



Social collaboration: l'individuo al centro dei processi aziendali

MILANO, 5 novembre 2018 – L'azienda che non riuscirà a ingaggiare i suoi utenti con la stessa esperienza d'uso che questi provano nella quotidianità frenerà di fatto il proprio potenziale d'innovazione. La capacità di far circolare, di gestire e di utilizzare le informazioni per accelerare i processi decisionali è oggi infatti un requisito indispensabile per ogni organizzazione. Ma per soddisfarlo, è necessario che l'innovazione sia orientata alla dimensione umana – a partire dalle capacità di comunicazione e di collaborazione - e che sia supportata da tecnologie - interfacce d'uso e intelligenza artificiale in primis - in grado di non creare discontinuità tra il modo in cui le persone vivono e lavorano.

L'obiettivo è quindi creare e diffondere la conoscenza, e stimolare e governare la circolazione delle informazioni attraverso forme di collaborazione efficienti e flessibili. Le piattaforme di social management rispondono a questa esigenza: da una parte rispecchiano il nuovo trend comunicativo social, dall'altra permettono di gestire meglio i processi, analizzare e storicizzare i flussi comunicativi, anche destrutturati, per creare una conoscenza aziendale condivisa e al contempo favorire l'engagement tra le persone.

Le aziende italiane stanno cogliendo l'importanza della collaborazione e dei suoi immediati impatti sulle performance aziendali. Da una recente indagine di IDC, emerge che oltre il 50% delle medie e grandi imprese italiane percepisce come benefici dell'adozione di una piattaforma di collaborazione la maggiore affidabilità e la maggiore velocità dei processi e delle persone.

L'imperativo della social collaboration è progettare i processi di comunicazione e collaborazione con l'individuo al centro: il dipendente, il partner, il cliente. Le imprese che ci stanno riuscendo stanno abbattendo i silos aziendali, alimentando la cultura del talento, migliorando l'interazione dell'intera organizzazione sul piano delle conversazioni, dei contenuti e dei dati, con l'ausilio di tecniche di intelligenza artificiale e di machine learning.

Anche le imprese italiane si stanno muovendo in questa direzione, prova ne è la crescita della spesa per questo tipo di applicazioni, che nel nostro Paese IDC stima intorno al 9% medio annuo (CAGR) dal 2017 al 2021. Naturalmente, esistono ancora barriere da superare, evidenzia IDC: per esempio, che non tutti i lavoratori sono "knowledge worker" e hanno compreso appieno le potenzialità delle tecnologie digitali; oppure il fatto che sono ancora poche le imprese italiane che investono per favorire l'engagement di tutte le tipologie di lavoratori; infine, che sebbene i modelli SaaS siano più agili, efficienti e a prova di futuro, molte aziende italiane ancora non

ritengono il cloud un'alternativa in grado di offrire la sicurezza e i livelli di personalizzazione richiesti.

Il tema sarà oggetto di un incontro, intitolato Social Collaborative Innovation: the new way of Business Transformation, organizzato da IDC e Injenia, che si svolgerà a Milano il 14 novembre 2018.

All'evento parteciperanno Daniela Rao, Senior Research & Consulting Director di IDC Italia, gli esperti di Injenia e Alessandra Ardrizzoia, Digital Engagement Senior Manager di Barilla Group, che presenterà il caso studio della propria azienda.

Per maggiori informazioni e l'agenda: [Social Collaborative Innovation](#)

Hashtag dell'evento: **#SocialCollaborativeInnovation**

About IDC

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com.

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Marco Tennyson
mtennyson@idc.com
+39 02 28457.370