
Δελτίο Τύπου

Ημερομηνία: 23 Φεβρουαρίου 2016

Επικοινωνία: Αλεξάνδρα Φιλιππάκη
Τηλ: 2106874490
Email: alexandra.filippaki@gr.pwc.com

Σελίδες: 3

Περισσότερες πληροφορίες [εδώ](#).

Follow/retweet: @PwC_Greece

Όλο και περισσότερες εταιρείες τοποθετούν τους Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας όλο και υψηλότερα στην ιεραρχία τους (C-suite) – το κάνουν όμως έγκαιρα;

Μόλις το 6% των 1500 κορυφαίων παγκοσμίως εταιρειών έχουν ορίσει Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας (Chief Digital Officer - CDO) στους οποίους έχει ανατεθεί η επίβλεψη της ψηφιοποίησης των δραστηριοτήτων τους. Παρ' όλα αυτά, σύμφωνα με πρόσφατη σχετική μελέτη της Strategy&, του κλάδου παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών στρατηγικής της PwC, το ποσοστό αυτό συνεχώς αυξάνεται.

Η μελέτη [2015 Chief Digital Officer Study](#) εξετάζει τις 1.500 κορυφαίες εισηγμένες και μη εταιρείες από όλο τον κόσμο με βάση τα έσοδα τους, για να προσδιορίσει με ακρίβεια πόσες από αυτές τις εταιρείες διαθέτουν Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας (CDO), ποιοι είναι αυτοί και τι θέση κατέχουν αυτοί οι ρόλοι στην ιεραρχία.

- Οι πελατοκεντρικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται, μεταξύ άλλων, στους κλάδους MME και ψυχαγωγίας (13%), τροφίμων και ποτών (11%) και καταναλωτικών προϊόντων (9%) είναι πιο πιθανό να έχουν CDO
- Οι εταιρείες στην Ευρώπη προσλαμβάνουν Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας με ταχύτερο ρυθμό σε σχέση με άλλες περιοχές (13% στην Ευρώπη έναντι 7% στη Βόρεια Αμερική, 5% στη Νότια και Λατινική Αμερική, 3% στην περιοχή Ασίας-Ειρηνικού και 2% στη Μέση Ανατολή και την Αφρική)
- Οι μεγαλύτερες εταιρείες προπορεύονται στον διορισμό CDO. Το ποσοστό των εταιρειών που απασχολούν πάνω από 10.000 εργαζόμενους και οι οποίες έχουν ήδη διορίσει CDO κυμαίνεται μεταξύ 7% και 9%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις μικρότερες εταιρείες κυμαίνεται μεταξύ 1% και 3%

Από τους 86 CDO που εντοπίσαμε, οι 31 διορίστηκαν την περασμένη χρονιά, μια αύξηση που υποδηλώνει ότι όλο και περισσότερες κορυφαίες εταιρείες πιστεύουν στην ανάγκη διορισμού ενός ανώτερου στελέχους που θα ασχολείται αποκλειστικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες και θα έχει υπό την ευθύνη του τον εκσυγχρονισμό της εταιρείας μέσω της πλήρους ενσωμάτωσης των ψηφιακών τεχνολογιών.

Όμως, οι περισσότερες εταιρείες δεν καταφέρνουν να προσθέσουν στη διοικητική τους πυραμίδα τον ρόλο του Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας αρκετά έγκαιρα.

Όπως σχολιάζει ο Roman Friedrich, μέλος της ομάδας που εκπόνησε τη μελέτη της Strategy& και partner της PwC Germany: «Παρά την κυριαρχία της ψηφιακής τεχνολογίας στην ποπ κουλτούρα, η πλειοψηφία των εταιρειών δεν έχει ακόμη αναθέσει σε ένα συγκεκριμένο στέλεχος την αρμοδιότητα να επιβλέπει τις ψηφιακές προσπάθειες που πραγματοποιούνται σε όλο το φάσμα των λειτουργιών της επιχείρησης. Αντίθετα, οι περισσότερες εταιρείες προσπαθούν να διαχειριστούν την ψηφιακή αλλαγή σε επίπεδο λειτουργιών, γεωγραφικών τομέων και επιχειρησιακών μονάδων».

