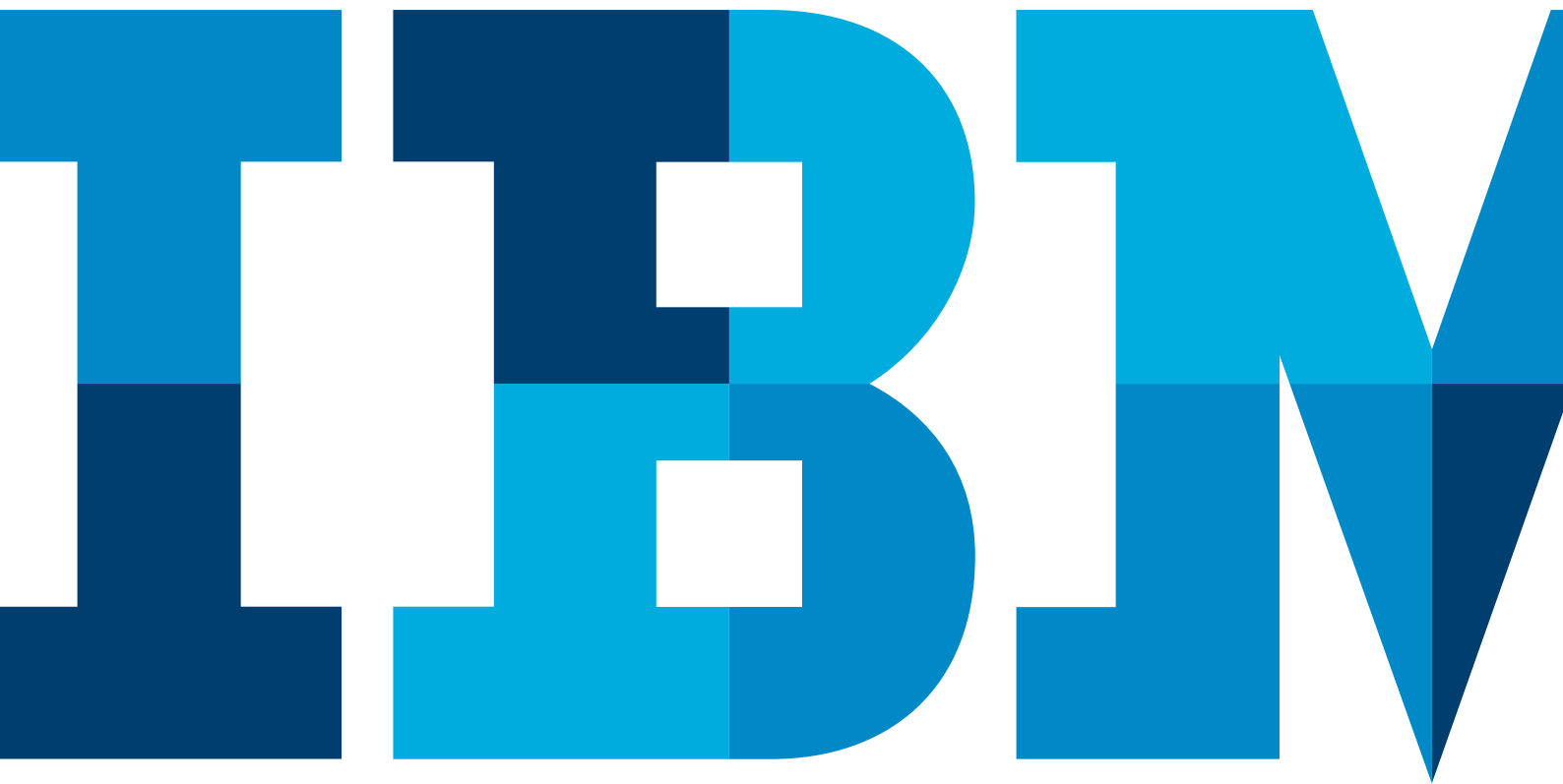


## 制定数字化战略, 提供卓越的数字体验



### 执行概述

统计数据表明, 这是一个数字化时代。例如:

