

MF DOW JONES

CLASS DIGITAL: Ecco le storie digitali di successo (MF)



VOTA ★★★★★ 0 VOTI

MILANO (MF-DJ)--"Sull'innovazione digitale si fa spesso molta teoria e poca pratica. Se però si parte da esperienze concrete, da fatti realmente accaduti e risultati raggiunti, allora le imprese italiane sono pronte ad aprirsi al digitale, superando le iniziali barriere". Secondo Manlio Costantini, direttore enterprise di Vodafone Italia, troppa teoria e poca pratica e' il vero ostacolo allo sviluppo digitale delle aziende tricolore, tema al centro della Class Digital Experience Week di Class Editori tra conferenze dal taglio concreto, mostre ed eventi in calendario fino al 3 luglio. "L'innovazione si puo' dispiegare in ogni settore", ha spiegato ieri Costantini durante il convegno "Impulso digitale per la tua azienda. L'innovazione al centro di un business in anticipo sul futuro", in programma al Vodafone Theatre nella giornata di apertura della Class Digital Experience Week. "Non e' questione di comparti merceologici ne' di budget. Bensì di cultura, di aprirsi all'esterno, di essere consapevoli che se non ho tutte le competenze in azienda posso cercarle fuori, attraverso partnership", sempre secondo il direttore enterprise di Vodafone Italia, operatore di telecomunicazioni che ha elaborato un test di autovalutazione per misurare l'indice di digitalizzazione delle aziende, il Ready Business Index. Nel mondo del "software as a service", peraltro e' sempre piu' importante il meccanismo di pricing e success fee: quindi le infrastrutture le mette Vodafone, mentre l'impresa paga in funzione dei risultati. "Servono spazi fisici per raccontare case history concrete", ha confermato Alberto Baban, presidente Piccola Industria di Confindustria. "Non serve un esperto di digitale in azienda, anche perche' l'innovazione poggia sulla riorganizzazione dell'intera azienda dove il digitale contamina tutto. Le pmi sono storicamente abituate a trasformarsi", ha sottolineato Baban che facendo un riferimento all'attualita' ha aggiunto: "la finanza sia un'acceleratore di questa trasformazione, non piu' solo una speculazione". Baban lancia anche un avvertimento: il digitale e' fondamentale perche' "i nuovi clienti delle nostre aziende saranno i millennials", i giovani di oggi cresciuti nell'epoca touch screen che "non sappiamo ancora come si comporteranno da consumatori". Sottinteso: meglio prepararsi per tempo. Tanto piu' che i punti di forza del made in Italy si amplificano con il digitale, ha aggiunto Francesco Morace, presidente di Future Concept Lab: il digitale "aumenta l'intensita' dell'esperienza e delle emozioni dei consumatori". In aggiunta, col digitale le aziende italiane e soprattutto le pmi "possono "think locally and act globally" (pensare localmente e agire su scala globale, ndr)", ossia "capire quale e' la loro unicità e poi promuoverla nel mondo", cancellando in questo modo l'annoso punto dolente secondo cui le pmi non hanno le dimensioni sufficienti per competere all'estero. "Le unicità italiane possono essere globali", ha rilanciato Morace. "Le pmi sanno fare. Oggi devono anche saper far sapere". E 39% e' il livello di Ready Business Index, emerso col test tra gli imprenditori durante il convegno "Impulso digitale per la tua azienda". Secondo i parametri dello stesso indice, il dato significa bassa conoscenza delle potenzialita' del digitale e della sua efficienza, bassa capacita' di coinvolgere il cliente e grado molto basso di sicurezza in questi processi. "Ma non e' un problema", ha dichiarato Costantini. "In tempi rapidi si puo' arrivare all'80%. Il digitale offre ritorni immediati". A proposito di case history che hanno saputo evidenziare il loro dna, invece, al Vodafone Theatre si e' spaziati dall'alimentare di Eataly alla concessionaria d'auto di Legnano, passando per l'esperienza di Aurora Biofarma che, secondo il responsabile commercial operation Domenico Ciccarelli, "ha dotato di tablet la sua rete vendita d'informatore medici", fino a quella di Bindi Dessert che tra app e tablet non solo ha "smaterializzato i propri cataloghi" ma puo' ora "aggiornare in tempo reale le richieste" dei ristoratori, a giudizio del direttore organizzazione e sistemi informativi Paolo Barbara. E senza dimenticare la testimonianza di Flavio Baretta, responsabile regionale Mediterraneo e Medio Oriente di Quant Italy che fornisce servizi di manutenzione industriale e grazie al digitale adesso "misura meglio prestazioni, efficienze e costi". "Conquistare il mercato, creare frequenze di acquisto, ma senza perdere le caratteristiche di Eataly", ha spiegato ieri Andrea Casalini, ceo di Eataly Net (www.eataly.net). "Questa e' la nostra sfida. Vogliamo costruire negozi omni-channel, fisici e virtuali non importa, ma con cui profilare il cliente, riconoscerlo, andargli incontro". Ossia coinvolgerlo col servizio di spesa online e poi consegnargliela in negozio, dopo magari che "ha cenato in un nostro ristorante o ha preso l'aperitivo da Eataly", ha concluso Casalini. Le previsioni sono di avviare il progetto prima a Milano, entro la fine del 2016, e poi dedicarsi agli altri punti vendita, estero compreso. Il digitale? "una corsa", ha sintetizzato il manager. Ricevere un avviso digitale poco prima che scada il tagliando dell'auto, un alert quando va fatta la revisione ma anche un museo a Legnano con 50 auto d'epoca che hanno fatto boom sui social. "Tanto da diventare la terza attrazione turistica della citta', prima ancora della Basilica cittadina, e generando un po' l'invidia benevola del monsignore", ha raccontato Elisabetta Cozzi della concessionaria Fratelli Cozzi (www.fratellicozzi.it), a margine del convegno. Insomma, un'azienda tradizionale per antonomasia che "con il digitale si e' reinventata superando i confini locali perche', specie sui social network, ha iniziato a raccontare la sua lunga storia". Sui social Cozzi pubblica tutti i commenti, anche quelli negativi ma "a tutti rispondiamo subito e cosi', anche in caso di errori, i clienti ci riconoscono l'impegno", ha aggiunto l'imprenditrice. "Alla fine restano e creano una relazione con noi". red (fine) MF-DJ NEWS