Στις εταιρείες που υπάρχουν Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας, πάνω από το 80% αυτών προσλήφθηκαν από το 2012 και μετά ενώ το 40% αυτών ανήκουν στην ανώτατη βαθμίδα της ιεραρχίας (C-suite). Σύμφωνα με τη μελέτη, το γεγονός αυτό υποδεικνύει ότι ο ρόλος της βαθμίδας C-suite επαναπροσδιορίζεται, με πολλούς Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας να προέρχονται από μια ευρύτερη γκάμα τομέων, κυρίως από το μάρκετινγκ (34%), τις πωλήσεις (17%) και την τεχνολογία (14%).

Σύμφωνα με τον Δρ. Pierre Peladeau, μέλος της ομάδας που εκπόνησε τη μελέτη και partner της PwC France: «Ο ρόλος του Επικεφαλής Ψηφιακής Τεχνολογίας είναι καινούργιος και σχετικά συγκεκριμένος, καθώς έχει δημιουργηθεί κάτω από συνθήκες πολύ διαφορετικές από εκείνες στις οποίες δημιουργήθηκαν οι ρόλοι του Επικεφαλής Πληροφοριών (CIO) και του Επικεφαλής Μάρκετινγκ (CMO). Ο ρόλος του CDO απαιτεί στην ουσία τη διακυβέρνηση της εταιρείας σε μια εποχή ριζικών ανατροπών σε όλες τις εκφάνσεις των εξωτερικών σχέσεων και των εσωτερικών διαδικασιών της εταιρείας».

Καθώς ο ρόλος του ψηφιακού ηγέτη περιλαμβάνει εξ ορισμού την έννοια της αλλαγής, οι CDO που μπορούν να προσαρμοστούν στις ταχύτατα μεταβαλλόμενες συνθήκες παραμένοντας ταυτόχρονα πιστοί στους επιχειρηματικούς στόχους των εταιρειών τους θα είναι και αυτοί που θα μπορέσουν να ανταπεξέλθουν με επιτυχία στα καθήκοντά τους.

Όπως υποστηρίζει ο Roman Friedrich: «Τελικά, στόχος του κάθε CDO είναι να εμφυτεύσει την ψηφιακή ατζέντα τόσο βαθιά στον οργανισμό, ώστε να γίνει τρόπος ζωής για τον καθένα. Μόλις η ψηφιακή τεχνολογία ενσωματωθεί στις καθημερινές λειτουργίες των εταιρειών, το ερώτημα που θα πρέπει να απαντηθεί είναι εάν χρειάζεται πλέον ένας τέτοιος ρόλος».

Σχετικά με την Strategy&

Η Strategy& αποτελείται από μια παγκόσμια ομάδα πρακτικών συμβούλων στρατηγικής που δεσμεύονται να προσφέρουν υπηρεσίες με στόχο τη δημιουργία βασικού πλεονεκτήματος. Συνεργαζόμαστε μαζί σας για την επίλυση των δυσκολότερων προβλημάτων σας και την αξιοποίηση των σημαντικότερων ευκαιριών σας. Συνδυάζουμε την εκατοντάχρονη παράδοση πρακτικών συμβουλών στρατηγικής με τις πολύτιμες λειτουργικές και τεχνικές δυνατότητες του δικτύου PwC. Ανήκουμε στο δίκτυο εταιρειών της PwC με παρουσία σε 157 χώρες και περισσότερα από 208.000 στελέχη, που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν.

www.strategyand.pwc.com



strategy&

Ακολουθείστε την Strategy& στο [Twitter](#) , το [LinkedIn](#), και το [YouTube](#)

Σχετικά με την PwC

Στην PwC, στόχος μας είναι η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης στην κοινωνία και η επίλυση σημαντικών προβλημάτων. Είμαστε ένα δίκτυο εταιρειών σε 157 χώρες με περισσότερα από 208.000 στελέχη που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν. Πείτε μας τι έχει αξία για σας και μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα μας www.pwc.com.

Η επωνυμία 'PwC' αναφέρεται στο δίκτυο των εταιρειών μελών και/ή σε μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη, κάθε μία από τις οποίες αποτελεί μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε επισκεφθείτε το www.pwc.com/structure.

© 2016 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων