

ИТ как фактор дифференциации



Одна из последних книг всемирно известного маркетолога Джека Траута называется «Дифференцируйся или умри!». В современном мире жесточайшей конкуренции только отличие от остальных может служить залогом успешного бизнеса.

И если упростить само понятие бизнеса до банального «я делаю нечто, тратя какой-то ресурс, и это нечто кто-то у меня покупает за больший ресурс», то путей дифференциации не так уже и много. Преуспеть в бизнесе можно за счет:

- экономии на расходах — при равной с конкурентами цене заработок получается больше;

- уникального продукта или услуги — все альтернативы конкурентов проигрывают по характеристикам;
- лучшего клиентского опыта — при прочих равных, эмоции клиентов при покупке у конкурентов значительно менее яркие.

При этом в ходе своего развития человеческая цивилизация (в части ее

коммерческой составляющей) развивала любые новые технологии исключительно в погоне за дифференциацией (причем в основном — за счет экономии на расходах): железные дороги появились ради ускорения (удешевления) доставки товаров из точки А в точку Б, электричество — для упрощения (опять же — удешевления)

«доставки» энергии к промышленному оборудованию (как альтернатива водяной мельнице и системе тяг). И таких примеров много — какую технологию ни возьми.

Информационные технологии, в общем, проходят свой эволюционный путь по такому же закону: ведь основное их предназначение — повышать эффективность (упрощать, ускорять и т. д.) выполнения тех или иных бизнес-процессов. И если в начале пути информатизация (или автоматизация) была уделом избранных (тех, кто мог себе позволить) и действительно давала конкурентное преимущество просто за счет своего наличия (согласитесь, вести бухгалтерию в 1С явно эффективнее, чем в бумажном журнале операций), то сейчас зачастую даже инвестиции для этого не нужны: подключился к облаку — и вперед.

А как только любая технология становится доступной всем и каждому, она автоматически перестает обеспечивать конкурентное преимущество: сложно представить себе в современных реалиях два конкурирующих завода, оборудование одного из которых питается электричеством, а другого — работает за счет лошадиной силы. Также странным было бы видеть на одном из этих заводов локальную сеть, а на другом — сотрудников, бегающих с дискетками от компьютера к компьютеру.

А как же уникальные и эффективные (лучше, чем у конкурентов) бизнес-процессы? Ведь они-то могут давать определенные преимущества сами по себе? Да, но до тех пор, пока кто-нибудь их не автоматизировал. После этот «кто-нибудь» сразу же побежит автоматизировать эти схожие бизнес-процессы у конкурентов, имея на руках готовое отраслевое (или функциональное) решение с использованием передовых лучших практик.

Таким образом, со временем информационные технологии, равно как и соответствующие автоматизированные

системы, становятся чем-то стандартным и саморазумеющимся: их отсутствие просто не дает возможности делать тот или иной бизнес, не говоря уже о конкуренции в этом бизнесе. По аналогии с электричеством: странно было бы задумываться, откуда оно берется — с АЭС, ТЭС или ГЭС, — если оно оди-

Первый класс — это проприетарные ИТ-системы (или информационные технологии), разработанные и внедренные в единичном экземпляре, надежно защищенные от копирования конкурентами. Примерами могут служить невзламываемый алгоритм шифрования, поисковый движок, который

Как только любая технология становится доступной всем и каждому, она автоматически перестает обеспечивать конкурентное преимущество

наковое и по качеству, и по цене? Так зачем же задумываться (при прочих равных), от какого вендора инфраструктура, ERP-система и прочие элементы информационных технологий?

Допустим, экономить на расходах за счет информационных технологий не выйдет. Даже если пока получается (за счет перехода в облака, смены одних ИТ-систем на другие и т. д.), то в ближайшем будущем это точно станет невозможным: у всех все будет одинаковое. Как же тогда быть с уникальностью продуктов и услуг? В этом аспекте ситуация чуть лучше, но тоже очень похожа на предыдущую, если брать в расчет те продукты и услуги, в основе которых лежат информационные технологии: интернет-сервисы разного рода, например, онлайн-кинотеатры, магазины и пр. С каждым днем их производится все больше, они становятся все более похожи друг на друга, и конкуренция снова скатывается просто к ценовой.

Неужели у информационных технологий нет шансов для обеспечения бизнеса конкурентными преимуществами? Слава богу, это пока не так: есть два класса ИТ-систем, на которые в этом аспекте еще можно положиться.

всегда возвращает именно то, что искалось, скоринг, выдающий решения со 100%-й правильностью. Но много ли таких примеров? И долго ли они остаются уникальными?

Второй класс — это аналитические системы, основным результатом которых является предоставление информации для принятия решений: так как поиск информации и принятие решений осуществляет человек, то копирование самой системы конкурентами не дает никакого преимущества. И именно этот класс систем позволяет конкурировать за счет лучшего клиентского опыта: имея всю информацию о клиентах, можно выстроить бизнес таким образом, что каждый клиент будет чувствовать себя индивидуальным, получать только действительно интересные и нужные ему предложения по цене, которую он готов заплатить, и с тем уровнем обслуживания, который он ожидает. Ведь только в таком случае весь его опыт взаимодействия с той или иной компанией будет исключительно положительным.

Максим Бодаев, директор по развитию бизнеса компании Citia BTC