

Liderler için **DİJİTAL DÖNÜŞÜM** Rehberi



İÇİNDEKİLER

1. Dünyadaki Dönüşüm	6
2. Müşteri ve Ürünlerdeki Dönüşüm	22
3. Rekabetteki Dönüşüm	27
4. Şirketlerdeki Dönüşüm	32
5. Büyük Dönüşüm Yolculuğuna Başlayın	41

Öyle bir dünyada yaşıyoruz ki, cebimizdeki cihazlar, bir zamanlar aya adam yolladıklarında kullandıkları süper bilgisayarlardan daha fazla güce ve kapasiteye sahip, akıllı telefonunuz NASA'nın Apollo görevinde kullanılan bilgisayarlardan 120 milyon kez daha hızlı.

Hepimiz bireyler olarak teknolojinin en son fırsatlarından yararlanıyoruz. Peki ya şirketlerimizde ne yapıyoruz?

Washington üniversitesinden John M. Olin'in yaptığı bir çalışmaya göre bugün **S&P Fortune 500'de yer alan şirketlerinin % 40'ı önümüzdeki 10 yıl içerisinde yok olacak.** 1955 - 2016 Aralığını karşılaştırsak, FORTUNE 500 Şirketlerinden sadece 60 tanesinin hala mevcut olduğunu görüyoruz. Yani sadece % 12'sinin!

1

Yeni Zihin Yapısı

2

Yeni Beceriler

3

Yeni Araçlar

Gelişen Teknolojiler, Müşterilerin ve Çalışanların Davranışlarını Kökten Değiştirdi. **Liderlerin çoğu, çok hızlı değişen teknolojilerin gücünü ve yeni çalışanların potansiyelini tam olarak anlamak ve buna adapte olmak konusunda zorluk çekiyorlar.**

Bu Dönüşüm sürerken Success Programme olarak, şirketleri ve liderleri, yeni bir zihin yapısı, araç ve beceriler ile güçlendiriyoruz. Tüm sektörlerden liderleri, büyük dönüşüme liderlik etme becerileri ve yeni iş modelleri, inovasyon pratikleriyle donatarak, kuruluşları ileriye götürmeyi hedefliyoruz.



Kullandığımız uluslararası içerik ve şirketlerin ihtiyaçlarına göre terzidikimi adapte edilebilen programlarla, liderlere hızla değişen dünyada ilham veriyor ve yollarını bulmalarına yardımcı oluyoruz. Teknolojideki eğilimleri ve yıkımı yakından izleyerek, kuruluşların sonraki jenerasyon liderlerini eğitiyoruz. Sektörünüzün geleceğini görmeniz ve bununla ilgili stratejik kararları ve aksiyonları cesurca almanız için size ilham veriyoruz.

1

Dünyadaki Dönüşüm

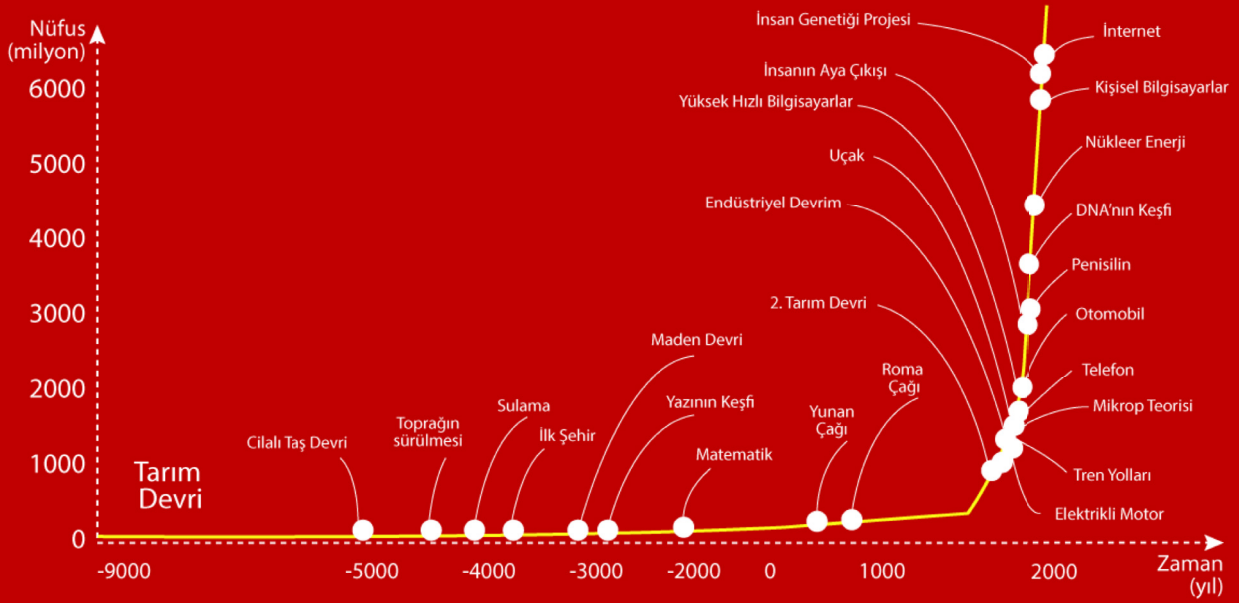
İnsanlığın **250.000** yıldır gelişimi lineer. Son **50** yıldır ise gelişimin hızı geometrik olarak yani üstel olarak artmakta. Bu son 250.000 yıldır olan gelişimin tam tersi bir durum.

