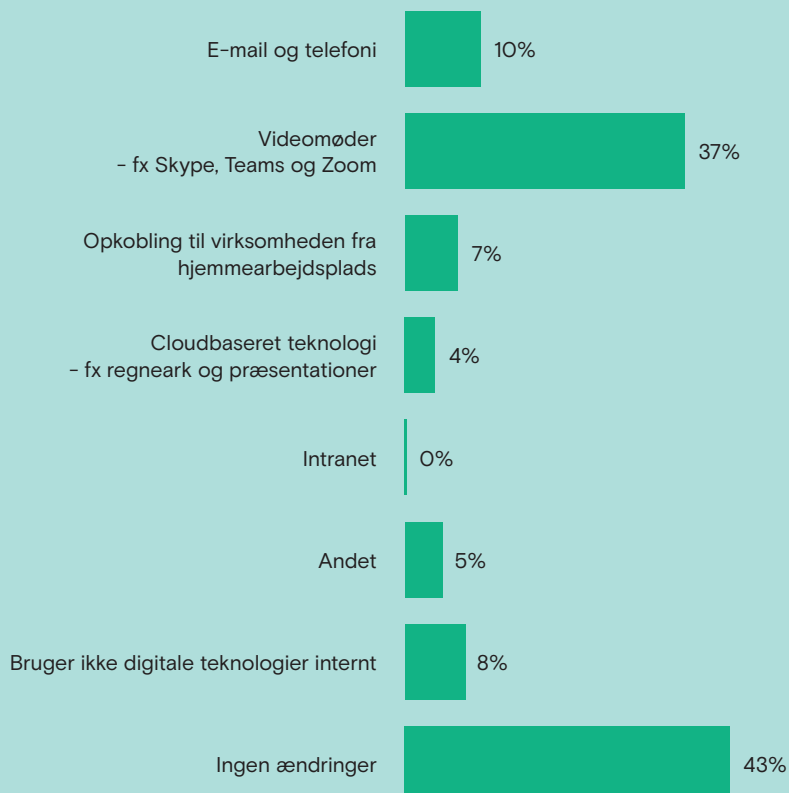


Nye digitale løsninger i forhold til intern digital kommunikation under COVID-19

Videomøder har forbundet medarbejderne under COVID-19

- Sammenlignet med før COVID-19, hvilke digitale teknologier har jeres virksomhed så i højere grad anvendt for at kommunikere internt?

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.

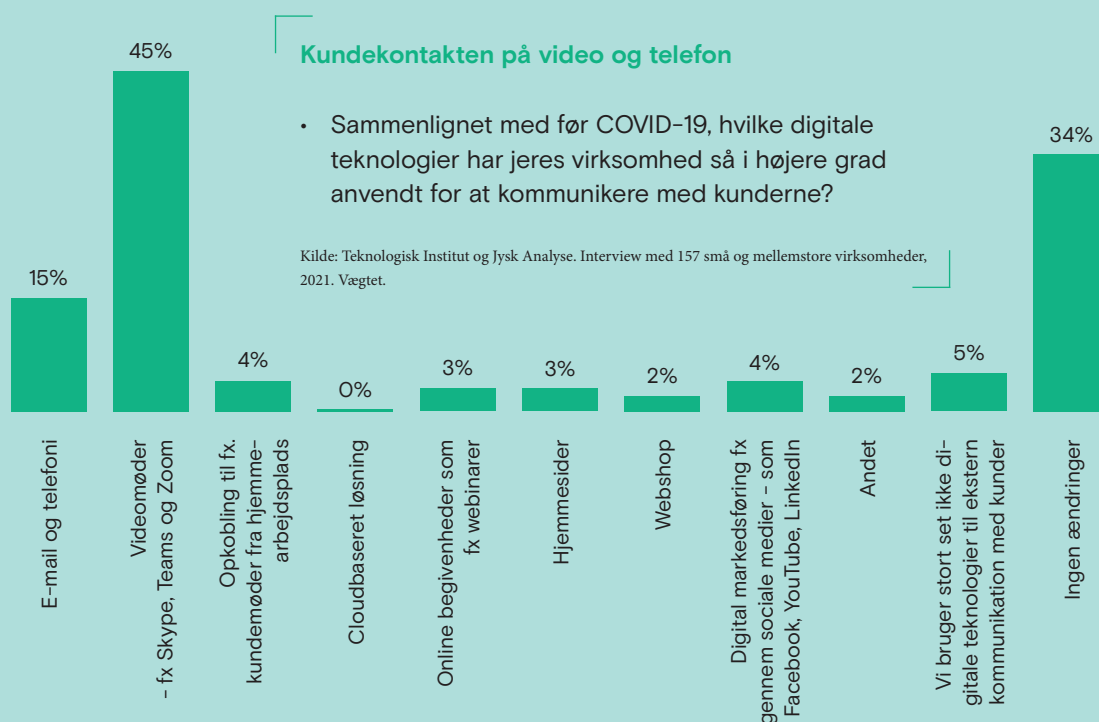


6 ud af 10 virksomheder har styrket den digitale kommunikation med kunderne

6 ud af 10 virksomheder har styrket deres digitale kommunikation med kunderne under COVID-19. Næsten halvdelen af alle virksomheder har øget brugen af videomøder, og hver sjettede har brugt telefon og e-mail mere end før pandemien.

Også for en række andre digitale teknologier har virksomhedens digitale setup fået et løft. Det gælder hjemmesider, webshops, digital markedsføring og kundemøder direkte fra hjemmearbejdspladsen.

Nye digitale løsninger til kommunikation med kunderne under COVID-19



9 ud af 10 virksomheder har samme eller bedre kundekommunikation end før COVID-19

Kommunikationen med kunder har fået nye spille-regler under COVID-19, hvor fysiske møder ikke har været mulige. Det har for 11 procent af virksomhederne betydet, at kommunikationen med kunderne er blevet bedre end før, mens den for 7 procent er blevet dårligere.

Det vil sige, at ca. hver femte virksomhed oplever, at COVID-19 har påvirket kommunikationen med kunderne.

Teknologien er kommet for at blive

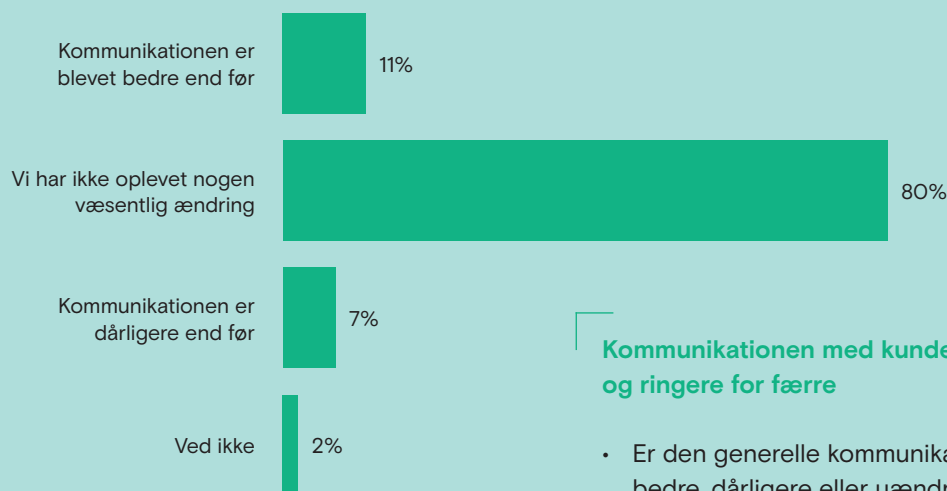
Samlet set er det 9 ud af 10 virksomheder, der enten ikke oplever væsentlige ændringer, eller som oplever,

at kommunikationen er direkte bedre end før COVID-19.

Kun for de sidste 9 procent gælder det, at kommunikationen enten er blevet ringere end før COVID-19, eller at status er uklar.

Derfor er der grund til at tro, at de digitale teknologier, som under pandemien har understøttet kommunikationen med kunderne, er kommet for at blive.


Hvordan COVID-19 har påvirket virksomhedens kommunikation med kunderne



Kommunikationen med kunderne er nu bedre for få og ringere for færre

- Er den generelle kommunikation med jeres kunder bedre, dårligere eller uændret sammenlignet med før COVID-19?

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.



Mange virksomheder forventer, at medarbejderne også fremover vil arbejde mere hjemmefra



Virksomhederne bag undersøgelsen

Dataindsamlingen er foregået i perioden 3. maj til 12. maj 2021. Der er tale om telefoninterviews, som Jysk Analyse A/S har været ansvarlig for. De interviewede personer er en del af ledelsen og er samtidig beslutningstagere i forhold til IT i de respektive virksomheder.

Der er opnået kontakt til 308 virksomheder, hvoraf 157 (51 procent) indvilgede i at deltage og gennemførte interviewet. Det er en tilfredsstillende deltagelsesprocent for undersøgelser af denne type.

