TISKOVÁ ZPRÁVA 7. 2. 2019

**Vstupujeme do éry „post-digitálního“ světa, uvádí Accenture Technology Vision 2019. Přináší firmám příležitosti pro zákaznické zkušenosti na míru**

**Úspěšné firmy budou využívat novou řadu technologií. Jejich prioritami bude důvěra, odpovědnost, soukromí a bezpečnost**

Nastává doba „post-digitální“, kdy úspěch firem bude záviset na jejich schopnosti zvládnout řadu nových technologií, které umožňují nabízet zákazníkům, zaměstnancům a obchodním partnerům personalizované zkušenosti a přizpůsobenou realitu. To říká [Accenture Technology Vision 2019](http://www.accenture.com/technologyvision), každoroční zpráva společnosti Accenture, která předpovídá klíčové technologické trendy, jež budou definovat byznys v příštích třech letech.

Podle letošní zprávy nazvané „The Post-Digital Era is Upon Us – Are You Ready for What´s Next? (Vstupujeme do post-digitální éry – jste připraveni na to, co obnáší?) se firmy nacházejí na prahu zásadních změn. Digitální technologie jim umožňují velmi podrobně chápat své zákazníky; zpřístupňují více kanálů, skrze které mohou se spotřebiteli komunikovat a umožňují rozšiřovat ekosystémy o nové potenciální partnery. Digitalizace ale již dávno není konkurenční výhodou, nýbrž nutnou podmínkou vstupu na dnešní trhy.

Téměř čtyři z pěti (79 %) z více než 6 600 firem a IT manažerů po celém světě, které společnost Accenture v rámci průzkumu dotazovala, si myslí, že se digitální technologie – zejména v oblasti sociálních sítí a mobilních technologií, analytiky a cloudu – posunuly z pozice přijímání něčeho nového o krok dál a staly se součástí klíčových technologických základů jejich organizace.

„Post-digitální éra neznamená, že éra digitalizace je již za námi,“ prohlásil Paul Daugherty, ředitel pro technologie a inovace společnosti Accenture. „Naopak – nyní si pokládáme novou otázku: Vzhledem k tomu, že své digitální kompetence rozvíjejí již všechny firmy, čím se budete odlišovat vy? V této éře prostě nestačí zabývat se jen digitalizací. Naše zpráva Technology Vision podtrhuje způsoby, jakými firmy musejí inovovat technologie ve svých obchodních modelech a jak mají personalizovat zkušenosti pro své zákazníky. Zároveň si jejich vedení musí uvědomit, že lidské hodnoty, jako je důvěra a zodpovědnost, nejsou jen frázemi, ale klíčovými prostředky k jejich úspěchu.“

Zpráva Technology Vision identifikuje pět rozvíjejících se [technologických trendů](http://www.accenture.com/technologyvision), které jsou pro firmy zásadní, pokud chtějí uspět v dnešním rychle se vyvíjejícím prostředí:

* **Síla „DARQ“: chápání principu DARQ.** Technologie **d**istribuovaných účetních knih, **A**I, rozšířená **r**ealita a kvantové výpočty (**Q**uantum computing) – zkráceně DARQ – jsou pohonem změn, které přinášejí nové mimořádné schopnosti a dovednosti a umožňují firmám vytvářet zcela novou koncepci. Na otázku, jak by ohodnotili, které z těchto prvků budou mít největší vliv na jejich firmu v příštích třech letech, odpovědělo 41 % manažerů, že je to v první řadě umělá inteligence. To je více než dvojnásobek „počtu bodů“ ve srovnání s dalšími prvky DARQ.
* **Poznejte mě: objevujte jednotlivé spotřebitele a jedinečné příležitosti.** Vztahy řízené technologiemi vytvářejí pro každého spotřebitele nějakou technologickou identitu. Tato základna znalostí bude klíčem k chápání další generace spotřebitelů a vytváření bohatých, individualizovaných vztahů, založených na zkušenostech a zážitcích. Více než čtyři z pěti manažerů (83 %) uvedlo, že digitální demografie umožňuje jejich organizaci nový způsob identifikace tržních příležitostí pro zatím nenaplněné potřeby zákazníků.
* **Lidskost+: změňte pracovní prostředí a držte krok se svou pracovní sílou.** Pracovní síla musí být stále „lidštější“. „Lidskost+“ znamená, že se každý zaměstnanec prosazuje díky svému souboru znalostí a dovedností **plus** by měl mít řadu nových dovedností, které vyžadují současné technologie. Firmy však musejí podporovat nový způsob práce v post-digitální éře. Více než dvě třetiny (71 %) vedoucích pracovníků si myslí, že jejich zaměstnanci jsou digitálně zralejší než jejich organizace a výsledkem je to, že zaměstnanci musejí „čekat“, až je jejich firma „dohoní“.
* **Zabezpečte NÁS, abych byl v bezpečí i JÁ.** Protože podnikání řízené ekosystémy závisí na vzájemné propojenosti, tato spojení zvyšují náchylnost firem vůči rizikům. Přední firmy chápou, že bezpečnost musí hrát v jejich byznysu klíčovou roli, protože spolupracují s celými ekosystémy, kterým dodávají prvotřídní produkty, služby a zkušenosti. Pouze 29 % manažerů má jistotu, že jejich partneři v ekosystému pilně pracují na tom, aby vyhověli podmínkám bezpečnosti a byli dostatečně zabezpečeni.
* **Moje Trhy: vyhovte spotřebitelům v dnešní uspěchané a rychle se měnící době.** Technologie vytvářejí svět zážitků a zkušeností přizpůsobených zákazníkům na míru a firmy musejí vytvářet nové koncepce své organizace, aby tyto příležitosti nalezly a využily je. To znamená na každou příležitost nahlížet jako na individuální a momentální. Šest ze sedmi vedoucích představitelů (85 %) uvedlo, že schopnost a rychlost přizpůsobení se požadavkům na míru a dodávka v reálném čase vidí jako další velkou vlnu konkurenčních výhod.