Bir dakika durup bunun ne anlama geldiğini düşünelim; lineer bir merdivende 30 adım atacak olursak, 30 metre yüksekliğe ulaşabiliriz. Ama yüksekliği üstel artan bir merdivende 30 adımın sonunda 1 milyar metreyi geçmiş oluruz.

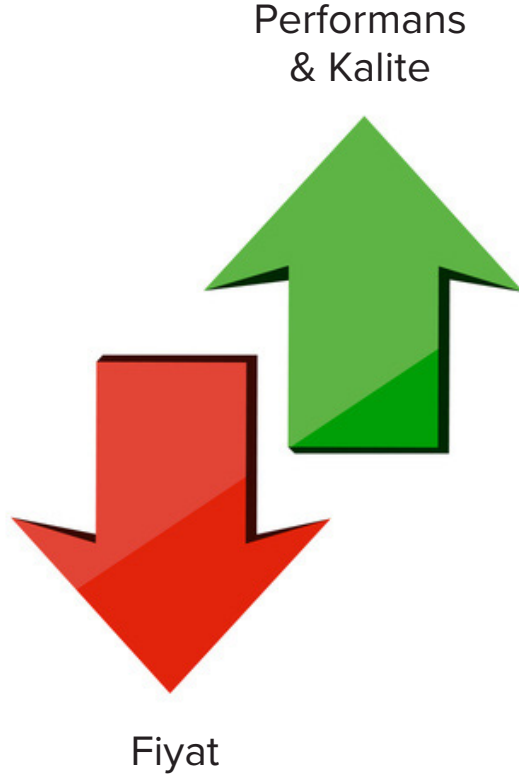
Bilgi ve Teknolojik gelişmelerin üstel olarak arttığı bir dünyada görüyoruz ki:

- Biyolojik beynimizin inatçı devreleri teknolojinin gelişim hızıyla aynı tempoda değil!
- Biz, geometrik hızda artan bir dönüşümün olduğu dünyada yaşayan yerel ve lineer düşünen varlıklarız.
- Beyinlerimiz her **18-24** ayda bir gücünü ikiye katlayan teknolojinin temposunu tam olarak yakalayamıyor.

Dünyadaki Değişimler



Bolluk



Yeni Fırsatlar ve Bolluk

Bu teknolojik gelişim, enerjiden, bilgiye, taşımacılığa, üretimden, eğitime erişime ve sağlığa kadar neredeyse tüm önemli alanlarda ekonomik fırsatlar sunmakta. Ürünler ve hizmetler her geçen gün daha **ucuz** (veya bedava) ve **kaliteli** hale gelmektedir. Örneğin Iphone 1991 yılında üretilecek olsaydı, sadece işlemci ve bazı hafıza devreleri için ödenmesi gereken fiyat 3,5 milyon dolar civarında olacak iken bugün telefonun çeşitli 750-1500 USD aralığında satılmaktadır.

Teknolojinin gelişim hızı üstel olarak artarken, teknolojiye ulaşım bedeli de üstel olarak azalmaktadır. Dünyada genel olan algının tersine, kıtlık yerine **bolluk**, riskler yerine **fırsatlar** artmaktadır.

