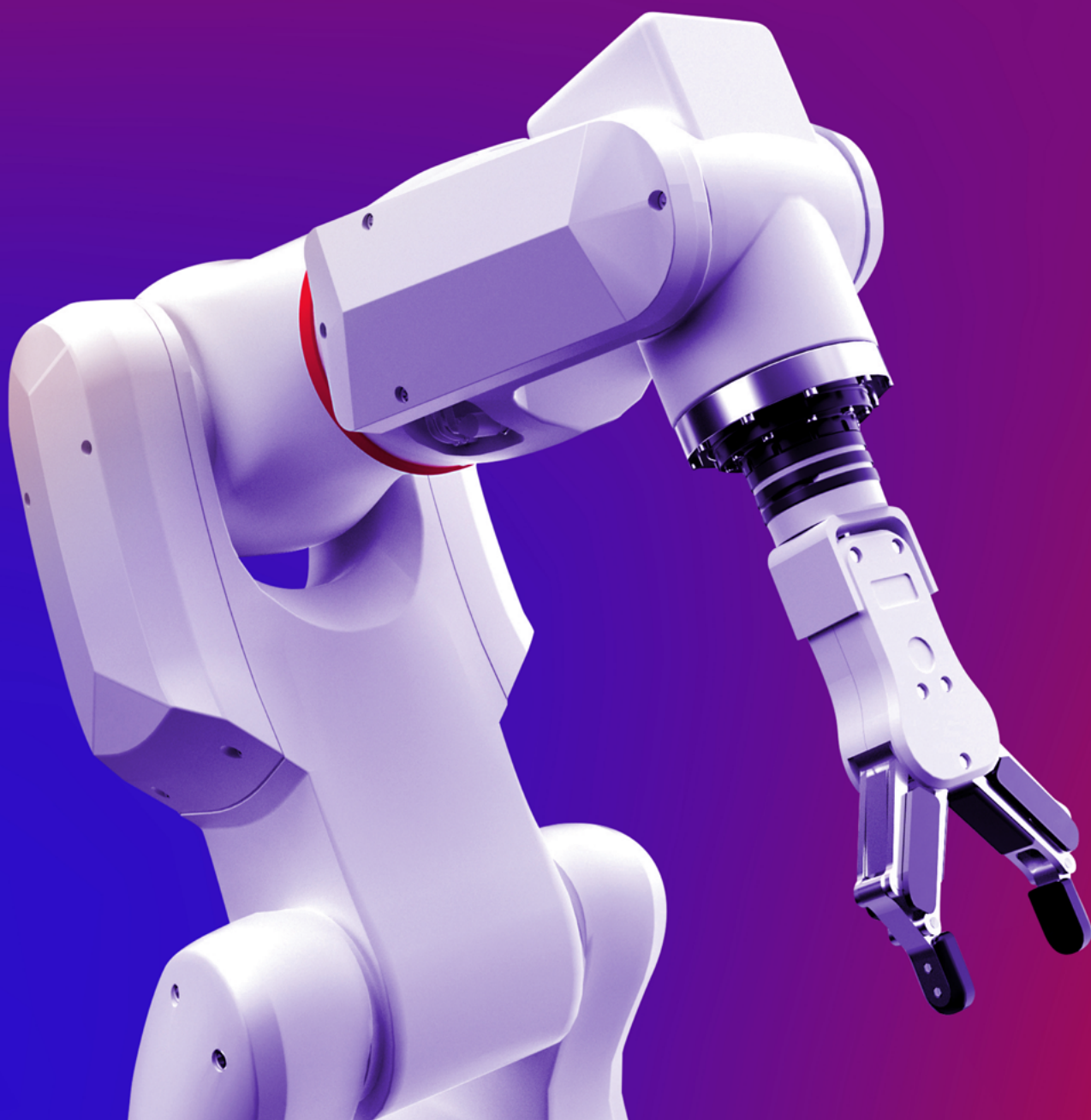


如何将可能变为现实

通过技术驱动的生产力来填补“价值洼地”



目录

前言	03
让我们向您展示如何将可能变为现实	04
方法	05
第 1 章: 在面对数字化变革时, 评估企业思维模式	06
第 2 章: 不懈地追求价值	10
第 3 章: 探索生产力的力量	16
第 4 章: 填补“价值洼地”: 合作的力量	26
结论	28
来源	29

前言

作者: Chris Brauer 博士

英国伦敦大学 Goldsmiths
管理研究所创新总监



世界各地的企业都在加速和发展自己独特的数字化转型之旅。2024 年,无论是生成式还是判别式的人工智能 (AI),都已“跨越”了从早期采用者到早期多数人在采用和整合方面的“鸿沟”。私营和公共部门以及民间社会各行各业的领导者都面临着挑战,他们需要为商业模式、工作方式和劳动力队伍的战略 AI 数字化转型规划路径。欢迎来到“采用年”,[根据Forrester的说法](#),90% 的高级决策者计划在 2024 年实施 AI (Forrester, 2024 年)。

19 世纪,为一家小型工厂**增加蒸汽动力可使生产力提高 25%**(美国国家经济研究局,2006 年),到 1920 年,蒸汽驱动的电气化工厂又使工业生产力提高了 20%(《美国经济评论》,1990 年)。麦肯锡、高盛、普华永道、麻省理工学院和斯坦福大学在 2023 年和 2024 年开展的研究均表明,通过以更好、更快、更便宜的方式来做事,**使用 AI 可将生产力提高 35%-50%**,从而提高运营效率和效益。

这些令人鼓舞的早期研究成果更多反映的是 AI 的前景,而不是那些仍在努力释放价值,并将技术战略与更宏大的雄心相结合,以实现繁荣、增长和扩大利润及目标的企业所面临的现实。毕竟,我们衡量生产力的标准是,从每单位投入中寻求更多单位产出。高绩效企业要求 AI 不仅要投入成本从生产力等式中剔除,还要提供能提高产出的产品和服务。

这份 Infor 报告通过数据驱动的证据和清晰可行的见解来帮助应对这些挑战,更深入地挖掘不断加速的表面需求曲线之下的内容,以揭示当今企业如何正确地采取行动,而不只是静观其变。这些企业会环顾周边,预测和预判接下来会发生什么,并积极应对机遇和风险。这些企业正在构建能够实现可持续增长的弹性战略,并利用技术优化流程、文化敏捷性和对客户的专注负责来实现差异化,推动渐进式转型和全面转型。

本报告中的研究结果表明,企业在加速转型方面面临的¹最大挑战不一定围绕新技术本身,而是从中获取价值所需的思维模式和文化变革。这让我想起一句有所误传的政治伦理学家圣雄甘地的名言:“Be the change you want to see in the world”。(想要改变世界,就先改变自己。)他实际上说的是:“As a person changes their own nature, so does the attitude of the world change towards them。”(当一个人真正改变自己时,世界对他的态度也会改变。)

对于我们所有人来说,这都是一个非常强大的想法,我们正在漫长的旅程中走向 AI 的未来。这份恰逢其时的报告表明,如果企业从本质上改变其思维模式、文化、流程及其对数据驱动未来的准备,采用清晰的愿景和目标,以及具有积极和有影响力的价值驱动型创新来推动发展,世界将会改变对该企业的看法。这是对未来的一个美好展望。