- 截止到2012年6月30日, 互联网用户的数量已经超过24亿。<sup>1</sup>
- 到2017年, 预计全球移动用户的数量将会达到39亿之多。<sup>2</sup>
- 2012年8月和9月由Pew Research Center开展的一项调研表明: 将近一半的美国成年人(45%)和三分之二的年轻人(66%)表示他们拥有一部智能手机。<sup>3</sup>

目前, 不仅我们的个人设备实现了数字化, 而且一些常见的日用品, 例如电视、家用电器和汽车, 也逐步在实现数字化。网络就是人员、机器、数据、流程及其他东西以从前无法想象的速度和方式变得越来越互联互通, 结果是用户互动的方式实现快速发展, 而信息呈爆炸式增长的态势。

对于企业而言, 机遇和挑战并存, 这要看自己的视角而定, 为此需要执行一种战略, 以最有效的方式参与到数字世界中, 在这个急剧膨胀的数字化时代分一杯羹。为了评价并最终更好的促进这种趋势, 许多企业专门制定了数字化战略, 作为他们总体业务战略的一部分, 或是作为对总体业务战略的一种补充。数字化战略的核心就是数字体验。根据贵组织的业务重点, 如何为客户、合作伙伴、市民、患者或员工提供全方位的卓越数字体验呢? 体验具体体现在哪些方面? 使用哪些设备? 如何确定目标受众的行为? 所有这些数字体验问题和其他问题都必须在数字化战略中加以解决, 确保企业面对各种渠道和各种受众时, 保持一致、相关的品牌形象和用户接洽方式。

### 数字化战略: 美国政府有数字化战略——你们呢?

美国政府通常并不算是具有新潮或创新思想的实体, 特别是在流程和服务方面。然而, 在2012年5月, 白宫发布了一项数字化战略计划, 目标非常明确: “抓住数字化机遇, 从根本上改变联邦政府为内部客户和外部客户提供服务的方式——建立21世纪平台, 更好地为美国人民服务。”<sup>4</sup>

当然, 从个人视角出发, 人们可能对美国联邦政府能否有效地执行这一战略心存疑虑; 然而, 暂且把主观意见放在一边, 人们至少可以认识到, 联邦政府理解了应该“做好充分准备, 随时随地通过任何设备提供和接收数字化信息和服务。”<sup>5</sup>毫无疑问, 其他大多数组织也应当同意将该陈述作为目标。问题是, 有没有制定战略来实现这一目标?

和大多数业务战略一样, 存在着各种各样的解读, 但总体而言, “数字化战略”应包含:

- 在数字化大背景下工作, 与客户、员工、市民和其他利益相关者形成更为定制、更为个性化的互动, 而且在大多数情况下, 是自助式的互动。
- 利用由数据推动的决策, 实现更为有效的互动。
- 使用更为敏捷的组织模型, 对数字化环境中的变化快速做出响应。

IBM充分认识到这一战略势在必行, 因此继续提供数字体验技术和创新, 这将IBM和相关IBM生态系统的服务、咨询和解决方案结合起来, 帮助组织执行以上提到的众多数字化战略目标。

## 卓越的数字体验

在互联互通的时代，主要的接触方式都是数字化的，因此，作为数字化战略的一部分，数字体验的目标非常明确：为用户提供具有吸引力的实用体验，而且在理想情况下还是一种差异化的体验。由于用户通过虚拟方式观察世界的方式非常多，而且在不断变化，因此吸引用户注意力的机会稍纵即逝。

目标不仅仅是数字体验，而是作为组织整体战略和目标一部分，必须提供卓越的数字体验。IBM客户通过在数字化战略实施过程中采用卓越的数字体验方法，为组织的总体业务战略和目标保驾护航，已经能够实现令人印象深刻的业务和运营成果。