I de tilfælde, hvor respondenterne var i tvivl om undersøgelsen, blev der sendt en e-mail med en kort introduktion, og der blev truffet aftale om at ringe op igen. Der er foretaget op til 12 opkald i tilfælde, hvor der ikke blev truffet en svarperson ved opkald.

Vægtning af det indsamlede materiale

Stikprøven er stratificeret for at opnå en mere ligelig fordeling af interview med de forskellige brancher. Samtidig er der stratificeret i forhold til virksomhedsstørrelse.

På baggrund af sammensætningen i det indsamlede materiale, der er stratificeret i forhold til brancher, virksomhedsstørrelse og tal for populationen, er der foretaget en vejning af data. Vægtningen laves med baggrund i branche og antal ansatte og sikrer, at stikprøven er repræsentativ for de fem brancher og deres sammensætning i forhold til virksomhedsstørrelse.

Respondenterne er små og mellemstore virksomheder med mere end fem ansatte inden for industri, byggeri, landbrug, detailhandel og liberalt erhverv fordelt over hele Danmark.

Tak for hjælpen

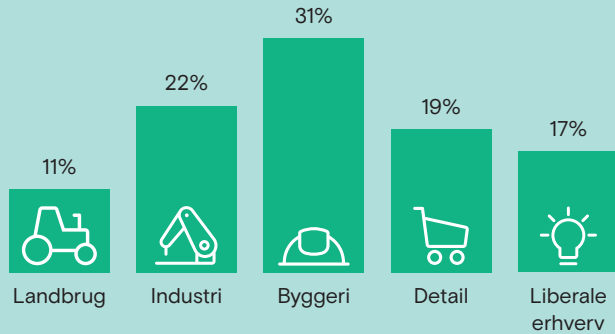
Tak til de virksomheder, som tog sig tid til at svare på vores spørgsmål. En særlig tak til de virksomheder, som indvilligede i et ekstra interview og stillede op som casevirksomheder.

Brancher

Branchefordeling

Virksomhedernes fordeling på branche – ifølge oplysninger fra CVR-registret.

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.

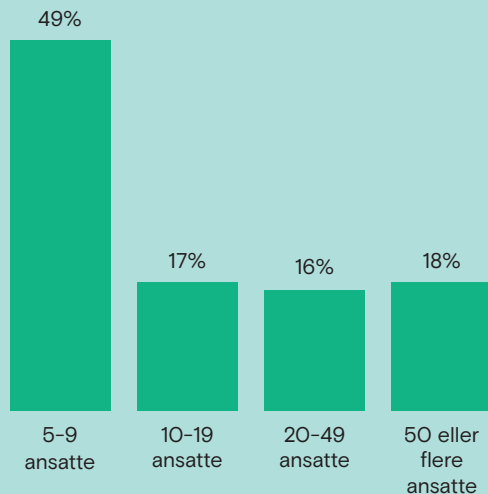


Virksomhedsstørrelser

Virksomhedsstørrelser

Virksomhedernes fordeling efter antal ansatte – ifølge oplysninger fra CVR-registret.

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Interview med 157 små og mellemstore virksomheder, 2021. Vægtet.

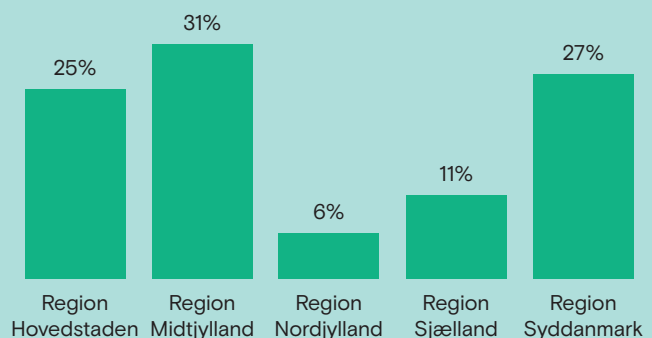


Geografisk fordeling

Geografisk fordeling

Virksomhedernes fordeling på geografi – ifølge oplysninger fra CVR-registret.

Kilde: Teknologisk Institut og Jysk Analyse. Oplyst fra CVR. Vægtet.



Case 1:

Digitale værktøjer har været altafgørende under COVID-19

I konsulentvirksomheden Kjerulf & Partnere A/S har COVID-19 haft store konsekvenser. For eksempel har coaching, teamudvikling og workshops altid været gennemført ved fysisk fremmøde – men under pandemien blev aktiviteterne tvunget over på digitale platforme. Transformationen har resulteret i en ny forretningsmodel for virksomheden. En forretningsmodel, der har vist sig at have potentialer – også efter pandemien.