让我们向您展示如何将可能变为现实

行业正在面临着“价值洼地”。诸如生成式 AI 和数字自动化等新技术的趋势和进步,不可避免地会带来与核心业务运营战略无关的紧急行动,使企业无法获得承诺的收益。更为复杂的是,拥抱新技术的企业与反应迟缓的企业之间的数字鸿沟正在扩大。

然而,正确的前进道路往往是模糊的。颠覆性的新解决方案做出能取得更大成功的宏大承诺,但领导者必须保持专注,以专业的方式游刃有余地解决组织的痛点并释放价值。既要拥抱数字化转型,又要做到远离炒作的陷阱,在两者之间取得平衡绝非易事,而且有可能导致错失良机。

为了充分了解这种颠覆性的格局对组织意味着什么,以及他们如何能够更好地驾驭,我们进行了自己的全球研究调查。作为同类调查中规模最大的一次,我们采访了来自 15 个国家/地区和 7 个行业的 3,600 多名受访者,其中既有首席执行官,也有企业软件用户。

在我们的综合结果中,我们揭示了绩效最高的企业在推动核心业务速度和从数字化转型中获取更大价值方面所做的事情。

在本报告中,您将看到对我们研究结果的详细分析,包括对 7 个关键行业中高生产力企业行为的洞察。此外,您还将获得可立即投入应用的实用建议和有意义的措施。



作为同类调查中规模最大的一次,我们采访了来自 **15 个国家/地区和 7 个行业的 3,600 多名受访者**,其中既有首席执行官,也有企业软件用户。

方法

我们的全球调查研究于 2024 年 5 月进行，共有 3,600 名受访者，其中包括 7 个行业的企业解决方案软件用户。



汽车行业



分销



时尚业



食品和饮料



医疗保健



酒店

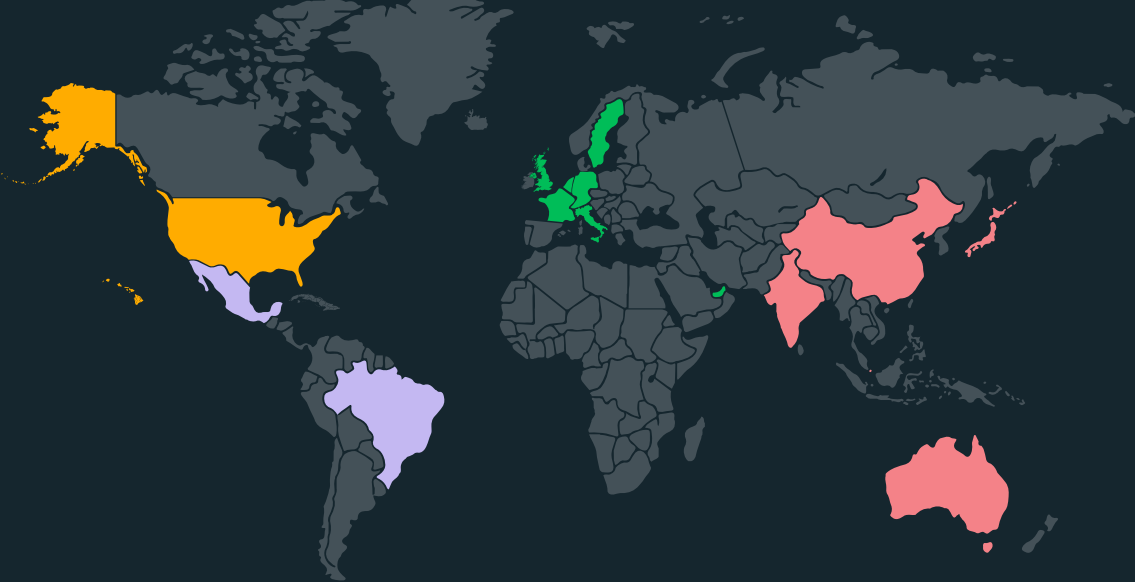


工业制造

首席级高管：企业解决方案软件的首席执行官、首席信息官、首席技术官、首席财务官、首席运营官、首席人力资源官和其他高管级决策者

用户：每周使用企业解决方案软件的员工

地区：



● **北美：**
美国

● **拉丁美洲：**
墨西哥、巴西

● **欧洲和中东：**
英国、荷兰、瑞典、
德国、法国、意大利、
阿联酋

● **亚太地区：**
印度、日本、中国、
澳大利亚、新加坡

第 1 章

在面对数字化变革时， 评估企业思维模式



在本报告中，数字化转型是指在整个企业中实施数字化解决方案或技术的行为，目的是转变流程和推动创新。根据具体的痛点、客户要求或企业目标，具体路线图将因行业和个别企业而异。

从智能到自主

“到 2028 年，85% 使用智能应用的企业将发展成为自主企业，重新定义企业内部的技术资源使用情况。”

来源：IDC FutureScape: 2024 年全球智能 ERP 预测，文档编号 US51300923

如今，数字化转型计划已司空见惯，甚至成为了入场条件。然而，受多种因素的影响，企业在评估这些举措的价值时思维模式可能会有所不同。在深入探讨如何创造价值之前，让我们先来探讨一下可能影响企业如何应对数字化变革的挑战。

经济压力

虽然财务不确定的时期确实会让领导者倾向于数字化转型，**因为这本身就可以节省成本**，但技术投资的路径很少是线性的（麦肯锡，2022 年）。

自主业务

根据 Gartner 的新研究：

“

自主业务是转型的下一波浪潮，将引发员工应用程序的目的、形式和功能发生时代性变化。”“数字化转型是利用数字技术，从根本上改变企业运作、为客户提供价值以及展开竞争的方式，是现代企业的重要组成部分。”

Gartner，智能应用助力自主业务

2024 年 9 月 17 日。

此处允许使用的 GARTNER 是 Gartner, Inc. 及/或其美国和国际附属公司的注册商标和服务标志。保留所有权利。

确保利益相关者对新举措的支持可能是一个重大难题。如果没有多个可证实的使用案例，新市场解决方案的价值很难得到证明。即使找到了衡量价值的替代方法，要在资金紧张和弹性较低的情况下证明投资的合理性也是一场艰苦的战斗。

了解正确的方法依赖于对数字化战略的全面理解，而对于某些人来说，数字化战略可能遥不可及。文章还提出了有关传统价值衡量技术的问题，以及企业是否应该评估和探讨如何定义“价值”。



不断升高的客户期望

由于竞争激烈，价格不断攀升，客户的期望值急剧上升，许多企业都在努力跟上同行的步伐。

这一转变的具体驱动因素因行业而异。例如，在汽车行业，埃森哲的研究发现，需求正在从汽车性能、设计和价格上转移，客户转而青睐更具互联性、虚拟性和环保性的体验（埃森哲，2023 年）。这就对应上了电动汽车和混合动力汽车的颠覆性出现。由于地缘政治因素而改变采购目的地也引发成本增加，然后就会将其转嫁给客户。

麦肯锡认为，与渐进式战略相比，更大胆的数字化战略更有可能提高客户参与度（麦肯锡，2022 年）。由于客户需求具有快节奏和可塑性的特点，再加上竞争对手的威胁与日俱增，企业可能不得不提高其风险承受能力，从而需要进行重大的思维转变。

