

Конкуренция на рынке постепенно смещается из плоскости «скорость и цена» в плоскость «смысл и уникальность». Эта трансформация меняет и требования крупных компаний к аутсорсинговым услугам. О том, каким должен стать аутсорсинг, чтобы оставаться значимым в новых условиях, на конференции «Аутсорсинг Evolution 4.0» рассказала Светлана Берендеева, руководитель внедрения стратегических изменений Росгосстраха.

Цифровизация дала бизнесу мощный инструментарий, но одновременно лишила многие бренды уникальности и узнаваемости. Технологии сегодня легко могут ответить на вопрос, как воспользоваться той или иной услугой, но не могут объяснить главное — зачем клиенту нужно сделать это именно на вашей платформе, а не на любой другой. Такой дефицит ценности продуктов компаний приводит их, помимо всего прочего, к пересмотру отношений с партнёрами.

В новых условиях крупные компании больше не ждут от подрядчика только скорости и низкой стоимости, эти параметры уже стали рыночным стандартом. Будущее аутсорсинга, по словам эксперта, за тем, чтобы стать драйвером роста и трансформации заказчика, помогать ему расти, меняться и создавать новое. Это может выражаться в совместном развитии и внедрении инновационных продуктов, тестировании новых гипотез и формулировании стратегических целей.

«Аутсорсинг эволюционирует из исполнителя в партнера по трансформации. И его главным преимуществом на рынке в ближайшем будущем будет способность быстро погрузиться в культуру заказчика и помочь ей адаптироваться», — констатировала Светлана Берендеева.