

Ecosistemi, l'automazione come cura per la nuova complessità

MILANO, 31 agosto 2020 – IDC ritiene che la decisione di ridefinire la tecnologia a supporto dei modelli di business che saranno alla base degli ecosistemi digitali del futuro sarà l'azione più importante che i leader aziendali intraprenderanno nel nuovo decennio per accelerare il ritmo della trasformazione e consentire la rapida creazione di prodotti, servizi ed esperienze digitali.

Mentre infatti la trasformazione digitale si sta espandendo in tutto il mondo, le organizzazioni si trovano ad affrontare ecosistemi e ambienti aziendali sempre più complessi, a causa sia della nuova normalità generata dalla crisi COVID-19, sia dell'aumento dei dati in termini di volumi, movimento, multicanalità, eterogeneità e fonti.

È necessaria, secondo IDC, una visione d'intelligenza completa supportata dall'automazione per avviare il percorso di gestione di questa nuova e crescente complessità.

L'adozione di tecnologie avanzate di intelligenza artificiale e automazione fornisce metodi e strumenti migliori per l'integrazione, la gestione e l'orchestrazione di vecchi e nuovi ecosistemi che la futura impresa intelligente dovrà trasformare in catene del valore accelerate. Il grande flusso di dati dovrà essere raffinato e contestualizzato attraverso tecnologie di machine learning da un lato per migliorare nelle aziende e tra le filiere i processi e i flussi di lavoro, dall'altro per offrire esperienze sempre più personalizzate ai clienti.

Entro il 2022, il 75% delle organizzazioni utilizzerà software AI-based per trasformare i processi customer-facing, con l'obiettivo ultimo di scoprire e generare insight di carattere operativo ed esperienziale per guidare l'innovazione interna complessiva.

Ne parleremo in occasione del quarto e ultimo appuntamento con Digital Leaders On Air, il ciclo di eventi digitali organizzato da IDC e SAP con il contributo di HRC Community e Intel. Intitolato “Nuovi ecosistemi intelligenti: dall'esperienza all'innovazione”, l'evento si svolgerà in diretta streaming il prossimo 18 settembre dalle 15:00 alle 16:30 e costituirà un'occasione unica per i leader digitali italiani per riflettere sul futuro dei processi aziendali tra automazione e rapporto uomo-macchina, e sulla prospettiva della "Intelligence Everywhere" applicata all'organizzazione aziendale e alle intere catene del lavoro.

Nel corso dell'evento, così come in tutti e quattro gli appuntamenti Digital Leaders On Air, sarà presentata la ricerca condotta da IDC su un campione di 400 manager italiani: “Digital Leaders e Digital Society Survey”. Questo studio esclusivo analizza l'evoluzione delle aziende alla luce delle trasformazioni economiche e della società digitale.

“Oltre il 60% dei Digital Leaders in Italia ritiene importante o molto importante sviluppare un ecosistema digitale per creare valore nella competizione globale. E il 69% vede nella condivisione di dati e informazioni con l'ecosistema uno degli elementi chiave per abilitare nuovi modelli di business. Obiettivi sfidanti che

si raggiungono lavorando su molti fronti: automazione dei processi, engagement con terze parti, trasformazione delle operation, impronta data-driven”, commenta Fabio Rizzotto, Associate Vice President, Head of Research and Consulting, IDC Italy.

“La strategia di un’impresa dipende sempre più dai dati per digitalizzare un processo, personalizzare le esperienze dei clienti e dei dipendenti, sostenere la crescita in nuovi mercati. Quindi è fondamentale che la data strategy sia allineata con quella aziendale e che sia estesa a tutti i livelli dell'organizzazione”, conclude Fabrizio Moneta, Regional Head & Sales Director - Analytics, Platform and Technologies, SAP Italia e Grecia. “La strategia sui dati non è solo un tema tecnologico ma anche e forse soprattutto culturale visto che deve portare valore a tutte le aree di business, anche quelle più tradizionali. Le competenze, quindi, giocano un ruolo centrale; il ricambio generazionale in parte contribuisce ma una più decisa sponsorship, governance e attenzione al change management crediamo sia indispensabile”.

Per maggiori informazioni sull’evento: [Nuovi ecosistemi digitali](#)

Hashtag dell’evento:
#DigitalLeadersOnAir

I precedenti tre appuntamenti

“Le persone sopra tutto - Human experience e società digitale: le persone nelle strategie aziendali”, 28 maggio. Come cambiano ruoli e responsabilità dei manager e delle aziende in questo nuovo decennio? Riflessioni sulla persona come espressione di diversi ruoli e responsabilità, anche come consumatore e cittadino.

“Prova a prendermi, l’arte di conquistare il consumatore”, 11 giugno. Il consumatore sta cambiando profilo in questi mesi e sarà ancora diverso da quello di fine 2020. Nonostante il clima di incertezza, la customer experience guida le strategie e i business model dei retailer, assumendo nuove sfumature.

“Volare con i piedi per terra - Intelligent Spend Management”, 8 luglio. I principi dell’Intelligent Spend Management sono la sostenibilità e la visibilità sulla spesa. Entrambi portano a benefici che vanno oltre al risparmio, dando la possibilità alle aziende di reinvestire risorse in nuove aree.

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)

mtennyson@idc.com

+39 02 28457.1