对这些IBM客户而言，“数字体验是否卓越”这个问题的答案已经通过结果显现出来。这些方法能够针对目标受众实现形式与功能的适当平衡，可以根据需要进行变化，并且持续评估和优化，从而为用户和组织最大程度地实现利益。虽然没有单一模型能够独自提供卓越的体验，但是IBM提供了一种灵活的方法（图2），帮助组织进一步完善数字体验和战略，事实证明这能够帮助组织通过数字体验实现差异化。

### IBM DigitalExperience Software Delivers RESULTS!



图1 IBM客户缩短了交货时间，提高了商机赢得率，降低了运营成本，提升了客户满意度。



图2 IBM卓越的数字体验方法包含了多种技术和功能，可以根据实际需要加以运用。

上图中的关键是“体验”, 通过体验扩大用户群, 如客户、合作伙伴、患者、市民、学生、员工或者组织的任何目标受众或服务对象, 这是IBM方法的核心所在。每个组织对于卓越体验都有独特的需求, 而这些需求又决定了需要使用哪种技术——创建和支持组织需求时并非始终需要所有技术要素。正如我们先前提到的, 没有哪一种单一模型能涵盖所有需求——因此IBM的方法提供了灵活性, 用于满足组织当前的数字体验需求, 同时支持瞬息万变的数字化大背景中新出现的需求。

### IBM卓越的数字体验——深入了解

IBM采用一种敏捷的模型, 提供产品、能力、创新和解决方案——这种模型由我们的客户根据其数字体验目标确定, 并由出色的IBM资

源参与完成, 这包括IBM研究院、全球开发实验室、战略并购和朝气蓬勃的IBM业务合作伙伴解决方案社区。通过有针对性的整合以及开放标准支持, IBM可以帮助客户将以下元素和能力整合到一起, 以便满足几乎各种规模的组织数字体验需求。

### 内容和富媒体管理

内容——文本和富媒体, 后者在目前可能更为重要, 是卓越的数字体验中不可或缺的一环。

IBM web内容和数字资产管理功能帮助组织内的营销人员和其他内容所有者更为高效地管理和自动执行内容和富媒体在所需渠道中的发布。

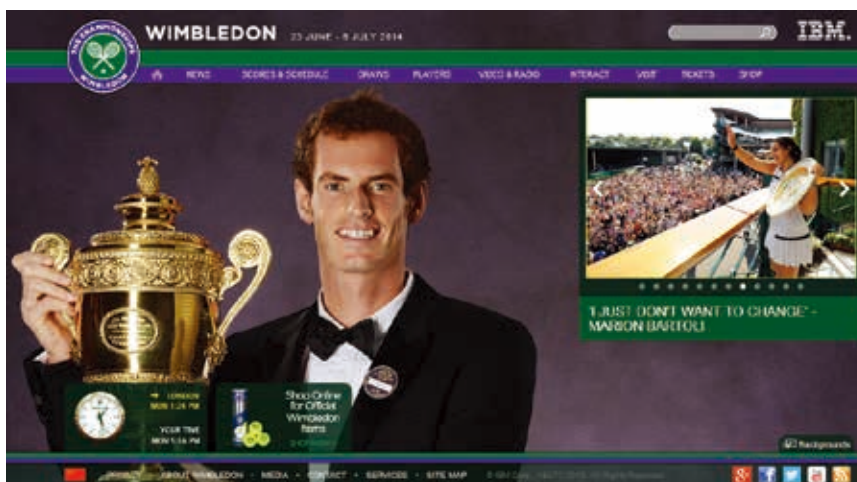


图3 2012年, Wimbledon.com网站为1500万独立访客提供服务, 页面中内容、照片和视频的浏览次数达到四亿五千一百万。

## 移动能力

随着移动互联网设备的爆炸式增长, 组织必须接受这样的事实: 自己的受众正在使用或者很快将要使用移动设备来访问网络。

IBM数字体验能力提供现成可用且响应迅速的web设计支持, 包含一个移动应用平台, 用于创建web、移动web、移动web混合型和移动应用程序, 确保在任何设备以及任何解决方案中保持体验的一致性和实用性。