客户喜欢更具互联性、
虚拟性和环保性的体验。





新技术的快速发展

生成式 AI 的前景改变了我们处理工作和开展业务的方式 (麦肯锡, 2023 年)。例如, 在时尚业, 一些企业正在利用 AI 生成新的款式名称 (麦肯锡, 2023 年)。在其他行业, 餐饮业 (F&B) 企业正在使用 AI 来创建和翻译食品标签 (FolSol 2023)。

然而, 与许多新技术一样, 价值证明的实现通常是很慢的, 让领导者不确定该把工作重点放在哪里。可供选择的方案数不胜数, 而且新的解决方案似乎正在以惊人的速度出现, 选择范围之广可能会让人应接不暇, 甚至可能会让人感到厌烦。

在麦肯锡的这项调查中, 五分之一的受访者表示, 他们的企业投资数字化转型纯粹是为了解化新的数字化能力 (麦肯锡, 2022 年)。这首先表明, 尽管存在担忧, 但现在企业必须应对数字化变革, 否则就有可能被竞争对手赶超。

虽然这些挑战在许多企业中很常见, 但每个行业都面临着独特的复杂性。归根结底, 数字化变革是各地领导者的当务之急, 但投资决策越来越需要价值和成果的有效证明。但这有时并不可行。

很明显, 每个企业都在追求价值, 但大多数企业缺乏有意义的措施和手段来释放价值。世界各地的企业都有着共同的抱负: 他们希望看到价值创造。但是, 要实现这一雄心壮志, 可能意味着要在颠覆性技术领域经历一段复杂的旅程。这需要做好准备。

传统的局限性



“

企业如果还在运行过时已久的软件版本, 将无法适应瞬息万变的行业环境, 这种情况并不少见。即使是那些采用云产品, 但应用了大量定制、扩展程序和集成系统的企业, 在业务发展速度上采用创新也是举步维艰。”

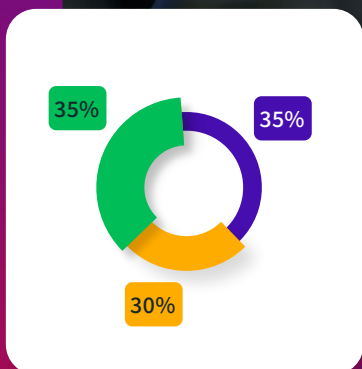
Kevin Samuelson,
Infor 首席执行官

infor

在麦肯锡的这项调查中,
五分之一的受访者表示,
他们的公司投资数字化转型纯粹是为了孵化新的数字化能力。

第 2 章

不懈地追求价值



正如以上所述，全球各行各业都在大力推动价值创造。每个企业将什么视为价值创造，其确切性质可能因各自不同的优先事项而异，可能是利润增长、收入增加、股东价值、更大的创新或完全是其他事物。

但归根结底，实现这些目标的核心是有效和高效的业务运营，换句话说，就是提高生产力。这一观点得到了我们研究的支持，研究表明，75% 的受访企业预计在未来三年内将生产力提高 20% 以上。

那么，如何提高企业生产力？正如我们接下来要探讨的那样，答案在于找到投资正确的技术、开发高效的流程以及建立敏捷积极的企业文化之间的最佳平衡点。



应对技术投资的复杂性

我们研究的一个重要发现是，企业认识到技术是释放生产力，进而释放价值的一种方式，并愿意投资新的解决方案来实现这一目标。80% 的企业一致认为，成功将取决于新技术的运用和可采用性，而 78% 的企业预计未来几年技术投资将增加 20% 或以上。

我们的发现在其他地方也得到了印证。[麦肯锡的研究](#)证实，技术投资正在创造巨大的商业价值，超过三分之二的受访者表示，数字化变革增加了现有收入来源，超过一半的受访者表示创造了新的收入来源，如新的产品线（麦肯锡，2021 年）。

转型的秘诀



“

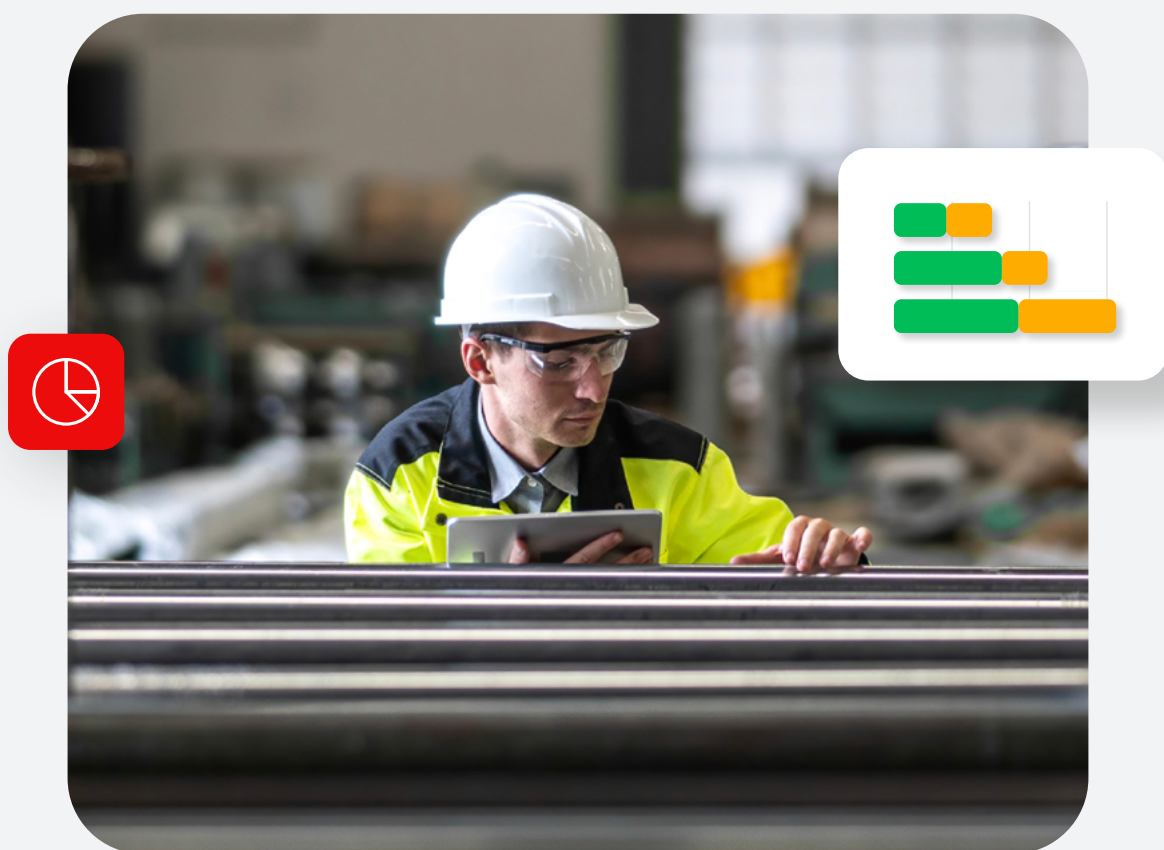
如果您想在企业中开展任何转型工作，从赋能技术的角度来看，基本上有两个要素，即数据和 API。您需要数据，包括行业数据以及内部和外部数据，所有这些数据都集中在一个地方。您还需要通过 API 访问正确的功能（行业特定的功能），以实现部分业务流程的自动化。”