Kjerulf & Partnere A/S arbejder med erhvervspsykologi. Virksomheden tilbyder team-, leder- og organisationsudvikling, coaching, rekruttering samt erhvervspsykologisk rådgivning og testning. Det er arbejdsområder, som hidtil har været tæt forbundne med menneskelig kontakt og fysisk fremmøde.

Disse parametre satte COVID-19 en brat stopper for, og i dag lyder det fra virksomheden:

”Digitale teknologier er meget vigtige for vores forretning, både internt blandt medarbejderne og eksternt i forhold til vores kunder. Teknologierne er kun blevet mere vigtige under COVID-19, og udnyttelsen af dem er også blevet afgørende. Før var det primært mails og telefoner, som vi brugte til kommunikation. Nu har videomøder fået en betydelig rolle, da fysiske møder er blevet drastisk minimeret,” fortæller Kristjan Jul Houmann, som er erhvervspsykolog og partner i Kjerulf & Partnere.

Teknologien var på plads – kompetencerne skulle trænes

Den digitale transformation har ikke krævet investering i nye digitale teknologier, da virksomheden allerede forinden havde fiberforbindelse samt værktøjer til videomøder og online testning. Dog krævede den, at medarbejderne begyndte at bruge teknologierne, da det ikke længere var muligt at mødes fysisk med kunderne. Overgangen til at bruge teknologierne gik ifølge Kristjan Jul Houmann nemt, om end der var udfordringer at spore:

”Jeg ser overordnet to udfordringer ved, at vores arbejde er rykket over til videomøder i stedet for fysisk fremmøde. Den første er, at der kan være tekniske udfordringer, da kvaliteten af lyd og billede til tider kan være forstyrrende for vores arbejde. Den anden udfordring er, at vores fagområde i udgangspunktet er meget ”analogt”, og det derfor har været en omvæltning at skulle være psykolog på en virtuel platform. Kunderne har også skullet vænne sig til det,” forklarer han.

Digitale løsninger har gjort forretningen mere smidig

Den digitale transformation har også medført positive effekter hos Kjerulf & Partnere. Den har nemlig bidraget til, at forretningen er blevet smidiggjort.

For eksempel har man brugt mindre tid på transport og administrative opgaver som at booke mødelokaler og kursussteder. COVID-19 har også tydeliggjort for virksomheden, at der er arbejdsopgaver, såsom foredrag, undervisning og første kandidatsamtale i en rekrutteringsproces, som til en vis grad egner sig godt til videomøder:

”Det har været værdifuldt for os, at vi under pandemien har været tvunget ud i at lave videomøder med kunder, da vi uden tvivl fremover vil fortsætte med det i de situationer, hvor vi og kunden ikke har et behov for at mødes. Det kunne fx være i forbindelse med de første samtaler i en rekrutteringsproces eller ifm. planlægningsmøder,” lyder det fra Kristjan Jul Houmann.

Det fysiske fremmøde er stadig vigtigt

Der er også opgaver, som løses bedst ved fysisk fremmøde. Det kan for eksempel være én-til-én-samtaler, teambuilding, netværksmøder og lederudviklingskurser og konflikthåndteringsopgaver. Og her understreger Kristjan Jul Houmann vigtigheden af, at det fysiske fremmøde fortsat er en del af forretningsmodellen:

"Mulighederne for videomøder har gjort os opmærksomme på, at de kan bidrage til at øge vores effektivitet. Dog er det vigtigt at pointere, at det produkt, vi sælger, jo dybest set er menneskelig kontakt, og at det vil blive fuldstændig amputeret, hvis det hele skulle være digitalt. Der er megen vigtig psykologisk information "i rummet", som man ikke får med på en skærm. Derfor er det vigtigt for os, at vi fortsat kan afholde fysiske møder i de sammenhænge, hvor det er nødvendigt, og hvor det giver de bedste resultater for vores kunder," slutter han.

Kristjan Jul Houmann,
Partner, Cand.psych.aut.
Direktør Erhvervspsykologiske Test



Case 2:

Novadan satser digitalt

I industrivirksomheden Novadan ApS i Kolding er brugen af IT helt central. De fleste interne processer er digitaliserede, og produktionen kører næsten automatisk med brug af robotter til fx pakning. Hjemmearbejdspladserne var også på plads, før COVID-19 tog fart. Det har hjulpet virksomheden i et travlt Corona-år, og fremtiden står på mere digitalisering.