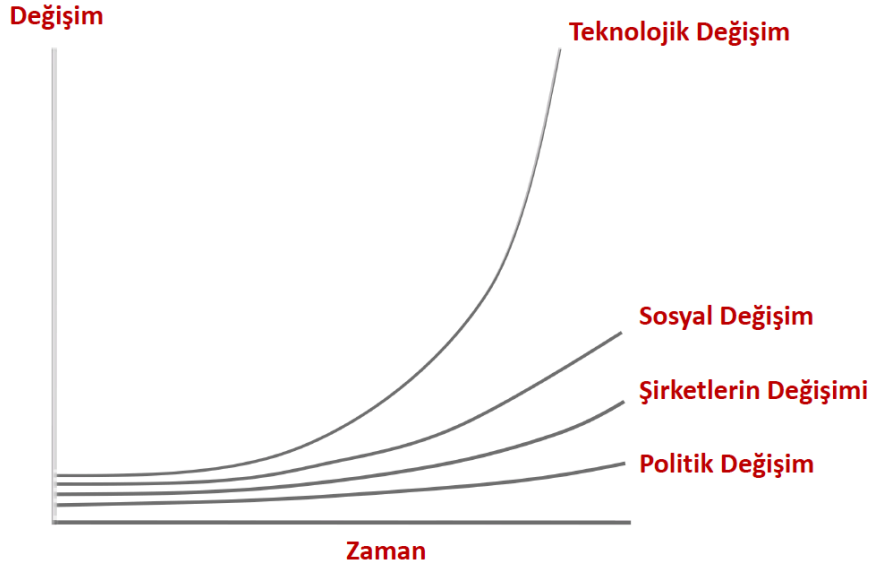


Yukarıdaki infografik son 100 yılda dünyada artan bolluğu ve gelişimi çarpıcı rakamlarla göstermektedir.

Günümüzde tarihin en bereketli devrini yaşamaktayız ve büyük ihtimalle de bu durum daha da iyiye giderek devam edecek. Son 100 yılda küresel açlık seviyesinde dramatik bir düşüş, küresel demokrasi adaptasyonunda, sağlıkta ve okur yazarlıkta müthiş bir gelişim görüyoruz.

Üstel Olarak Gelişen Teknolojiler

Bireyler, kuruluşlar, yasalar ve düzenlemeler, teknolojinin her 18-24 ayda bir yaşadığı sıçramanın hızına yetişmekte zorlanıyorlar. Bu değişime bir grafik ile göz atacak olursak üstel olarak gelişen teknolojinin gelişimini daha iyi anlayabiliriz:



Teknolojinin üstel olarak geliştiği pek çok alan kuruluşları yakından ilgilendirmektedir. Bunlar arasında ilk sayılabilecekler;

- Yapay Zeka (AI) ve makine öğrenmesi
- Algılayıcılar ve Ağlar (Nesnelerin interneti)
- Dijital Üretim/3D Baskı
- Robotlar ve Dronelar
- Görsel ve Sanal Gerçeklik
- Sentetik Biyoloji ve Genomics
- Kuantum Hesaplaması
- Malzeme Bilimi
- Derin Öğrenme

Bir çok insan teknoloji ile birlikte insana ihtiyaç kalmayacağını ve bazı işlerin ortadan kalkacağını düşünmektedir. Ortadan kalkacak işler elbette olacaktır, ancak onlar yerine henüz olmayan meslekler ve fırsatlar teknolojik gelişmeler ile birlikte ortaya çıkacaktır. Teknolojiyi üreten ve şekillendiren insanın, üstel olarak gelişen teknolojileri kendisini yok edecek bir düşman olarak görmesi yerine, bunu insanlığın daha iyiye ulaşması için bir fırsat olarak görmesi ve teknoloji ile işbirliği içerisinde olması, gelecekte bilgiyi çok etkin kullanarak, enerjisini verimli şekilde harcamasına da olanak sağlayacaktır.



Yapay Zeka

Dünyanın en iyi dama oyuncusu ve yenilmezlik ünvanı sahibi 19 yaşındaki Çinli Ke Jie, **Alpha Go yapay zeka** karşısından yenildiğinde, bir önceki yıl Alpha Go'nun insana yakın bir performansla oynadığını ama bugün damanın tanrısı gibi oynadığını inandığını söylemiştir. Ke daha önce Alpha Go'nun kendini asla yenemeyeceğini söylerken, son yenilgisinden sonra geleceğin Yapay Zeka'da olduğuna inandığını söylemektedir.



Şirketinizin Teknolojik Versiyonunu Yaratmak

Cisco'nun 20 yıl CEO' luk görevini yapmış olan John T. Chambers, bugün var olan şirketlerin **yaklaşık üçte birinin 10 yıl içinde yok olacağını söylüyor**. Chambers, *Yalnızca, şirketlerini dijitale dönüştürüp, **kendi teknolojik versiyonlarını** yaratanlar hayatta kalmayı başaracaklar ve pek çoğu da **bunu denemediği** için kaybedecek demektedir.*



Şirketin Teknolojik Versiyonunu Yaratmak demek, mutlaka teknoloji üreten bir şirket haline gelmek anlamını taşımamaktadır. Bazı şirketler teknolojiyi üretirken, bazıları ise bu teknolojileri anlayarak ve süreçlerine entegre ederek teknolojik versiyonlarını oluşturmaktadır.

Liderlerin bu süreci başarıyla yönetmeleri için izlemesi gereken

3 adım kısaca şöyle özetlenebilir.

1. Önce Anlamak

Üstel olarak gelişen teknolojileri yakından takip ederek, güçlerini tam olarak keşfetmek sürecin ilk adımıdır. Bu aşamada ekiplerinden, uzmanlardan ve bu süreci gerçekleştirmede başarılı olmuş deneyimli kişilerden yararlanmak keşif sürecini hızlandırır.

