

Persbericht

PLAATS & DATUM: Brussel/Leuven, 18 maart 2005

CONTACT: Daniel Evrard, Venoot bij PwC,
tel.: 02 710 72 00, e-mail: daniel.evrard@pwc.be

OF: Marianne Dewandeleer, Marketing & Communications bij PwC,
tel.: 02 710 93 57, e-mail: marianne.dewandeleer@pwc.be

Slechts 10% van Europese bedrijven stemt ICT investeringen goed af op bedrijfsobjectieven

PwC voerde, in samenwerking met de K.U.Leuven, een uniek Europees onderzoek uit naar de relatie tussen de investeringen in ICT en de strategische objectieven bij bedrijven. Ruim 640 respondenten van bedrijven van verschillende maten uit verschillende sectoren beantwoordden hiervoor een vragenlijst. Van de deelnemende bedrijven telt 34% méér dan 3.000 werknemers, 14% van de respondenten zijn bedrijven met minder dan 100 werknemers.

De deelnemende landen waren België, het Verenigd Koninkrijk, Spanje, Frankrijk, Nederland, Italië en Duitsland. België leverde 22% van de responderende bedrijven. Op basis van een vragenlijst gebaseerd op een evaluatiemodel werd bepaald in hoeverre de ICT investeringen van deze testgroep gealigneerd zijn met de bedrijfsobjectieven. De analyse van de resultaten toont aan dat bedrijven die een kostenfocus-strategie en een conservatieve ICT-strategie voeren een mindere mate van alignering vertonen. Ondernemingen met een innovatieve ICT-strategie laten de beste match noteren tussen hun ICT en bedrijfsobjectieven. Slechts 15% van de bedrijven voert zo een innovatieve ICT-strategie.

Het op elkaar afstemmen van beide strategieën is op zich echter onvoldoende om het maximum te halen uit de investeringen in informatica en telecommunicatie. Analyse van de data leert ons verder dat de volgende elementen bijdragen tot een hogere mate van alignering:

- een verregaande businesscase maken rond een nieuwe ICT-investering en de betreffende businesscase ook terdege evalueren;
- de mate waarin de ICT-afdeling dienstverlenend optreedt naar de rest van de organisatie. Hiermee wordt concreet bedoeld het gebruik van technieken zoals projectbeheer, performance management, strategische ICT-planning, risicobeheer en andere.

Deze twee categorieën van factoren zijn dan ook concrete domeinen van aanbevelingen voor alle bedrijven om hun ICT management te verbeteren en op die manier een betere alignering te bekomen tussen hun investeringen in ICT en hun bedrijfsobjectieven.

Op basis van de vraag welke **bedrijfsstrategie** van toepassing is op de eigen onderneming, deelden de participanten zichzelf in één van onderstaande 3 categorieën in:

- gericht op beheersing van de **kosten** en optimalisatie van de processen (27% van de respondenten);
- gericht op zeer innovatieve **producten** die snel op de markt gezet worden (19%);
- gericht op **klanten**, met een accent op dienstverlening en flexibiliteit (54%).

Qua **ICT-strategie** werd de volgende indeling gemaakt:

- de ICT-strategie is **conservatief** en berust op bewezen technologie (40%);
- ICT wordt als **essentieel** gezien en heeft een cruciale rol binnen het bedrijf (45%);
- ICT is **innovatief** en wordt gebruikt voor het verkrijgen van een concurrentieel voordeel (15%).

Concreet werd aan de deelnemers een vragenlijst voorgelegd die peilt naar de mate waarin de investeringen in ICT effectief gealigneerd zijn met de bedrijfsobjectieven. Op basis van deze vragenlijst, die verschillende alignment componenten bestrijkt, werd een alignment score gecompileerd die als een percentage kan worden uitgedrukt. Opvallend is dat slechts 10% van de respondenten kan claimen dat hun ICT investeringen en hun bedrijfsobjectieven voor meer dan 75% zijn afgestemd.

Andere markante conclusies van de studie:

- Bedrijven die vooral een politiek van kostenbeheersing voeren, behoren slechts voor 37% tot de best presterenden;
- Bedrijven met een conservatieve ICT-strategie scoren doorgaans niet goed qua alignering. Bedrijven met een innoverende ICT scoren het best. Het gaat hier slechts over 15% van de bedrijven, die weliswaar voor 64% een hoge alignering kunnen claimen.
- De meeste bedrijven concentreren hun investeringen in ICT vooral op de continuïteit van het bedrijf. Deze halen een minder goede score qua alignering. Bedrijven die zich meer richten op ICT-investeringen die een impact hebben op het concurrentievermogen van het bedrijf, behalen doorgaans een betere score.
- Hoe verder een bedrijf zit op de schaal van een conservatieve - over een essentiële - tot een innovatieve ICT-strategie, hoe meer het bedrijf ook blijkt te investeren in strategische ICT-projecten in tegenstelling tot infrastructuurprojecten.
- Als de aansluiting tussen ICT-investeringen en bedrijfsobjectieven hoog is, betekent dat in de praktijk dat men ook verder staat qua maturiteit van de toepassingen waarover men beschikt. Bedrijven die de laagste scores laten optekenen qua alignering staan vooral op het vlak van B2B-integratie, corporate performance management en product life cycle management niet erg ver.

Daniel Evrard, Partner bij PwC en verantwoordelijk voor adviesverlening rond ICT-strategie:

“We vinden het verontrustend dat slechts 10% van de bedrijven een zeer goede score haalt in dit onderzoek. Maar alignering van de ICT-investeringen op de bedrijfsobjectieven moet/mag geen eenmalige, gesloten oefening zijn. Om echt maximale waarde te halen uit de ICT-investeringen constateren we dat het gebruik van een gestructureerde aanpak en bepaalde “good practices” helpt. Wij, als onafhankelijke adviesverleners in ICT Management & Process Improvement, raden aan om rond elke ICT-investering een businesscase uit te werken. Belangrijk daarbij is dat men de resultaten van de investering meet of op een andere manier evalueert. Verder constateren we dat bedrijven die hun ICT-dienstverlening naar ‘hun interne klanten’ professioneel op een betere leest schoeien, ook duidelijk betere resultaten halen qua alignering.

Hiervoor zijn allerlei ICT-instrumenten beschikbaar, gaande van service level management over risicobeheer tot change management”, aldus nog Evrard. “Maar de eindconclusie is toch duidelijk dat aliniëring noodzakelijk is niet alleen op strategisch niveau maar evenzeer op structureel en operationeel niveau in de onderneming.”

###

Informatie voor de redacties:

De “European Survey on ICT Value Management” is beschikbaar op www.pwc.be of kan verkregen worden op eenvoudige aanvraag:

- voor journalisten: bij Elsie Van Linthout van Luna: 02 658 02 70 of elsie@luna.be;
- voor andere belangstellenden: bij Marie Pivetta van PwC: 02 710 72 59 of marie.pivetta@pwc.be.

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) verleent sectorgerichte diensten op het vlak van audit, fiscaliteit en adviesverlening voor klanten in zowel de openbare als de privé-sector. Meer dan 120.000 medewerkers in 144 landen delen, onderling en met de klant, hun inzichten, ervaring en oplossingen. Dat heet ‘connectedthinking*’. Deze manier van werken versterkt het publieksvertrouwen in de bedrijfswereld en creëert extra waarde voor de klant en zijn stakeholders.

'PricewaterhouseCoopers' verwijst naar het netwerk van firma's die deel uitmaken van PricewaterhouseCoopers International Limited. Elke firma is een afzonderlijke en onafhankelijke juridische entiteit.