iFOREX

Come vorresti investire
40,000€ con
solo 100€?

Scopri la leva finanziaria
Ricevi una guida in PDF >

Il capitale è a rischio

Qual'e' il metodo
di investimento piu' adatto a te?

Sicuro

Moderato

Impetuoso

immobiliare.it
cerca case e appartamenti

Inserisci comune

TROVA

Le News più lette

Tutte

1. Gli Agnelli portano via tutto 25/07/2016
2. La bolla Pokemon rischia di scoppiare, borsa di Tokyo -1,3% 26/07/2016
3. Cinque buy e cinque sell in Europa 26/07/2016
4. Ftse Mib al palo in attesa Fomc, Mps pesante 26/07/2016
5. Tra Mediaset e Vivendi è rottura premium. Forti vendite 26/07/2016

Social Media

Economia mondiale

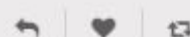


MilanoFinanza
@MilanoFinanza



Tim Brasil migliora, oggi il cda di Telecom.
<https://t.co/gksQvpmum>

27 m



Keith McCullough
@KeithMcCullough



OIL: continues to wreak havoc on the chart chasers, WTI down another -1% to \$42.70, finally signaling immediate-term oversold

26 m



CROWDYNEWS

Webank.it
BANCA POPOLARE DI MILANO

CONTO WEBANK

✓ ANCHE SU MOBILE

✓ PRELEVI CON LO