2. Cesurca Entegre Etmek

Üstel olarak gelişen teknolojilerin, iş, sektör, ürünler, süreçler, çalışanlar ve müşteri deneyimi ile ilişkilendirilmesi ikinci adımdır. Geleneksel yöntemlerin zamanla tamamen ortadan kalkacağını bilerek, mevcut iş yapış şekline devam ederken, diğer yanda

yeni teknolojik yaklaşımlara ve uygulamalara küçük ama cesur adımlar ile liderlik edilmesi bu aşamanın en kritik adımıdır.

3. Şirketin Dijital Versiyonunu Oluşturmak

Bu aşama, bilindik eski yöntem ve araçların bir yana bırakılarak, teknolojinin uygulanabilir tüm süreçlerde kullanılması aşamasıdır. Buradaki asıl amaç, teknolojiyi bir eğilim olduğu için kullanmak değil, teknolojiyi iş yapış şekline entegre ederek, teknolojinin avantajlarını müşteri ve çalışan deneyimine yansıtmaktır. Bunu gerçekleştiren şirketler üstel büyümeyi yakalayabilir ve bolluktan yararlanmaya başlar.



Teknoloji bir seçenek değil,
zorunluluktur....

Eldeki seçenekler, şirketinizin dijital versiyonunu oluşturmak, ya da gelişen teknolojilerin şirketinizi yok etmesini seyretmektir. Çünkü gelişen teknolojiler, tüm endüstrileri alt üst etmekte ve **yıkıma** (Disruption) yol açmaktadır.

Birçok şirketin yaptığı gibi şu anki başarınızın sarhoşluğu ve güveni ile bu dönüşümü görmezden geliyor, ya da sizin işinizi sektörünüzü kısa zamanda etkilemeyeceğini düşünüyor olabilirsiniz. Aşağıdaki örnekler, olmaz denilenin nasıl olduğuna ve yıkımın nasıl gerçekleştiğine dair ipuçlarını içermektedir;



Facebook SMS Pazarını Yıktı

Facebook messenger ile Telekom ve SMS dünyasında yıkıma karar verdi.

700 milyon aylık aktif kullancısıyla Kuzey Amerika'da telco SMS'lerinin **38% düşüşüne sebep oldu.**



Amazon Ebook Pazarını Yıktı

Amazon fiziksel kitapları satarak işe başladı. Ancak elektronik kitapların gelişini gördü. 2010'da Kindle kullanımı dünyada **tüm elektronik kitap okuyanların % 62'sine ulaştı.** Amazon şu anda **1,6 milyar dolar** ile elektronik kitap pazarının lideri.



Apple Müzik Endüstrisini Yıktı

Apple müzik endüstrisini yıkarak, farklı bir hale soktu. **2001** yılında iTunes adlı müzik uygulamasını denedikten sonra, şirket pazarda iyi bir MP3 oynatıcısı olmadığını fark etti ve iPod'u tasarlayarak **300 milyon tane sattı**. Ardından doygunluğa ulaşan kendi teknolojilerini komşu bir pazara aktararak bize iPhone'u sundu!



LinkedIn İşe Yerleştirme Sektörünü Yıktı

LinkedIn **2011'de** şimdiki adı "**recruiter**" olan **Talent Pipeline** ürününü piyasaya

sürerek, **26 milyar dolarlık** Kurumsal İşe Alım pazarındaki danışman şirketlerin işlerini alt üst etti. Recruiter, sadece **4 yıl içerisinde**, bir önceki yıla göre **%36'lık** artış ile şu anda LinkedIn'in toplam cirosunun **%62'sini** oluşturmaktadır.

NETFLIX

Netflix Prodüksiyon Sektörünü Yıktı

Netflix, postayla DVD yollama işinden, web üzerinden yayın yapmaya işine doğru bir dönüşüm gerçekleştirdi. Bu sayede **42 milyar dolarlık** bir şirket haline geldi. Şu sıralarda da Netflix originals ile orjinal içerik oluşturma pazarını da yıkmaya devam ediyor.



UBER

Uber Hem Taksi Hem Yemek Teslimatı Sektörünü Yıktı

Uber önce taksi piyasasını alt üst etti. 2015'te de UberEAT'ler ile yiyecek sipariş teslimi pazarında benzer bir etki yaptı. 2015 yılında yiyecek sipariş teslimi piyasası 70 milyar dolara erişmişti. Bunun hemen hemen 9 milyarı online olarak yapılmaktaydı. Tanınırlığı ve sadece New York'ta 14000 sürücüye sahip filosuyla yaptığı dağıtım ile Uber, daha ilk yılından itibaren, en büyük yiyecek sipariş/dağıtım şirketi olan GrubHub için önemli bir tehdit haline geldi.