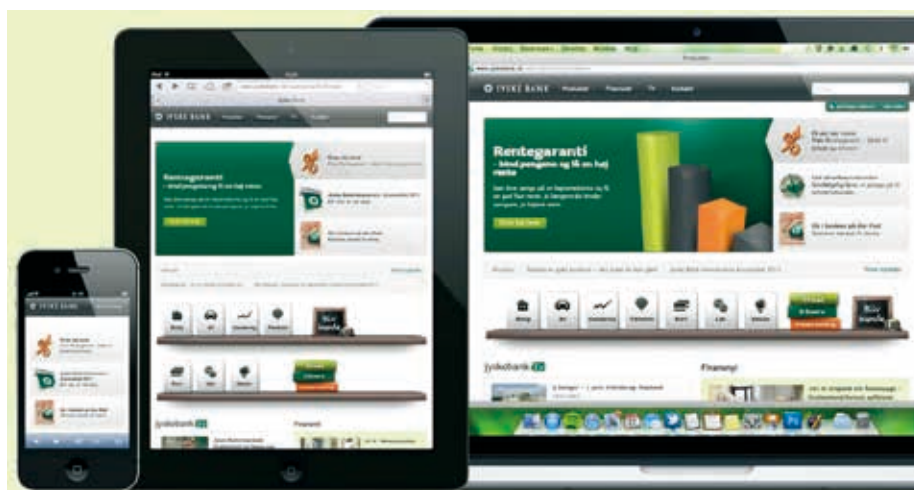


图4 Jyske Bank (jyske.dk) 采用响应式网站设计, 每月为超过100万访客提供服务。

## 门户网站、个性化与集成

卓越的数字体验通常需要利用原来的IT投资。与个性化内容结合后, 这些先前的投资就能够焕发出新的活力。这还得益于低成本的自助式数字体验。

IBM市场领先的门户网站功能和产品可以帮助客户从现有投资汲取新的价值。我们的产品在互联网、内部网和外部网都适用, 具有高度的可扩展性, 可以满足各种数字体验的需求。

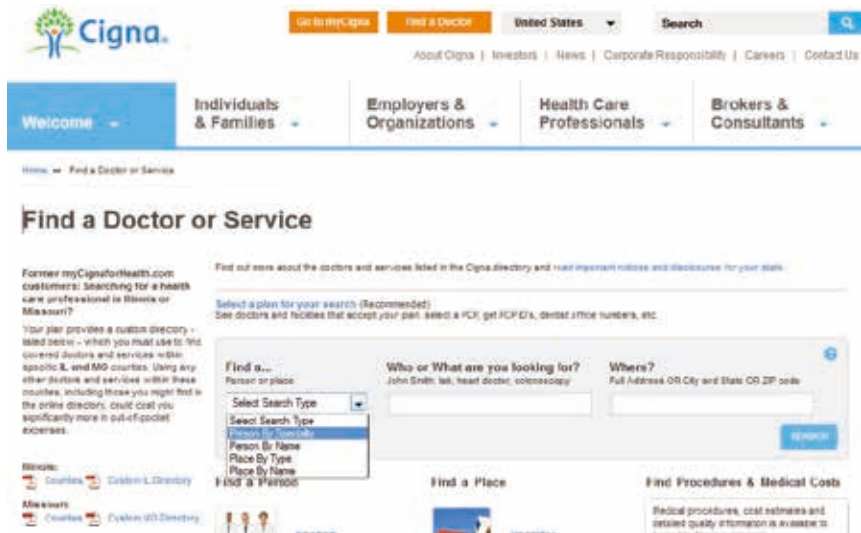


图5 myCigna.com为成员提供有关200种规程的个性化信息, 这涵盖Cigna 80%的医疗索赔。

### 社交网络、统一通信与协作

将社交网络、统一通信与协作 (UCC) 应用到企业中时, 其价值就会增加。组织可以和客户接洽, 和同伴一起在高度安全的社区中交换对产品的看法, 从而获取有价值的洞察力。员工能够在第一时间找到合适的人员, 即专家, 从而节省时间, 提高生产力。

