

L'innovazione nei mercati maturi

FRANCESCO FERRARI

La scelta di tecnologie innovative è spesso determinante per il successo di un'impresa. Diamo uno sguardo ad alcune di queste tecnologie e al relativo livello di adozione presso le aziende manifatturiere: dal web ai social network

Il successo delle imprese, e, in periodi critici la loro sopravvivenza, è legata anche alla capacità di ricercare e adottare nuove soluzioni per creare valore e risultare maggiormente competitive. Per renderci conto del livello di adozione di alcune tecnologie nelle aziende manifatturiere abbiamo realizzato un breve sondaggio realizzato dalle redazioni di RMO e Progettare, con la collaborazione del sito web www.meccanica-plus.it, tramite una serie di domande di carattere generale alle aziende. Ovviamente la premessa è che i dati ottenuti da questo sondaggio sono puramente indicativi in quanto il numero di soggetti intervistati è limitato e il campione scelto non è rappresentativo dell'intero mercato. Questo non vieta, pur con le dovute precauzioni, di fare alcune considerazioni sulle risposte ottenute dalle aziende e i relativi scenari.

L'importanza di Internet per le aziende

Tra le tecnologie che hanno avuto maggiore impatto sulle aziende, Internet sicuramente occupa da tempo il primo posto e di questo i manager sono ben consapevoli. Tutte le aziende intervistate, infatti, hanno dichiarato di avere un proprio sito Internet, a conferma della pervasività ormai raggiunta da questa tecnologia, anche se l'impiego di Internet è risultato essere, come prevedibile,





piuttosto diversificato. Poco meno del 10% degli intervistati, per esempio, ha dichiarato di non utilizzare internet per scopi commerciali. Dal punto dei servizi implementabili tramite il sito Internet aziendale, la nostra ricerca ha evidenziato che l'utilizzo più diffuso, oltre il 90% dei casi, è relativa alla fornitura di documentazione tecnica, risolvendo in tal modo un problema spesso complesso dal punto di vista della gestione.

Un altro tipo di servizio implementato molto frequentemente tramite il sito Internet è, invece, quello relativo alla pubblicazione del listino prezzi e dei cataloghi dei prodotti, con il vantaggio della tempestività di aggiornamento nel primo caso, e favorendo la ricerca da parte degli utenti, riducendo al contempo i costi per l'azienda, nel secondo. Dai dati del sondaggio emerge, inoltre, che altri tipi di servizi come per esempio la vendita online oppure la comunicazione con i clienti sono utilizzate molto meno frequentemente e le percentuali sono infatti molto inferiori ai casi precedenti. La vendita online è implementata dalle aziende intervistate soltanto nel 22,7% dei casi, mentre solo il 13% dispone di un blog e, in generale, la comunicazione tramite forum e commenti di clienti è utilizzata da meno del 5% delle aziende contattate. Sono state analogamente interessanti le risposte relative

alla frequenza di ricerca su Internet di informazioni giudicate importanti per l'impresa. Meno del 5% ha infatti dichiarato di utilizzare solo raramente questo mezzo, mentre la maggioranza (oltre il 54%) ha precisato di usarlo spesso e oltre il 40% di usarlo sempre. Stando a questi dati sembrerebbe quindi che, mentre pochissimi non contano su Internet come fonte affidabile e continua di informazioni, la maggioranza utilizzi questo mezzo con una frequenza elevata e, verosimilmente, insieme ad altre fonti. Una parte ragguardevole, anche se non maggioritaria, si avvale invece sempre costantemente del contributo di Internet per raccogliere informazioni importanti, testimoniando l'utilità di questo mezzo per contribuire a scelte anche strategiche.

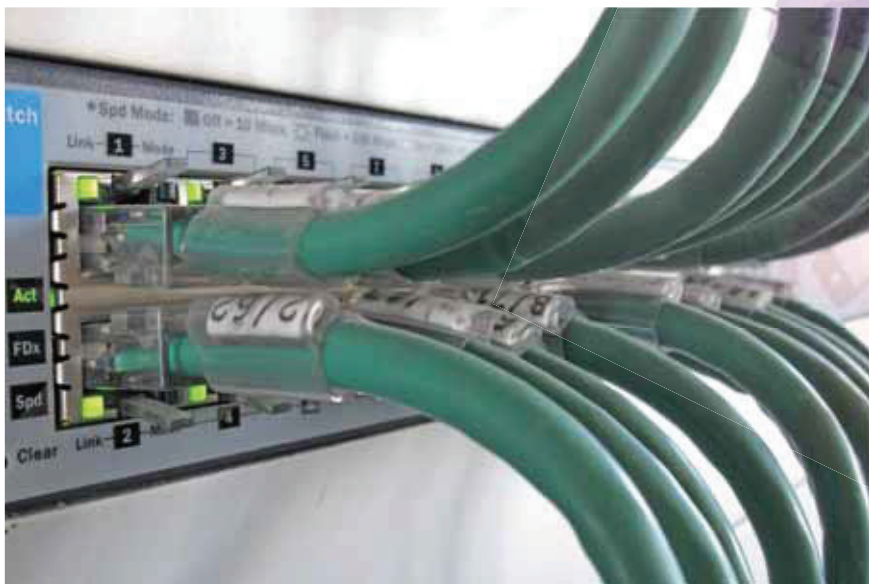
I social network

Un altro tipo di opportunità offerte da Internet riguarda i social network, che permettono di instaurare un tipo di comunicazione decisamente diversa da quella istituzionale e di realizzare delle vere e proprie community. Molte aziende si sono focalizzate da tempo su questo tipo comunicazione sfruttando, per esempio Facebook oppure Twitter. Tuttavia la diffusione di questi social network in ambito aziendale è condizionato da numerosi aspetti, da quelli di tipo

culturale e geografico a quelli di carattere economico per la gestione di questi sistemi di comunicazione, al tipo di settore merceologico in cui si opera e all'importanza, o meno, di relazionarsi con un ampio pubblico. Non stupisce quindi che la maggior parte delle aziende intervistate abbia risposto di non utilizzare i social network per la comunicazione (oltre il 63%), ma piuttosto interessante è comunque l'apprezzamento per questo tipo di mezzi indicato dalla percentuale di oltre il 36% che ha dichiarato di utilizzarli. In generale, l'utilizzo di Internet è percepito dai partecipanti alla nostra survey come un qualcosa in grado di generare dei significativi vantaggi per l'azienda, mentre soltanto meno del 5% delle aziende intervistate ha dichiarato di non conoscere la risposta.