Airbnb Otel Sektörünü Yıktı

Ağustos 2008'de San Fransisco'da kurulan airbnb konaklama ihtiyacı olanlarla, ev sahiplerini çok kolay çalışan bir platformda buluşturarak, otelcilik sektörünü hiç ummadığı bir şekilde sarstı. Seçenekleri keşfetmenin ve ödemenin güvenliği, kolaylığı, memnuniyet ile ilgili geri bildirimin son derece şeffaf olması, otellere göre çok daha fazla yerde konaklama imkanı airbnb'yi **9 yıl gibi kısa bir sürede 31 milyar dolarlık bir şirket haline geldi.**

Gelecekte Bizi Neler Bekliyor?

Önümüzdeki yıllarda bizi nelerin beklediğine dair aşağıdaki grafikte bazı örnekler verilmiştir;



Müşteri ve Ürünlerdeki Dönüşüm

Müşteri Beklentilerindeki Değişim

Teknolojik gelişmeler üstel olarak artarken, müşterilerin talepleri ve alışkanlıkları da bunlara paralel olarak değişmektedir. Bu değişim, şirketlerin yazılım geliştiriciliği, yapay zekâ ve veri analizi gibi gelişmekte olan teknolojileri tam anlamıyla kucaklamasını zorunlu kılmaktadır.

Yeni dünyada müşterilerin beklentileri neler?

Deneyim

Müşteriler özel hayatlarında yaşadıkları teknolojik deneyimi, kurumsal ürün ya da hizmet alırken de deneyimlemek istemektedirler.

Ürün Yerine Hizmet

Veri çağında üreticiler, müşteri memnuniyeti ve sadakatini artırmak için, sadece ürün odaklı yaklaşımlar yerine **“hizmet olarak ürün”** temelli iş modelleri geliştirmeleri gerekmektedir.



Zamana Saygı

Müşterilerin % **77'si**, müşteri hizmetlerindeki en önemli noktanın onların **zamanlarına değer vermek** olduğunu söylemektedir.

Daha Az Efor

Müşteriler ürün-hizmet alımı ve satış sonrası aşamalarda işlem yaparken harcadığı **çabanın azaltılmasını beklemektedir**. Günümüzde müşterisinin eforunu azaltan çözümler kazanmaktadır.

Basitlik

Müşterilerin **84%'ü karmaşık olmayan, kolay hizmetleri tercih etmekte**ler.



Değerlerine Saygı

Ürün ya da hizmetin müşteriye ne hissettirdiğini anlamak önemli bir veri analizi konusu haline gelmiştir.

Müşteriler artık ürün satın almak yerine, ürünün onlara hissettirdiği şeyi istemektedirler.

Çevrim İçi İletişim

Müşteriler günlük hayatlarında kullandıkları platformlardan, hızlı ve kolay iletişim kurmayı istemektedir.

Firmalar ile müşteriler arasında aylık olarak 2 milyar mesaj facebook ve whatsapp üzerinden gönderilmektedir.

Müşterilerin tercih ettiği iletişim platformları yıllar içinde önemli bir değişim yaşamıştır. Günümüzde müşteriniz çevrim içi ise sizinde çevrim içi yöntemler ile onlara yakın durmanız gerekmektedir.

Ürünlerdeki Dönüşüm

Entegre Sistemlerin Oluşturduğu Platformlar

Günümüz dünyasında, müşteriler birbirine bağlı ve entegre bir sistem şeklinde çalışabilen ürünlere gereksinim duyuyorlar. **2020’de 50 Milyar cihazın birbirine bağlanmış olacağı öngörülmektedir.**

Apple, Google, Microsoft, Amazon gibi teknoloji alanındaki liderlerin tamamına baktığınızda, bu şirketlerin kullanıcılarına geniş bir platform sunduklarını görmekteyiz. Bu akım son dönemlerde pazarlardaki tüm oyuncuların yaklaşımlarına tesir etmiş durumdadır.

Örnek olarak Apple’ı verecek olursak; Apple kullanıcılarına sadece bir telefon değil, geniş bir ekosistem sunmaktadır.

Ürünlerin Temel Özelliklerinin Yanına İlave Özellikler Gelmesi

Artık ürünlerin temel özelliklerinin yanı sıra diğer işlevlerinin de olması istenmektedir.

Bugün müşteriler artık basit bir hoparlör yerine, kendisiyle iletişime geçebilen, evdeki diğer cihazlara kumada eden bir hoparlörü tercih etmektedir.

Zamanı gösteren ama aynı zamanda prestij sembolü olan saatlerin yerini Apple Watch’ın alması da buna iyi bir örnektir.



Ürün Hayat Çevrimi

Üstel olarak artan hızda gelişen teknolojiler ile ürünlerin **hayat çevrimi giderek kısaltmakta** ve ürünler kısa bir süre içerisinde müşteri beklentilerine yanıt veremez hale gelmektedir. Teknolojinin takibi, ARGE, inovasyon, çeviklik ve adaptasyon şirketler için her zamankinden daha hayati hale gelmektedir.