Novadan fremstiller rengørings-, vaske- og desinfektionsmidler, og fordi pandemien har øget kundernes behov for rengøring og desinfektion, har der været ekstra travlt med både produktion og salg.

Men virksomheden var digitalt rustet til udfordringen. IT-administratør Peter Torp fortæller, at produktionen allerede er IT-styret, og at medarbejdere havde mulighed for at arbejde hjemmefra før COVID-19. Alligevel har de nye rammer om hverdagen med øget grad af hjemmearbejde afdækket et nyt potentiale: "Vi har vundet meget ved at kunne arbejde hjemmefra, og det kommer vi til at fortsætte med. Sælgerne taler med kunderne over teams, og de når mange flere besøg på en dag, når de ikke skal enten på kontoret eller rundt i landet. Det er meget effektivt. Det samme gælder i kundeservice, hvor de har fundet ud af, at de kan arbejde lige så godt hjemmefra som på Novadan."

Teknologien giver udfordringer internationalt

I digital kommunikation skal både afsender og modtager være digitale, og det har givet Novadan

udfordringer på eksportmarkedet. Novadan har kunder i 35 lande, og i nogle af landene har kunderne ikke adgang til samme digitale infrastruktur som i Danmark:

"Sælgere med kunder i Rusland, Østeuropa, Baltikum og Egypten har haft problemer med digital kommunikation, og her er Teams ikke den store hjælp. Infrastrukturen og den digitale parathed kan ikke følge med os i de lande. Der foregår det hele på mail og telefon", forklarer Peter Torp.

På det danske marked har der ikke været problemer, fordi både kunder og leverandører har været klar til den digitale kommunikation.

Øget digitalisering sætter sociale begrænsninger

For Novadan har den forretningsmæssige gevinst ved digitalisering været entydig, og medarbejderne trives med den større fleksibilitet. Men den sociale sammenhæng i virksomheden kan komme under pres. Peter Torp uddyber:

"Medarbejderne styrer selv deres arbejde hjemmefra, hvor det ikke nødvendigvis er fra 8-16, arbejdet ligger. Så hjemmearbejdet giver plads til også at få børnene hentet og tage imod en VVS-mand. Det afgørende er, at arbejdet bliver gjort, og ikke så meget hvornår det bliver gjort. Risikoen ved hjemmearbejdet er tab af det sociale på arbejdspladsen."

Og det sociale spiller en rolle. Peter Torp fortæller nemlig, at virksomhedens konsulenter primært kommer ind på kontoret for det sociale, og ikke fordi det er nødvendigt rent forretningsmæssigt.

Det er svært at være social over Teams

IT-chefen er selv en del af et internationalt team, og da COVID-19 lukkede grænserne verden over, blev der til at starte med holdt sociale arrangementer over Teams hver uge. Men det var svært at bevare konceptet:

”De sociale arrangementer på Teams ebbede efterhånden ud, da det kan være vanskeligt at finde noget meningsfuldt at tale om, når det ikke skal handle om forretningen, og man ikke rigtigt sidder sammen”, fortæller Peter Top.

Forretningen får gavn af mere teknologi i fremtiden

De forretningsmæssige fordele ved digitaliseringen er dog store, og Peter Torp forventer, at fremtiden også vil byde på langt mere digitalisering:

”Før i tiden kørte vi alt digitalt fra vores serverrum i kælderen. I fremtiden bliver det online med Cloud. I takt med at vi rykker over på cloud-baserede løsninger, bliver der god plads. Først forsvandt vores servere til Exchange og Sharepoint, og det næste bliver ERP-systemet. Der bliver god plads i serverrummet”, slutter han.



Norlys bringer os sammen

Hos Norlys tror vi på fællesskabet og på fremtiden. Og Norlys erhverv er sat i verden for at bringe virksomheder sammen – om fælles mål. Om sorte tal på bundlinjen og en grønnere fremtid. Med klimavenlig strøm, fremtidssikret internet og fleksibel telefoni hjælper vi dig med at nå dine mål. Vi hjælper med dine digitale målsætninger, de grønne ambitioner og dine fremtidige forretningsmuligheder.

Vi er lige dele optimistiske og ydmyge over for den digitale fremtid. For vi vil gerne være med til at træde den helt rigtige vej ind i den. Det gør vi blandt andet ved at undersøge og oplyse. Og det er derfor, du sidder med denne rapport i hånden nu.

NORLYS