Podle zprávy inovace pro podniky v post-digitální éře zahrnuje zjištění, jak utvářet svět kolem a vybírat správný čas na to, aby nabízely své produkty a služby. Podnikají první krůčky ve světě, kde jsou produkty, služby, a dokonce i prostředí perfektně přizpůsobeny zákazníkům, a kde se firmy starají o jednotlivce ve všech aspektech týkajících se jejich života a práce a utvářejí tak jejich realitu.

Jednou z firem, která povznesla individualizaci a přizpůsobení se požadavkům na novou úroveň, je Zozotown, největší japonská e-commerce firma. Tato firma vytvořila unikátní aplikaci Zozosuits, která si převezme přesné míry zákazníka a výsledkem je, že zákazník obdrží oblečení vyrobené jemu na míru. Cesta z výrobní linky až k zákazníkovi trvá pouhých 10 dní. A není to jen módní průmysl, kde nám technologie umožňují se přesně přizpůsobit zákazníkovi tam, kde to dříve nebylo možné. Americký prodejce Sam´s Club vyvinul aplikaci, která využívá strojové učení a data o předchozích nákupech zákazníků a dovede tak automaticky doplňovat jejich nákupní seznamy. Společnost plánuje přidat do aplikace navigační prvek, aby mohla optimalizovat trasu při nákupu všech položek ze seznamu.

Zpráva konstatuje, že firmy, které ještě stále pracují na svých digitálních transformacích, hledají nějakou novou konkrétní konkurenční výhodu, ať už jsou to inovativní služby, vyšší efektivita nebo lepší přizpůsobení služeb zákazníkům. Post-digitální společnosti však budou muset předčit konkurenci kombinací prvků, které mění způsob, jakým funguje samotný trh – a rozdělí tak jeden trh na množství trhů fungujících na zakázku, které budou přizpůsobeny v daném okamžiku. Funguje tak například čínská e-commerce platforma firmy JD.com nazvaná „Toplife“, jejíž služby pomáhají třetím stranám prodávat skrze JD nastavení přizpůsobených obchodů, které poskytují přístup k dodavatelskému řetězci s nejmodernější robotikou a dodávkami pomocí dronů. Ve spolupráci s firmou Walmart bude kamenná prodejna v čínském městě Šen-čen nabízet více než 8 000 produktů pro osobní nákup nebo s možností doručení z obchodu do 30 minut. Nabídkou takovéto personalizace a rychlosti, která dosud neměla obdoby, firma JD povzbudila další společnosti na cestě k budování jejich vlastního nového trhu.

Společnost Accenture již téměř po dvě desetiletí systematicky zkoumá podnikatelské prostředí, aby identifikovala nově vznikající trendy v oblasti technologií, které mají největší potenciál provést zásadní posun (disrupci) v podnicích a odvětví. Chcete-li získat více informací o letošní zprávě, navštivte [www.accenture.com/technologyvision](http://www.accenture.com/technologyvision) nebo sledujte konverzaci na Twitteru pod #TechVision2019.

**O společnosti Accenture**

Accenture je globální společnost poskytující široké spektrum odborných služeb a řešení v oblasti strategických, konzultačních, digitálních a technologických služeb.  Díky kombinaci jedinečných zkušeností a obsáhlých znalostí napříč více než 40 průmyslovými odvětvími s rozsáhlým výzkumem nejúspěšnějších světových firem, Accenture dokáže řešit propojení byznysu a technologií s cílem pomoci klientům zvýšit jejich výkon a vytvořit udržitelnou hodnotu pro jejich akcionáře. Inovativní služby společnosti Accenture zajišťuje více než 449 000 zaměstnanců ve více než 120 zemích. Navštivte naše stránky [www.accenture.com](http://www.accenture.com/).

**Kontakt pro média:** Petr Jarkovský, petr.jarkovsky@aspen.pr, 774 225 153

 Markéta Ciňková, marketa.cinkova@aspen.pr, 724 012 612