3

Rekabetteki Dönüşüm

Yeni dünyada rekabet eskisinden çok daha hızlı, karmaşık ve öngörülemez hale gelmiştir. Sürprizlerle dolu bu rekabetin ana sebepleri;

- Dünya ekonomi liginde oluşan gelişmeler ve yeni pazarların ön plana çıkması
- Globalleşen dünyada teknolojinin katkısı ile kalkan bariyerler
- Teknoloji şirketlerinin yeni ve beklenmedik satınalma ve birleşmeleri

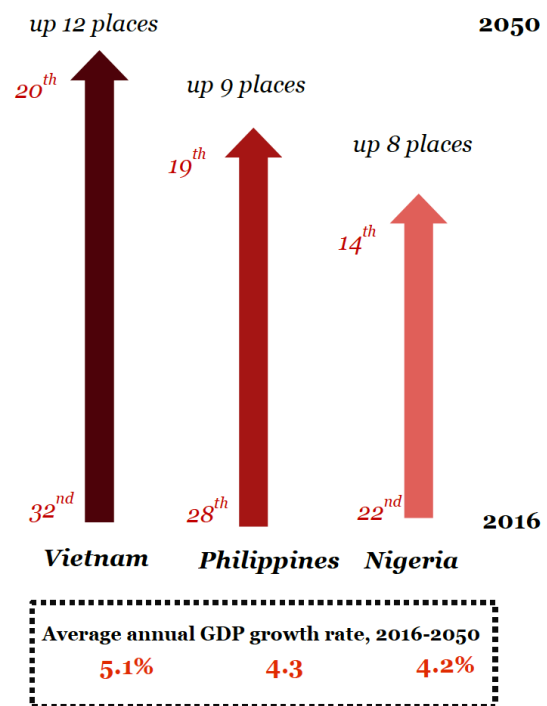


Dünya Ekonomi Ligindeki Değişim

Teknoloji üreten ülkeler hali hazırda Dünya ekonomisini yoğun biçimde şekillendirmektedir. PWC tarafından yayınlanan rapora göre, 2050’de dünya ekonomisindeki sıralamada önemli değişiklikler olacağı öngörülmektedir. Bu resme göre dünya ekonomi oyuncularının sırası radikal bir şekilde değişecektir. Bu da küresel ekonomide yeni gelişen pazarlar ve fırsatlar anlamına gelmektedir. Bu raporda 2050 yılında **Türkiye’nin 11.sırada olacağı ön görülmüştür.**

	2016	2050	
China	1	1	China
US	2	2	India
India	3	3	US
Japan	4	4	Indonesia
Germany	5	5	Brazil
Russia	6	6	Russia
Brazil	7	7	Mexico
Indonesia	8	8	Japan
UK	9	9	Germany
France	10	10	UK

E7 economies
 G7 economies



PWC: the world in 2050 report, February 2017

Her Sektöre Bir Anda Akla Gelmeyecek Rakiplerin Girmesi

Aynı sektördeki firmalar artık sadece kendi aralarında rekabet etmemektedir. Akla hayale gelmeyecek satın almalar, iş birlikleri bir sektördeki oyuncuları değiştirmekte hatta sektör liderini yerinden edebilmektedir.

Örneğin uzun yıllardır Süpermarket sektöründe açık ara ilk sırada olan Walmart, sektör liderliğinin büyük rehaveti içindeyken, Amazon'un önceleri 7. Sırada olan ve çok kısıtlı

bir müşteri kitlesine sahip Wholefoods'u 13 Milyar USD'ye alarak süpermarket ve dağıtım işine girmesi, Whole Foods'u bir anda Walmart'ın hemen altında ikinci sıraya yükseltmiştir.

Diğer bir örnekte teknoloji devi Samsung'un, özellikle araç içi ses sistemlerinde öncü Harman'ı 9 milyar USD'ye satın alarak, araç içi eğlence sistemlerine entegre olarak dönüşen dünyaya uygun bir hazırlık yapmasıdır. Teknoloji şirketleri son kullanıcıların günlük hayatlarına geleneksel ürünler ile entegre olarak dokunmaya başlamıştır.



En önemli örneklerden biri de, sürücüsüz araçların devreye alınması ile geleneksel rakipler olan BMW ve Mercedes'in artık birbirleriyle rekabet etmekten daha büyük sorunlarla karşı karşıya kalmasıdır. Google ve Volvo gibi firmaların ürettiği sürücüsüz araçlar otomobil sektöründe rekabetin yönünü değiştirmiştir. **Uber'in Volvo'ya 2019 için verdiği 25000 adet sürücüsüz araç siparişi, bu alandaki gelişmelerin hızını göstermektedir.**

Hem Amazon-Whole Foods örneğinde olduğu gibi, hem sürücüsüz araçlardaki örneklerde olduğu gibi **artık şirketlerin rakipleri aslında henüz kim olduklarını bilmedikleri firmalardır.**

Şirketlerdeki Dönüşüm

Çalışanların Dönüşümü

2000’li yıllara kadar dünyaca tanınmış güçlü şirket ve markalar genç çalışanlar için bir cazibe merkeziydi. 2000’li yıllar ile birlikte gençlerin hayranlık duyduğu bu dev ve geleneksel şirketlerden bazıları yok oldu, bazıları da markalarını zedeleyecek yanlışlar yaparak kamuoyunda itibarlarını kaybetmeye başladılar.

