

Udfoldelse af den digitale omstillingspilot

Bilag SMV-pilot 'Onepager'.

Den 29. september 2020
 Sagsnr. S-2018-376
 Dok.nr. D-2020-26372
 hth/

Fra økonomisk nedgang til digital frontløber

Digitale teknologier udvikler sig eksponentielt og åbner nye muligheder for at skabe nye tjenester, services og produkter og samtidig minimere klimaaftrykket. Derudover er den digitale transformation en af de vigtigste nøgler til hurtigt at genoprette dansk økonomi og accelerere virksomheder ind i en grøn og digital fremtid.

Men indførelsen af teknologi kræver nye processer og forandringer i virksomheden og den daglige organisation. Derfor er de menneskelige aspekter og udfordringer i implementering af ny teknologi essentiel for at udnytte teknologierne bedst muligt.

Mange mindre industrivirksomheder er ved at udvikle sig til et B-hold. De klarer sig markant dårligere end de store virksomheder. Ordrebøgerne er ved at være tomme, og vejen ud af krisen er meget svær, viser en særkørsel, som Danmarks Statistik har udført. Det er afgørende, at virksomhederne får mulighed for at rekruttere kandidater, der er uddannede til at koble digitalisering og forretning.

Højtuddannede spiller en afgørende rolle, når det handler om automatisering, systemintegration, kunstig intelligens samt dataanalyse og -anvendelse og for at koble forretning, adfærd, systemer og strategi i den digitale omstilling.

Højtuddannede kan komme til at være digitale integratorer i SMV'er¹, der står for at binde ny digital teknologi sammen med udvikling af nye produkter, koncepter og forretningsudvikling, og hvor områdeviden og specialistkompetencer kombineres med digitale kompetencer.

Eksempler på kompetencebehov indenfor digitalisering i SMV'er:

- IT-sikkerhed, GDPR og dataetik
- Online forretningsudvikling, online salg og markedsføring, online kundefølgelse og SoMe
- Automatisering og robotisering
- Brug af data (science, mining, databaser og Big Data)

Case:

Da VVS-virksomheden N.A.T. skulle lave en hjemmeside, overvejede de at købe ekstern konsulenthjælp til opgaven. Men så fik firmaet tilbudt at få en ledig akademiker i fire ugers gratis virksomhedspraktik.

¹ Højbjerg Brauer Schultz, Virksomheders behov for digitale kompetencer 2006

– Vi sagde ja tak og bad om at få én, der kunne hjælpe os med hjemmesiden. Og så fik vi Nikitas C.V. og opdagede, at hun kunne meget mere end det, fortæller salgsschef Henning Jacobsen Shabtai.

Ud over erfaring med formidling på web havde Nikita nemlig en bred erhvervsøkonomisk indsigt. Fx havde hun stor viden om eksport, og det var relevant for N.A.T., som puslede med en ny afdeling, der bl.a. skulle sælge ventilationsbrandsikring til udlandet.

– Nikita er endt med at være lidt PR-ansvarlig, lidt markedsstrateg, lidt telefondame, lidt revisor og egentlig bare en effektiv trykaflaster, hvor der er brug for det, konstaterer salgsschefen.