Il cloud computing

Una tecnologia relativamente recente che sta avendo un impatto significativo sulle aziende è quella del cloud computing. Questa tecnologia permette di abilitare l'accesso a risorse di varia natura (software, servizi, infrastrutture, storage) in modo conveniente e relativamente semplice. Anche se per molti versi nel nostro Paese siamo ancora in una fase molto iniziale dell'implementazione del cloud computing, le aziende stanno scoprendo rapidamente il vero



potenziale di questa tecnologia. Mentre sino a non molto tempo fa, infatti, il cloud computing era visto, spesso anche con sospetto, dalle aziende soltanto come un trend, questa tecnologia però si sta evolvendo e sempre più aziende ne riconoscono l'effettivo valore. Le stime di IDC sulla crescita dei servizi IT per cloud pubblici sono di 100 miliardi di dollari entro il 2016, partendo da 40 miliardi di dollari del 2012, con un Cagr del 26,4%, un valore significativamente maggiore di quello dell'industria IT. Entro il 2016 gli analisti, inoltre, sostengono che i servizi cloud costituiranno il 16% del fatturato IT in cinque settori chiave: applicazioni, software di sistema, PaaS (Platform as a Service), server e storage di base. Un aspetto da non sottovalutare, comunque è lo scetticismo con cui talvolta i dipartimenti IT delle aziende vedono l'impatto che l'adozione del cloud potrebbe avere su di loro. Secondo gli analisti di IDC, i servizi IT cloud in Italia sono percepiti in modo ancora piuttosto diverso, a seconda della funzione aziendale interna. Da alcuni dipartimenti, infatti, quello del cloud è visto come un aspetto di notevole importanza, ma questa percezione diminuisce in modo piuttosto sensibile salendo nella piramide organizzativa fino al top management.

Diverso, invece, è lo scetticismo con cui le aziende guardano al cloud a causa di alcuni limiti intrinseci di questa tecnologia. Con il cloud, infatti, applicazioni e talvolta dati (dipende dal modello di cloud implementato), non risiedono più fra le mura dell'azienda e le perplessità sull'affidabilità delle infrastrutture di comunicazioni, indispensabili per assicurare l'operatività in un contesto cloud, e la sicurezza dei dati, spesso fanno ancora da freno all'adozione di questo tipo di tecnologia.

Anche la maggioranza delle aziende intervistate nella nostra survey non fa uso di soluzioni cloud (quasi il 60%), è interessante constatare che però oltre il 40%, invece, le utilizza. Un aspetto interessante, infatti risiede nel fatto che le risorse cloud non sono relative solamente all'aspetto IT delle aziende, come per esempio per l'utilizzo di software come servizio, ma possono essere molto utili anche nella parte produttiva. Molte aziende produttrici di software di progettazione o prototipazione digitale, tipicamente quelle di applicazioni CAD, mettono a disposizione questi tool in ambienti cloud, coinvolgendo direttamente quindi le attività produttive delle aziende e fornendo un vantaggio competitivo. A questo va aggiunto che il trend in

atto vede in futuro un aumento delle esigenze di collaborazione e di potenza elaborativa flessibile e conveniente come quella offerta dalle soluzioni cloud. Di fatto la percezione del cloud talvolta viene limitata al solo aspetto legato al risparmio economico, trascurando uno degli altri vantaggi di questa tecnologia che è quello di poter rinnovare alcuni processi aziendali. Tornando alla nostra survey, solo meno del 5% ha escluso che nell'immediato futuro (1-3 anni) non farà ricorso a soluzioni cloud, mentre oltre il 50% ha dichiarato di non sapere se l'azienda farà o meno questo passo in futuro

I nuovi strumenti tecnologici

Un'altra domanda della nostra survey è stata relativa all'utilizzo o meno di alcuni device come smartphone e tablet. La metà esatta degli intervistati ha dichiarato di utilizzare entrambe i dispositivi, mentre il 31% ha dichiarato di utilizzare soltanto lo smartphone e solo il 18% ha dichiarato di non utilizzare nessuno dei due device. Questa diffusione potrebbe essere spiegata, oltre che con le ormai imprescindibili necessità di comunicazione, anche con la tendenza che vede le persone portare in azienda i modelli d'uso di device e applicazioni che utilizzano normalmente nella loro attività non professionale. Questo trend è particolarmente evidente con le persone più giovani che si aspettano di trovare gli stessi strumenti e performance a cui sono abituati in ambito privato anche nell'ambiente di lavoro.

A parte queste considerazioni occorre considerare che la mobilità è uno dei trend dominanti negli ultimi anni e il tipo di device da utilizzare si deve adeguare a questa esigenza. A questo va aggiunto un secondo trend che vede il ritorno a un sistema di elaborazione basato su client relativamente poco potenti e servizi, capacità di elaborazione, e spesso anche i dati, ospitati invece su reti di computer e non localmente.