Bunun sonucunda gençlerin hayranlık duyduğu, ebeveynlerinin bir ömür çalıştığı bu şirketler, onların **daha az saygı duydukları kurumlar haline gelmeye başladı**. Günümüzde üniversiteden mezun olan gençlerin tek amacı, önemli markaların birinde işe başlamak olmamaya başladı. Önceleri şirket markası kişisel markadan daha güçlü iken, zamanla kişiler kendi kişisel markalarının bu firmalardan daha değerli olduğunu düşünmeye başladılar.

Aynı zamanda 2000’li yıllarda yaşanan ekonomik krizlerin ardından, piyasalarda ekonomiyi canlandırma arayışlarında, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonominin canlanmasında ve istihdam yaratılmasında önemli bir fırsat olabileceğinin farkına varıldı.



Buradan yola çıkarak girişimciliğin özendirilmeye başlandı, melek yatırımcılık, kuluçka merkezlerinin çoğalması, bazı devletlerin özel teşvikler sunmaya başlaması gençlere ve çalışanlara ilham vermeye başladı. Şirket kurmak eskisinden daha kolay bir hale geldi. İş gücü açısından doygunluk seviyesinde olan yıllık büyümeleri tek haneli rakamlara düşen dev şirketlerin eleman ihtiyacında artış olmazken ve hatta daralmaya giderken küçük ve orta ölçekli şirketler ile girişimci iş modellerindeki büyüme fırsatları ve iş gücü ihtiyacı piyasaları ekonomiyi yeniden şekillendirmeye başladı.



Yüksek öğrenime, bilgiye, teknolojiye, dünyada olup bitenlere ulaşmak eskiye göre çok kolaylaştı, eğitilmiş insan sayısı hızla arttı. Bu da gençlerin kendilerine olan güvenlerini artmasına yardımcı oldu. Kendi yaş grubundaki kişilerin farklı ülkelerde çeşitli girişimler ile yakaladığı başarı modellerinden aldıkları ilham, ellerinde kariyer açısından limitli seçenekler olmadığını onlara gösterdi.

Bu Dönüşümün Çalışanlara Yansıması Ne Oldu?

1. İşten çıkartılmaktan daha az korkuyorlar,
2. Seçilen değil seçen olmak istiyorlar,
3. Büyük Şirketlerin marka gücünden eskisi kadar etkilenmiyorlar,
4. Geleneksel çalışma düzenine adapte olmak istemiyorlar,
5. Kendilerinin ve kişisel markalarının daha önemli olduğunu düşünüyorlar,
6. Kendileri için fırsatların sonsuz olduğunu farkındalar,
7. Dünyadaki en iyi şirketleri ve yöneticileri takip edip anlık karşılaştırma yapıyorlar,
8. Korku yerine saygı duyacakları yöneticiler istiyorlar,
9. Şirketlerindeki ve yöneticilerdeki eksiklikleri kolaylıkla farkedip dile getirebiliyorlar,
10. Genelde daha özgüvenliler ancak öz farkındalıkları her zaman aynı oranda yüksek olmayabiliyor.



Çalışanlar Ne İstiyor?

Peki günümüz dünyasında çalışanların gerçek potansiyellerini ortaya koymaları için ne gerekiyor? **Milyonlarca anket sonucunda yapmış olduğumuz kapsamlı araştırmanın sonuçları gösteriyor ki**, sadece genç çalışanlar değil tüm çalışanlar iş hayatında **MAGIC** unsurlarını arıyorlar. Yani;



Anlam: Yaptıkları işin kendisine, bir amaca ve bir anlama hizmet ettiğini bilmek istiyorlar



İrade: İşlerinde özgürlük istiyorlar, kendi kendilerini yönetmek ve bazı seçimleri kendileri yapabilmek istiyorlar.



Büyüme: İşlerinde ilerlemek istiyorlar. Sınırlarını zorlayacakları ve aşacakları gelişme fırsatları arıyorlar.



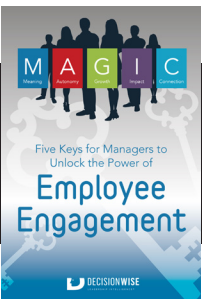
Etki: İşlerine verdikleri çabanın ne gibi bir fark yarattığını ve kuruluşun başarısına ne gibi bir katkısı olduğunu bilmek istiyorlar



Bağlantı: İş yerlerinde yöneticileri, birlikte çalıştıkları kişiler ve sosyal ortam ile bir bağ kurabilmek ve kendilerini oraya ait hissedebilmek istiyorlar.