Soma Somasundaram,
Infor 产品总裁
兼首席技术官

infor

然而，[仅仅采用技术是不够的（麦肯锡，2023）](#)。很多时候，企业被令人兴奋的新解决方案的承诺所吸引，但却对实施后缺乏切实的改进感到失望。

75% 的受访企业预计
在未来三年内将生产力
提高 20% 以上。



这背后的一个常见原因是，新技术可能会揭示出以前未曾发现的瓶颈，需要在实现价值之前加以解决。这些问题通常存在于业务流程中，这就说明了领导者对操作程序进行端到端监督的重要性，而这最好是在新解决方案的路线图绘制出来之前进行。在这方面，领导者尤其可以从外部视角中获益，因为在面临关键决策时，他们可能很难退后一步观察全局。

最终，任何新的解决方案都应该直接与价值创造机会和可衡量的结果联系起来——如果没有正确的方法，这一点很难实现。

不断变化的企业面貌

“

买家正在成为构建者，这也是企业实现差异化的一种方式。

过去，我们需要购买整个软件解决方案，例如电子商务平台，并在此范围内进行更改。现在，您可以购买可重用和重组的可组合业务应用程序，以创建量身定制的差异化解决方案。

这可以表现为企业将 AI 解决方案与其数据平台整合在一起，将数据汇集在一起进行整体输出，从而发掘出推动价值的方法。”

Mark Schwartz,
AWS 企业战略家



利用生产力的力量

企业希望推动价值创造。为此，他们应该转变思维模式，利用技术提高生产力。

这项技术是什么样的？最具生产力的企业如何利用这项技术脱颖而出？最关键的是，它们如何释放生产力优势，既能提高核心业务速度，又能证明价值？

“生产力”是什么意思？

在我们的研究背景下，生产力被定义为推动利润、增加股东价值、互惠互利和加速产品创新的战略工具。

我们最具生产力的企业都具有某些特征。它们不仅自称比同行业的其他企业更有生产力，而且在过去三年中收入增长也更快。

通过我们的研究，我们确定了最具生产力企业的四个核心属性，将它们称为“价值向量”。这些向量是我们的锚点，使我们能够详细探究上述问题的答案，并得出可付诸行动的见解，从而为企业的生产力之旅提供动力。

78% 的公司预计
未来三年的技术投资
将增加 20% 或更多。



价值向量

以下四个向量勾勒出了我们最具生产力的公司。

1 流程和系统

这些企业将坚不可摧的流程打造成竞争优势

流程经过充分调整且智能化。技术使企业可以直观地识别和释放优化潜能。

2 为敏捷性和未来做好准备

这些企业敏捷、适应性强，为未来做好准备

先进技术（生成式 AI、RPA、流程智能）可用于降低风险，更快地应对现代世界的动荡和不可预测性。这些企业不断确定哪些有效，哪些无效，以优化现有投资并保持领先。

3 数据文化

这些企业正在通过数据的力量打破界限

他们利用智能和自动化的投入，建立全面的数据基础和战略。这使他们的员工能够在正确的时间获得正确的洞见，能够在每次转折时创新并释放更多价值。

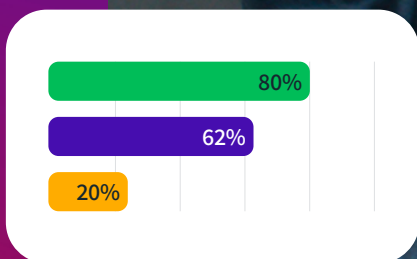
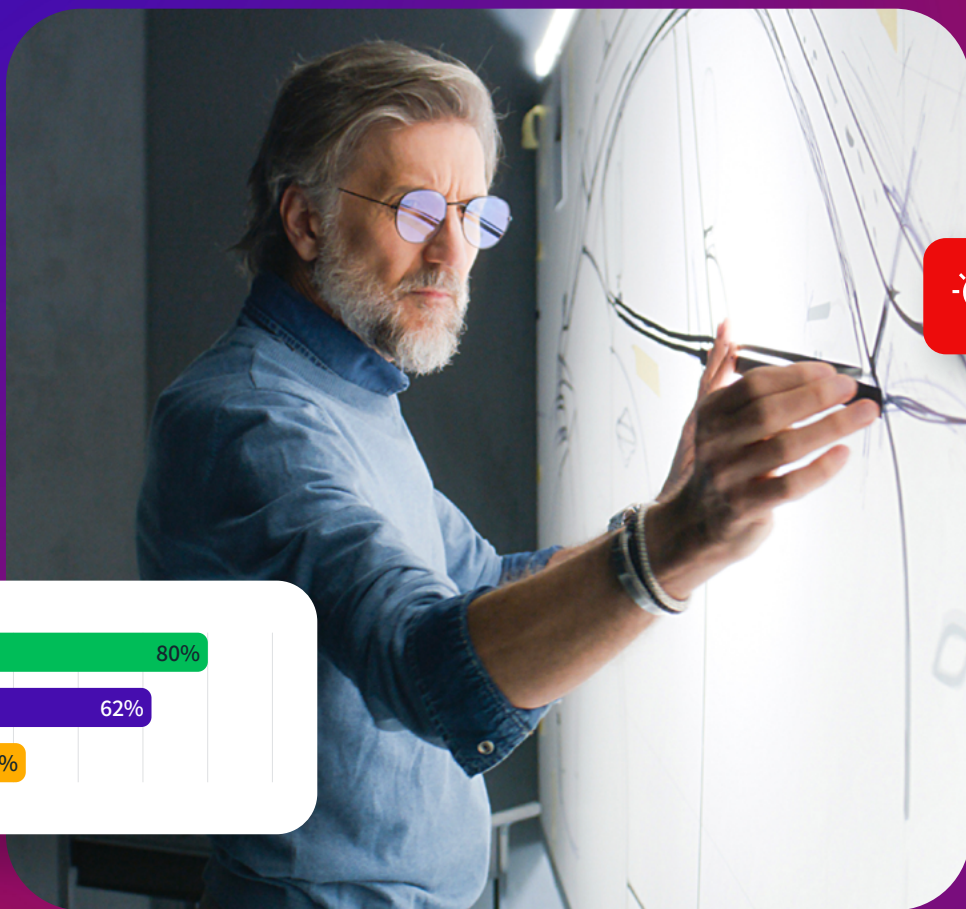
4 客户至上

这些企业专注于客户的成果

他们的成功取决于客户的成功；他们的收入增长取决于客户的收入增长。他们将客户反馈融入企业的每个部分，努力预测客户的需求，并对其价值实现负责。

第 3 章

探索生产力的力量



在我们的研究分析中，我们发现最具生产力的企业之间有明显的相似之处。我们将若干重要特点划分到各个向量，建立了一个最具影响力的价值驱动因素列表，这些因素有助于提升各个企业的生产力优势。每个属性由数据点定义。这个百分比量化了最具生产力的公司与其他公司之间的差异

后者的生产力要低得多 — 这就凸显了前者的关键重点领域。

通过比较各向量相关属性的行业数据，我们得以了解企业如何利用其核心业务运营作为差异化竞争优势。

特色行业：



汽车行业



分销



时尚业



食品和饮料



医疗保健



酒店



工业制造 (IM)

转型的秘诀



“

随着 AI 和代理框架等较新功能突破试点阶段，显然，要扩展这些功能，就必须对我们现有的技术能力进行评估。现在再也无法容忍复杂、互不关联或手动操作的流程和数据系统。

寻求竞争优势的企业需要对多年来潜在的流程低效问题进行反思和总结。成功的数字化转型在很大程度上依赖于项目管理、深厚的流程知识、强大的执行力和重要的数据清洗活动。如今，在大多数成功的转型中，能成为焦点的企业都拥有清晰的愿景、明确的商业案例和企业的全部力量，从而使转型取得成功。”

Chris Verheuveld,
Deloitte Consulting
LLP 董事总经理

Deloitte.