IBM市场领先的企业社交网络和实时协作功能无缝集成到数字体验中。





图6 Omron Europe在员工数字体验中注入了社交网络和实时交谈功能,从而消除了会议需求,并且有助于更快地做出决策。

## 商务、市场营销管理和分析

数字化的崛起显著改变了组织用于满足消费者和客户需求的方法,现在,消费者和客户能够通过所使用的任何数字设备,在任何地方购物和获得出色的服务。

IBM商务、市场营销管理和分析功能帮助组织了解客户,从而更准确地为客户提供商品建议,洞察个体和细分客户群的行为,使数字体验更加个性化,衡量数字体验要素的表现和相对重要性,以便持续优化这种体验。



图7 Amadori使用分析方法和数字体验软件实现了市场营销的业务转型,创建了互动性非常高的网站,并使知名度提高了约100%。



## 总结

统计数据也许可以提供佐证,但在现实世界中,只需观察人们在机场或者商场中的行为,看看孩子们的行为,当然还有工作场所中同事们的行为,就可以发现,这已经不折不扣是一个数字化的世界。数字化战略认识到不断发展的数字设备、技术和用户期望如今已成为一种常态,因此在战略中,必须规定如何最有效地适应由这种发展所刺激的不断变化的数字体验需求。

IBM认识到企业在这个数字世界中所面临的挑战。我们卓越的数字体验方法已由全球数以千计的组织所采用,几乎涉及每一个行业,帮助企业将挑战转化为机遇。

## 有关更多信息

要了解有关IBM数字体验能力的更多信息,请联系您的IBM代表或IBM业务合作伙伴,或者访问: [ibm.com/digitalexperience](http://ibm.com/digitalexperience)

此外,IBM全球融资部可帮助您以尽可能最经济有效且最具战略性的方式获取业务所需的软件功能。我们将与符合信贷资格的客户合作定制融资解决方案,以满足您的业务和开发目标,实现高效的现金流管理,降低总体拥有成本。通过IBM全球融资部,为您的关键IT投资提供资金并促进业务发展。有关更多信息,请访问:

[ibm.com/financing](http://ibm.com/financing)

© Copyright IBM Corporation 2013

国际商业机器中国有限公司  
北京市朝阳区北四环中路27号  
盘古大观写字楼  
邮编: 100101

在中国印刷  
2013年9月

IBM、IBM徽标和ibm.com是International Business Machines Corp.在全球许多管辖区注册的商标。其他产品和服务名称可能是IBM或其他公司的商标。Web站点[ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)中的“Copyright and trademark information”部分提供了IBM商标的最新列表。

本文档在最初发布日期是最新版本,IBM可随时对其进行更改。并非所有产品都在IBM开展业务的每个国家或地区都提供。

本文档中的信息“按现状”提供,不附有任何种类的(无论是明示的还是暗示的)保证,包括但不限于有关适销性、适用于某种特定用途的保证以及任何非侵权的保证或条件。IBM产品根据提供时所依据协议的条款与条件进行保修。

<sup>1</sup> Internet World Stats. “World Internet Usage and Population Statistics” (世界互联网使用情况和人口数据统计), 2012年6月30日。

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

<sup>2</sup> GSMA. “The Mobile Economy 2013” (移动经济2013), 2013年。

<http://www.gsmamobileeconomy.com/GSMA%20Mobile%20Economy%202013.pdf>

<sup>3</sup> Pew Research Center. “Two-thirds of young adults and those with higher income are smartphone owners” (三分之二的年轻人和高收入群体拥有智能手机), 2012年9月11日

<sup>4</sup> “Digital Government: Building a 21st Century Platform to Better Serve the American People” (数字化政府: 建立一个21世纪的平台,更好地为美国人民服务), 白宫, 2013年  
<http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/egov/digital-government/digital-government.html>

<sup>5</sup> “Digital Government: Building a 21st Century Platform to Better Serve the American People” (数字化政府: 建立一个21世纪的平台,更好地为美国人民服务), 白宫, 2013年  
<http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/egov/digital-government/digital-government.html>



请回收利用