Yeni çalışan davranışlarını anlamak ve şirketin yapısını bu dönüşüme uygun şekilde kurgulayabilmek için

Liderlik de eskisinden çok daha fazla anlam kazanmış durumda.



MAGIC Eğitimi ve Danışmanlığı İçin Bizimle İrtibata Geçin



Liderlikteki Dönüşüm

20 yıl önce yönetici olmak bambaşka birşeydi. Bugün birçok üst seviye yöneticinin, 20 yıl önce sadece dünyanın en büyük şirketlerinin CEO'larının ulaşabildiğinden çok daha fazlasına erişimi var. Bugünün yöneticileri;

- Daha Fazla Sermaye
- Daha Fazla Teknolojik Araç
- Daha Fazla Bilgi
- Daha Yetenekli İnsan
- Daha Fazla Hesaplamaya Dayalı Güce sahip.

Bu bereketli ve getirinin üstel olarak arttığı dünyada başarılı olmanın yolu, dönüşümü yönetme konusunda usta liderlere sahip olmaktır.



Önce Kendini Yık!

Liderlerin şirket vizyonlarını, stratejilerini ve süreçlerini gelecek odaklı tutabilmeleri için öncelikle **kendilerinin eski versiyonlarını nasıl yıkacaklarını anlamaları gerekiyor.**



Yeni dünyada liderlerden beklenen;

- Harekete geçmenin, yenilikleri deneyimlemenin, hızlı tekrarın, önemini anlamaları
- Yenilikçi fikirleri hızla hayata geçirmeleri,
- Yeniden keşfetmekten ve kendilerini konfor alanlarının dışına çıkarmaktan korkmamaları,
- Daha önce çözülemeyen problemlere özgü çözüm üretmek için yenilikçi bir ortamı oluşturmaları,
- Katlanan teknolojileri ve kitlesel kaynakları anlamaları, bunları kendi firmaları ve dünyanın yararına kullanmaları,
- Cesur düşünmeyi destekleyerek ve yenilikçi liderliği uygulayarak ileriye bilme kabiliyetine sahip olmaları

5

Büyük Dönüşüm Yolculuğuna Başlayın

Büyük Dönüşümde Sürprizlere Hazırlıklı Olun

Konfor alanından çıkıp çıkmamayı tercih etmek, kuruluşların liderlerine kalmış durumda... Eğer ilkini tercih edecek olursanız bu konuda nasıl ilerleyeceğinizi bilmek önemli.

Size bu dönüşüm yolculuğunun her adımında ilham verebiliriz. Success Programme olarak tüm sektörlerdeki ve dönüşümün her aşamasındaki şirketlerin bu büyük dönüşümü anlamalarına ve yapısını buna uygun hale getirmelerine, global işbirliklerimiz ve çeyrek asırlık deneyimimiz ile destek veriyoruz.

Büyük Dönüşüm sürerken şirketleri ve liderleri, **yeni bir zihin, araç ve beceriler** ile güçlendiriyoruz.

Şirketiniz büyük dönüşüme hazır mı? Peki lider olarak siz bu Büyük Dönüşümü yönetmeye hazır mısınız?



Hizmet modelimiz ve programlarımız öncelikle **büyük dönüşümü anlamamız**, bu dönüşümde yeni yöntemler ile **üstel hızda büyümeniz**, büyürken en çok ihtiyacınız olan **çalışanlarınızın günlük deneyimlerini geleceğe uygun hale getirmeniz** ve elbette var olma sebebiniz olan müşterilerinizin **müşteri deneyimini en üst seviyeye taşımanız** için ihtiyacınız olan araç ve becerileri size sunmaya yöneliktir.

Siz ve şirketinizin tepe yöneticileri büyük dönüşümün ve katlanarak gelişen teknolojilerin şirketi nasıl dönüştüreceğini öğrenmek ve bu konuda daha kapsamlı bilgi sahibi olmak istiyorsanız **Büyük Dönüşüm Yönetici Programına** (Executive Programa) başvurabilirsiniz.

Büyük Dönüşümde yer alacak kilit liderleriniz için, vizyonunuza, sektörünüze, şirket stratejinize ve kurumunuza özgü ihtiyaçları dikkate alarak, terzi dikimi hazırlanan Size Özel Program ile büyük dönüşüm farkındalığını yaratabilirsiniz. Unutmayın ilk adım Büyük Dönüşümü doğru anlamaktır!

Büyük Dönüşüm için harekete geçmeye hazır mısınız?

Ruzgarlibahçe Mahallesi, Kavak Sokak, No: 31/1

B Blok Kat: 4 No: 8-9 Kavacık, Beykoz, İstanbul, Turkey

contact@successprogramme.com

+90 216 681 63 81