1 流程和系统

这些企业将坚不可摧的流程打造成竞争优势

流程是企业一切工作的核心。因此，最具生产力的企业拥有经过高度调整 and 智能化的流程，依靠技术来确保无缝运营并确定需要改进的领域，这是很有道理的。



研究分析

通过比较生产力最高和最低的企业，我们确定了它们之间的差距，具体体现在以下百分比中。

我们调查中的以下四个属性与此向量相匹配：

1 生产力流程

我们的企业流程能让我们尽可能提高生产力。

26.5%

2 明确的关键绩效指标

我们已经制定了明确的关键绩效指标来评估绩效和生产力提升。

18.7%

3 绩效可见性工具

数字化工具和系统提高了我们流程绩效的可见性。

16.6%

4 自动化技术

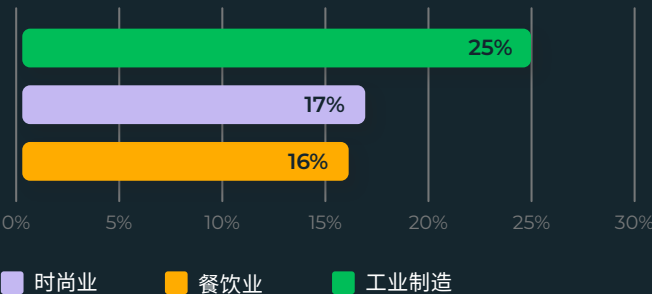
我们利用数字化技术将许多重复性和非增值流程自动化。

10.6%

“生产力流程”是差距最大的地方。但分销和 IM 行业的差距更为显著，差异分别为 **34%** 和 **26%**。

这两个行业在“明确的关键绩效指标”属性方面也存在较大差距 (**22%** 和 **21%**)，这表明两个属性之间存在潜在的相关性。

图 1：生产力最高和最低的企业之间的绩效可见性工具百分比差距



数字化工具和系统提高了对我们流程绩效的可见性

在第三项属性“绩效可见性工具”方面 (图 1)，IM 行业的生产力从高到低的差距更大 (25%)。具有高生产力的 IM 比任何其他行业都更重视数字化工具和系统。生产力最高的拉丁美洲以及亚太地区的企业也比其他地区更重视这些因素 (23% 对 16.6%)。事实上，拉丁美洲地区在此向量中的总体百分比最高，这表明他们更加重视其流程优化方法。

值得注意的是，首席级高管对这一属性的评分高于非首席级高管，为 34%，而总监和用户分别为 28% 和 18%。有趣的是，这是首席级高管唯一一评分高出的向量，在其他三个方面的评分相当平均。



通过提高可见性来优化流程

数字化工具和自动化显然是提高运营效率的关键。然而，技术需要证明其价值。那些正在实现价值的企业也在制定明确的关键绩效指标，以跟踪绩效和生产力的提高情况，这一行动看似简单，但却可能标志着您与竞争对手之间的差距。他们还在促进流程挖掘，以真正了解他们的流程以及如何予以改进。

更重要的是，他们正在使用这些工具来提高可见性。在许多企业中，内部数据（关于它们如何运营和操作的信息）存储在不同的应用程序和数据库中。对于通过持续合并或收购形成的大型企业来说，这些数据甚至可以跨多个 ERP 系统。这意味着与这些数据相关的潜力是有限的，甚至会失去，从而导致可能收益的减少。

集中式软件平台可为整个组织提供实时信息的可见性，简化沟通并提高运营效率。这为高度调整的智能流程奠定了基础，提供可付诸行动的数据见解，帮助您随着时间的推移剔除效率较低的领域，并在可能的情况下创造标准化的机会。

这不仅能减轻员工的负担，而且内部数据的可见性还能打开一扇通往各种可能性的大门：有了组织运行的全貌，您就能做出更明智的决策，从而有助于实现关键的业务目标，无论这些目标是大大小小。

转型的秘诀



“

当企业在评估或评价新技术要求时，应该参考行业流程目录 (IPC)，这是行业特定业务流程标准内容的一部分，并将其作为出发点。将这种方法与流程挖掘相结合，有助于确定特定业务流程目前的执行方式。

这有助于确定需要改进的领域，或自动执行任何冗余的手动步骤，从而帮助取得更好的成果。一旦企业确定了机会所在，就可以在评估新技术的价值时将其作为一项要求。”

Rick Rider,
Infor 产品管理高级副总裁 **infor**

2 为敏捷性和未来做好准备

这些企业敏捷、适应性强， 为未来做好准备

创造价值的一个关键要素是能够经受住各种风暴。现代社会动荡不安、变幻莫测，动辄就会带来破坏，因此最有生产力的企业都在依靠先进技术（如生成式 AI、RPA 和增强智能）来保持稳定。



研究分析

通过比较生产力最高和最低的企业，我们确定了它们之间的差距，具体体现在以下百分比中。

我们调查中的以下三个属性与此向量相匹配：

1 预测智能技术

我们对先进技术的使用有助于我们预测事件，以便我们尽早采取行动。

21.2%

2 自动化技术

先进技术正在关键业务职能部门中实现决策自动化。

18.0%

3 创新技术

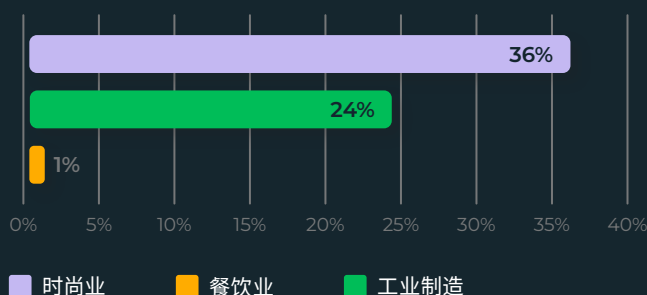
我们利用数字化技术加快产品创新。

8.7%

尽管第三项“创新技术”在生产力最高和最低的企业之间显示出最小的差异，仅为 8.7%，但还是存在一些巨大的行业差异。例如，IM 中生产力最高和最低的企业之间的差异

最明显，为 43%，而时尚业的差异排名第二，为 9%。“预测智能技术”的行业数据与全球平均水平 (21.2%) 持平，但餐饮业占 3%，分销业占 39%。

图 2：生产力最高和最低的企业之间的自动化技术百分比差距



先进技术正在关键业务职能部门中实现决策自动化

我们看到，我们的第二项属性“自动化技术”（图 2）也存在类似的分歧，高性能的分销组织认为决策自动化的价值更大。这也凸显了餐饮业有机会进一步应用先进技术，以推动更大的价值。



