



VINCERE
IN COMPETITIVITÀ
white paper

ESSERE COMPETITIVI OGGI

Crescere o sopravvivere?

Oggi, in ambito aziendale, stiamo assistendo ad un **rinnovamento tecnologico di ampia scala**, dato dal passaggio al business digitale. Si parla di **digital transformation**, cioè la semplificazione della quasi totalità dei processi, grazie all'introduzione di un mix di soluzioni tecnologiche capaci di ridurre le ridondanze e gli errori legati ad attività manuali non strategiche.

Come si configura la digital transformation

Sei sono gli ambiti tecnologici che abilitano la trasformazione digitale:

- L'**automazione** del lavoro
- L'**informatizzazione** dei processi
- La **dematerializzazione** dell'informazione
- La **virtualizzazione** delle risorse
- Il **cloud computing**, cioè la gestione dell'HW e del SW sulla Rete
- I dispositivi **mobile**, che potenziano la produttività e la flessibilità del lavoro

I vantaggi offerti dalla digital transformation sono numerosi e tra questi spiccano:

- Maggiore efficienza
- Migliore competitività
- Riduzione dei costi

Cambiamento radicale

Il cambiamento si presenta radicale se pensiamo che la presenza o meno della digital transformation al centro della strategia aziendale determinerà la **crescita o la sopravvivenza** delle aziende stesse.

IDC (International Data Corporation) conferma che per **vincere ed essere leader**, le imprese dovranno **trasformare il loro business in senso digitale**, pena la loro declassazione ad aziende «sopravvissute».

La domanda chiave

Alla luce di questo, la domanda chiave è: **come bilanciare gli investimenti tecnologici per finanziare una migliore efficienza del business? Quali sono le soluzioni e gli approcci che possono fare la differenza?**

Una visione d'insieme

La trasformazione è possibile non solo introducendo nuove tecnologie, ma innanzitutto adottando un **nuovo modo di pensare**: all'interno dell'azienda bisogna creare una cultura diffusa di innovazione, la gestione di talenti e di capacità per offrire il giusto mix di competenze digitali. Quindi, l'innovazione digitale passa dall'ICT, ma è prima di tutto una **questione di vision**.

Il modello organizzativo

Cambia anche il **modello organizzativo**: non è più basato su comparti stagni di funzioni aziendali, bensì è un **ecosistema flessibile**. Team di specialisti devono sapersi aggregare e disaggregare per portare a termine determinate «missioni», specifici obiettivi. Questo consente all'azienda di avere la flessibilità necessaria per adattarsi alle esigenze del mercato.

I trend dell'innovazione digitale

Cinque sono i trend della digital transformation, vale a dire le strategie digitali più innovative che possono fare la differenza nell'azienda che le introduce:

■ IT AS A SERVICE

La fruizione dei servizi ICT è in modalità **on demand e pay per use**: dal possesso di una tecnologia, il focus si è spostato alla fruizione del servizio attraverso SLA specifici per ogni tipo di esigenza.

Quindi, diventa fondamentale ragionare sul tipo di contratti e sui fornitori più competenti, bilanciando economics e risorse nel breve, medio e lungo termine.

■ IPERCONVERGENZA

Una governance efficace oggi richiede una chiara supervisione di più fattori: dell'installato a livello di hardware, delle risorse al servizio della gestione ICT, dei costi legati alle attività di manutenzione e aggiornamento, dei rischi relativi a malfunzionamenti e vulnerabilità dei sistemi (sicurezza interna ed esterna).

Quindi, è essenziale avere a disposizione un **unico cruscotto centralizzato di controllo** che consente di presidiare e bilanciare qualsiasi fattore sopra menzionato.

■ CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEMANTICO (CRM 4.0)

Oggi gli utenti a cui deve rivolgersi l'azienda non sono più solo i Clienti e i Prospect, ma anche i collaboratori: ognuno è un utente che ha dei bisogni precisi che mostra tramite il web, i social, il mobile.

Il CRM tradizionale evolve nel **Customer Experience Management (CEM)**: le aziende devono intercettare l'esperienza di ciascuno e relazionarsi con servizi legati alla geolocalizzazione, all'interazione, alla teleassistenza, al proximity marketing.

- BUSINESS INTELLIGENCE E BIG DATA MANAGEMENT

È fondamentale introdurre in azienda una **Business Intelligence evoluta**, capace di gestire l'enorme quantità di dati strutturati e destrutturati prodotti dalla digitalizzazione: le informazioni vanno raccolte, aggregate, capite ed organizzate in modo proattivo, affinché siano a reale supporto della governance aziendale.

- INTERNET OF THINGS

Bisogna integrare qualsiasi tecnologia smart utilizzata in azienda e dai suoi utenti (smartphone, tablet, totem interattivi, smart card, macchinari ed oggetti dotati di sensori, GPS, accelerometri, attuatori, smart code, tag RFID/NFC, sistema operativo, etc.),

In tal modo si potranno capitalizzare le risorse e sfruttare qualsiasi smart object come fonti di informazioni strategiche e veicoli di nuovi servizi.

Sono azioni prerogative a tutto ciò: **evitare il protezionismo**, volto ad escludere la smartizzazione degli utenti e a trattare qualsiasi tecnologia come oggetto a sé stante, ed **investire sulla sicurezza logica**.

BIBLIOGRAFIA

Falcone R. (2017), Crescere o sopravvivere: il ruolo della Digital Transformation nella competitività delle aziende, in www.digital4trade.it

Zanotti L. , Digital Transformation: i 5 trend dell'innovazione digitale, in www.digital4biz

2016, Cos'è la digital transformation e i suoi 6 pilastri, in www.startupbusiness.it

2014, L'innovazione nelle operations per vincere le sfide del manifatturiero, in www.automazione-plus.it



Tecnel srl

Via degli Artigianelli, 10 - 20159 MILANO
Tel. +39 02 334 841 - Fax +39 02 380 02 753
tecnel.com - info@tecnel.com