使用自动化进行关键决策

单凭先进的技术，价值证明很难实现。然而，我们的研究突出表明，最具生产力的企业正在优先考虑智能和创新，以实现更高的敏捷性、更好的未来准备程度以及最终的价值创造。尽管行业差异难以忽视，但它再次证明技术只是难题的一部分。此外，自动化越来越多地被用于为关键决策提供信息。但自动化是一个大桶，包括许多功能；可能很难知道从哪里开始。

许多企业犯的错误是转向独立供应商，这些供应商只专注于重复性、以劳动力为中心的任务的前端自动化。虽然取消手动流程可以推动改进（尤其是在人才方面）并产生有价值的数据，但这并不能为创新或易于长期维护的解决方案提供所有要素。

另一种方法是首先解决后端自动化问题，最好是与能够提供完整端到端包的提供商合作。这可能包括实施自然语言处理 (NLP) 和机器学习服务，以简化任务执行、推荐下一个最佳行动，并在相应调整系统之前预测潜在问题。

回到我们关于复杂的行业差异的观点，能够在不同的应用程序中不断扩展 ERP 自动化功能，并根据自身的复杂需求定制数字自动化，这将有助于加速和实现业务目标。

最大限度地利用这类先进技术是我们绩效最佳的企业的优势所在，然而，对于任何愿意接受转变的企业来说，这都是一个可以实现的目标。

在变化中保持应对能力



面对不断变化的购买模式和供应链问题，企业很难准确地规划客户想要的产品和时间。随着客户购买模式的不断变化，烘焙设备和膳食包装系统制造商 **Oliver Packaging** 的领导者知道，必须有更好的方法来检测这些变化，以便在正确的时间交付正确的产品，从而提高利润和客户体验 (Infor, 2024 年)。

Oliver Packaging 将 AI 解决方案与行业特定 ERP 相结合，实施了异常检测算法，能够更准确地迅速识别异常的客户订单和金额，从而**将跟踪客户需求和进行预测的工作量减少 90%**。使用机器学习对这些异常进行日常处理通过用户友好型仪表板实现，员工可以在这里查看和分析销售和运营的差异，以做出关键的实时业务决策。

“如果我的客户订购量低于正常水平，我现在可以去找销售人员，让他们联系客户进行调查。这种情况会局限于特定客户，还是会蔓延到整个市场？是将其社会化到“送餐上门”，还是只社会化到学校？与此同时，我必须让运营部门知道会发生什么，以便他们可以对库存方面进行更改。” **销售分析师 Sara Patrick** 解释道。

3 数据文化

这些企业正在通过数据的力量打破界限

可以说，最佳数据实践是所有成功决策的基础。绩效最佳的企业在其核心业务运营中以更具洞察力的方式激活数据，使其能够不断创新并释放价值。



研究分析

通过比较生产力最高和最低的企业，我们确定了它们之间的差距，具体体现在以下百分比中。

我们调查中的以下四个属性与此向量相匹配：

1 对创新的文化偏好

我们的企业文化拥抱技术进步。

15.0%

2 自动化技术

我们利用先进的建模技术在产品创新中实现快速原型设计。

13.9%

3 用于实现更明智决策的数据可见性

我们的员工有能力做出数据驱动的决策。

12.6%

4 预测智能技术

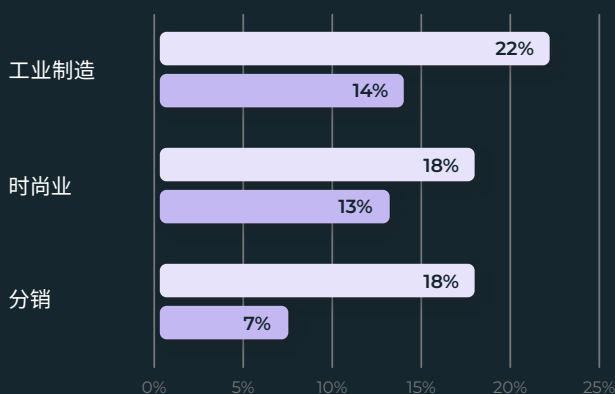
我们使用数据来预测未来的需求。

5.9%

高生产力的 IM 企业更注重以技术为中心的文化，与生产力最低的 IM 公司相比，两者相差 32%。这进一步巩固了他们作为技术拥护者的地位。值得注意的是，在欧洲、中东和非洲地区

表现最出色的企业也持有同样的观点，与第一个属性 15% 的全球差距相比，欧洲、中东和非洲地区的差距为 26%。第二个属性为 20%，而全球平均值为 13.9%。

图 3：生产力最高和最低的企业之间的数据可见性百分比差距



与生产力最差的同行相比，生产力最高的 IM、时尚业和分销业企业有着类似的关注点：确保员工具备做出数据驱动决策的能力（图 3）。但是，在通过数据预测未来需求方面却出现了下滑，这表明他们可能不知道如何更好地利用这些数据。

- 我们的雇主有能力做出数据驱动的决策
- 我们使用数据预测未来需求



创建定制数据模型

数据文化是价值创造之路的开端，为创新文化铺平了道路。使用数据做出明智决策和预测未来需求，是建立业务弹性并最终推动增长的核心所在。

然而，数据是一个无限复杂的主题。大多数企业都已采取了一些措施来实施更高效的数据管理工具，但由于开始的方法很多，行业细微差别也很大，因此很难知道如何才能做到最好。人才稀缺是一个限制因素，而无处不在的监管和合规性则会使组织难以掌控一切。

数据模型可以帮助排除干扰。当企业建立起指导数据存储、访问和管理方式的蓝图时，就能消除各自为政的情况，形成数据驱动决策的基石。例如，财务和运营数据应保持一致，以便在企业内的所有层级做出最佳决策。此外，数据模型在流程背景下的行业特殊性对于取得最大成果至关重要。对于那些拥有大量原始数据的企业来说，可能需要先退一步并实施数据湖，以更加灵活和可扩展的方式构建他们的模型。

使用集中式平台，企业可以从单一真实来源分析和审查其数据。这种方法还有助于改进数据管理，以确保最高的数据质量；数据越准确，见解就越可行。AI 和机器学习 (ML) 需要干净、高质量的数据来增加价值，而流程智能输出则建立在有关流程的准确数据上。全面的可见性也意味着更高的数据相关性，确保可以收集特定的见解以支持切实的企业目标。

但数据不仅来自内部。使用数字工具来提高供应链的可见性，使企业能够利用外部数据，影响从客户关系到利润率的方方面面。这也使企业能够预测未来的需求，因为来自供应链更上游的数据使企业有能力做出决策，避免中断，或是能最大限度地利用机会。



利用数据提升客户服务

叉车制造商 **Combilift** 的服务工程师有时会因为报错了维修工作所需的零件而无法在首次服务中完成订单。为此，他们必须停止工作，研究并获得合适的零件，然后返回客户处完成工作 (Infor, 2024)。延迟完成会增加经销商和客户的检修成本，因为待检修的机器仍然无法运转。

团队利用三年的历史数据来训练新的 AI 解决方案，现在可以即时生成零件建议。这不仅提高了推荐正确零部件的效率和准确性，还扩展了服务报价流程，减轻了员工的压力，并确保在首次就为客户完成修复。此外，维修工作成本降低了 40%。

全球零件经理 Kenny Gilmour 表示：“产品推荐程序非常好用。”“在许多情况下，我会亲自处理客户对组件的请求。我在这里负责零件报价近 15 年时间，我发现自己的经验和 AI 解决方案得出的结果是一致的。”

4 客户至上

这些企业专注于客户的成果

对我们的高绩效企业而言，超越自身的成功，为客户着想是他们的第二天性。客户的反馈意见是每项决策的依据，他们利用这些意见来调整服务，确保满足客户的需求。

研究分析

通过比较生产力最高和最低的企业，我们确定了它们之间的差距，具体体现在以下百分比中。

我们调查中的以下四个属性与此向量相匹配：

1 对创新的文化偏好

我们有专门的创新部门。
12.7%

2 自动化技术

我们将客户反馈和见解整合到我们的产品创新流程中。
10.6%

3 用于实现更明智决策的数据可见性

我们在产品和服务中嵌入智能技术，以便更好地了解产品和服务的使用情况。
9.4%

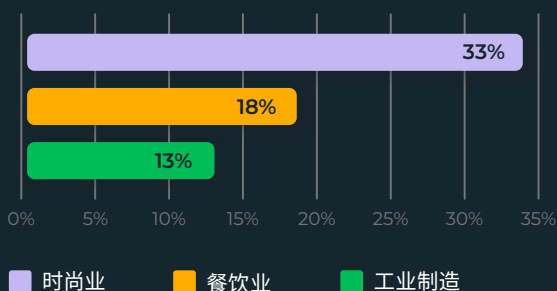
4 预测智能技术

我们拥有“客户心声”流程和工具，因此我们可以了解并适应客户不断变化的需求。
8.4%

事实上，生产力最高的 IM 企业倾向于“对创新的文化偏好”，并设有专门的创新部门，与生产力最低的企业相比，差距为 **32%**，这也加强了他们作为创新领导者的地位。

在“客户心声”流程方面，最成功的餐饮组织对如何产生有效的顾客反馈有着深刻的理解，与生产力最低的同行相比，差距高达 **27%**。

图 4: 生产力最高和最低的企业之间的客户反馈百分比差距



我们将客户反馈和见解整合到我们的产品创新流程

与此同时，高生产力的时装业企业倾向于将客户反馈整合到产品创新中（图 4），远超其生产力较低的同行。虽然这是顶级餐饮业企业的关注领域，但差距并没有那么大（18%）。这可能与不同行业收集反馈的方法有关，有些行业比其他行业更直接或更先进。



采用行业特定技术以 优先考虑客户需求

以客户为中心是创造价值的先决条件，我们最具生产力的企业始终将客户放在首位和中心位置，就证明了这一点。从将智能技术融入产品到在产品创新中运用客户见解，很明显，努力改变客户体验将带来更好的结果。

我们的研究结果再次凸显了行业差异，进一步强化了“没有放之四海而皆准的方法”这一观点，每个行业都需要探索不同的解决方案来解决痛点。

例如，AI 解决方案可以提升客户服务，缩短销售订单处理时间，并帮助代理更快地响应客户询问。AI 工具可以提供更复杂的使用案例，例如使企业能够构建自定义输出；例如在销售订单屏幕中嵌入推荐引擎。这有助于客户根据自己的需求订购合适的产品，从而节省时间和金钱，同时不占用宝贵的代理资源。

大多数企业将需要一个行业特定的 ERP 来满足他们的独特需求，进而满足其客户的需求。将开箱即用的核心功能与可配置功能相结合，使企业能够构建量身定制的解决方案，将以客户为导向的文化考虑在内。此外，通过额外的 API，他们可以保持高度的灵活性，并根据客户反馈视情况需要添加新功能。

将客户放在首位



“

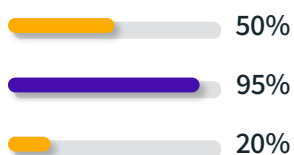
在亚马逊，我们的领导原则之一是，我们应始终从客户的问题出发，并由此倒推。例如，我们将对客户反馈进行详细审查，利用他们的意见来指导我们如何制定和推出新举措。通过设身处地为客户着想，我们可以更好地理解体谅他们的痛点，这反过来又使我们能够提供更加量身定制的解决方案。这不仅为我们的成功奠定了基础，还使我们在应对客户急剧增长的期望时具备了竞争优势。”

Yogesh Dhimate,
AWS 高级解决方案
架构师



第 4 章

填补“价值洼地”： 合作的力量



真正的价值在于企业的核心：直接位于行业特定的运营流程、员工和产品的交叉点。要想真正最大限度地发挥您独特的业务潜力，您需要一个完全了解这三者的技术合作伙伴。

这正是 Infor 能够帮助您取得成功的地方。我们对行业细微差别的广泛了解，使我们能够在云中开发完整的行业套件，针对每种使用情况提供适应性极强并可精心定制的细分垂直功能。

Infor CloudSuite 解决方案在云中原生构建，以实现全球业务、联网分析和人工智能增强的用户体验。我们的数字平台采用 AWS 的基础设施服务，具有强大的功能，可与传统软件和其他云软件协作，并通过自动升级提供最新的技术进步。

通过为领导者提供专家见解、尖端解决方案和战略联系，企业可以优化关键业务流程，以解锁创新并推动价值创造。



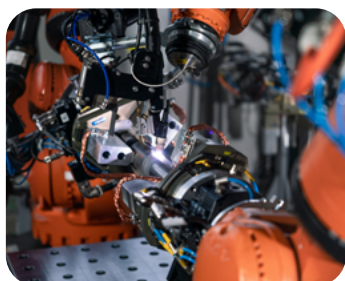
数据

我们有效地部署了利用数据科学的技术，使企业能够构建集中式数据模型。通过单一的事实来源，企业可以高效地整理可付诸行动的数据见解，从而对提升价值产生切实的影响。



流程

我们的平台消除了各自为政的情况，为企业提供实时信息的可见性，同时简化了整个企业的沟通，优化了流程，从而提高了生产力并释放了竞争优势。



创新

我们的数字自动化功能使组织能够提升敏捷性并面向未来，将历史上复杂的 AI 技术转化为有价值的、可实现的企业目标。

立即行动，确保您的行业领导者地位

各企业正处于转变的风口浪尖，这种转变可带来巨大的业务生产力和效率提升，使他们能够挖掘以前未曾发现的价值流，并对收入增长产生切实影响。虽然我们已讨论过无数种提高生产力水平的方法，但一切都要从企业领导者转变观念开始，改变他们对待技术投资的方式。

数字化战略需要大胆；数字化转型需要可衡量，并与业务目标保持一致。虽然寻找正确的道路远非一蹴而就，但有效解决方案的出现应该让各企业倍感振奋。

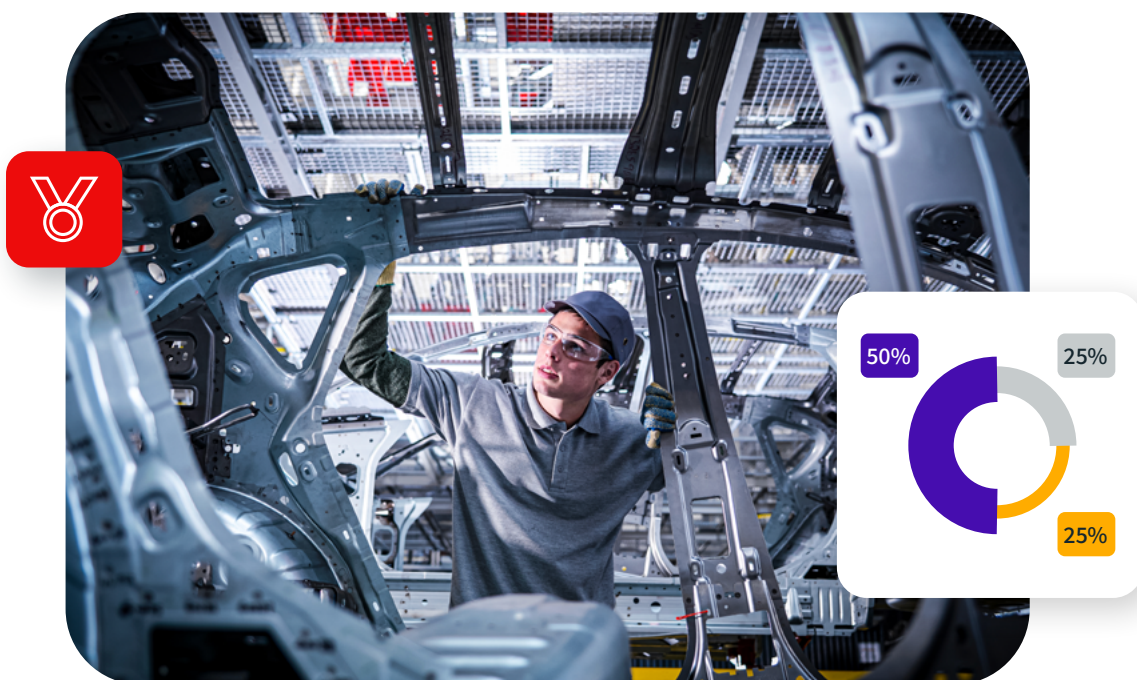
正如之前所讨论的那样，企业应该关注四个关键领域：建立坚不可摧的流程，变得更加敏捷和面向未来，拥抱数据的力量，以及创建专注于客户成果的文化。与这些向量保持一致的企业正在为自己装备实现价值创造的能力。

然而，时不我待。在客户期望和经济动荡的共同作用下，那些拥抱技术和创新潜力的企业将会崛起，而那些犹豫不决的企业则被抛在后面，这只是时间问题。

通过与合适的提供商合作，企业可以凭借丰富的行业经验，为量身定制的数字化战略打开大门。有了像 Infor 这样的技术合作伙伴的支持，企业领导者在技术路线图上获得了亟需的外部视角，这些视角将可就如何发掘生产力优势、实现价值创造提供建议和指导。

这一切都归结于投资正确的技术、开发高效的流程，以及建立敏捷积极的企业文化。这就为什么领先的企业可以更高效率地推动价值。

这就是将可能变为现实的关键。





1. Forrester (2024) 'Digital Transformation and AI Adoption', Forrester. Available at: <https://www.forrester.com/report/the-state-of-generative-ai-2024/RES180458> (Accessed: August, 2024)
2. National Bureau of Economic Research (2006) 'The Impact of Steam Power on Productivity', National Bureau of Economic Research. Available at: <https://www.nber.org/papers/w11931> (Accessed: August, 2024)
3. The American Economic Review (1990) 'Electrification and Industrial Productivity', The American Economic Review. Available at: <https://www.jstor.org/stable/2006721> (Accessed: August, 2024)
4. McKinsey (2022) 'Three new mandates for capturing a digital transformation's full value', McKinsey. Available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/three-new-mandates-for-capturing-a-digital-transformations-full-value> (Accessed: August, 2024)
5. Accenture (2023) 'Customer Expectations in the Automotive Industry'. Available at: [Reinventing Automotive Customer Experience Journey | Accenture](#) (Accessed: August, 2024)
6. McKinsey (2023) 'What's the future of generative AI? An early view in 15 charts', McKinsey. Available at: <https://www.mckinsey.com/feature-insights/mckinsey-explainers/whats-the-future-of-generative-ai-an-early-view-in-15-charts> (Accessed: August, 2024)
7. McKinsey (2023) 'Generative AI: Unlocking the future of fashion', McKinsey. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/generative-ai-unlocking-the-future-of-fashion> (Accessed: August, 2024)
8. FolSol (2023) 'The AI-Powered Future of Food Labelling: How Technology is Driving Change', FolSol. Available at: <https://www.foodlabelsolutions.com/info-centre/Artificial-Intelligence/the-ai-powered-future-of-food-labelling-how-technology-is-driving-changes/> (Accessed: August, 2024)
9. McKinsey (2021) 'Seven lessons on how technology transformations can deliver value', McKinsey. Available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/seven-lessons-on-how-technology-transformations-can-deliver-value> (Accessed: August, 2024)
10. Gartner (2024) 'The Future of Enterprise Applications: Intelligent Applications Enable the Autonomous Business', Gartner. Available at: <https://www.gartner.com/en/documents/5768215#:~:text=Autonomous%20business%20is%20the%20next%20wave%20of%20transformation,%20triggering%20epoch> (Accessed: August, 2024)
11. IDC (2024) 'WW Intelligent ERP FutureScape', IDC. Available at: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US51300923> (Accessed: August, 2024)
12. McKinsey (2023) 'In digital and AI transformations, start with the problem, not the technology', McKinsey. Available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/in-digital-and-ai-transformations-start-with-the-problem-not-the-technology> (Accessed: August, 2024)
13. Oliver Packaging (2024) 'AI Solutions for Customer Demand', Oliver Packaging. Available at: <https://www.infor.com/blog/how-oliver-packaging-uses-infor-ai> (Accessed: August, 2024)
14. Combilift (2024) 'Boosting Customer Service with Data', Combilift. Available at: <https://www.infor.com/blog/innovation-showcase-how-to-increase-equipment-uptime-and-customer-service-with-ai-driven-part-recommendations> (Accessed: August, 2024)

关于 Infor

Infor 是为特定行业企业提供商业云软件产品的全球领军供应商。Infor 构建基于云的全面行业套件，并帮您部署用户体验至上的软件，充分利用数据科学并与您现有系统轻松集成。全球超过 67,000 家企业依靠 Infor 的帮助来应对市场的颠覆性发展，并实现企业整体的数字化转型。

开启您的旅程， 实现梦想

联系方式：

infor.cn



版权所有 © 2024 Infor。保留所有权利。此处的文字信息和设计标志均为 Infor 和/或其关联公司及子公司的商标和/或注册商标。此处所列的所有其他商标均为其各自所有者的财产。

WP-SC-1224-1501-86a52gtjr-1