



La Trasformazione Digitale nella aziende italiane

Ezio Viola
Amministratore Delegato
The Innovation Group

The Digital Enterprise Forum

Milano 17 Marzo 2016



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT



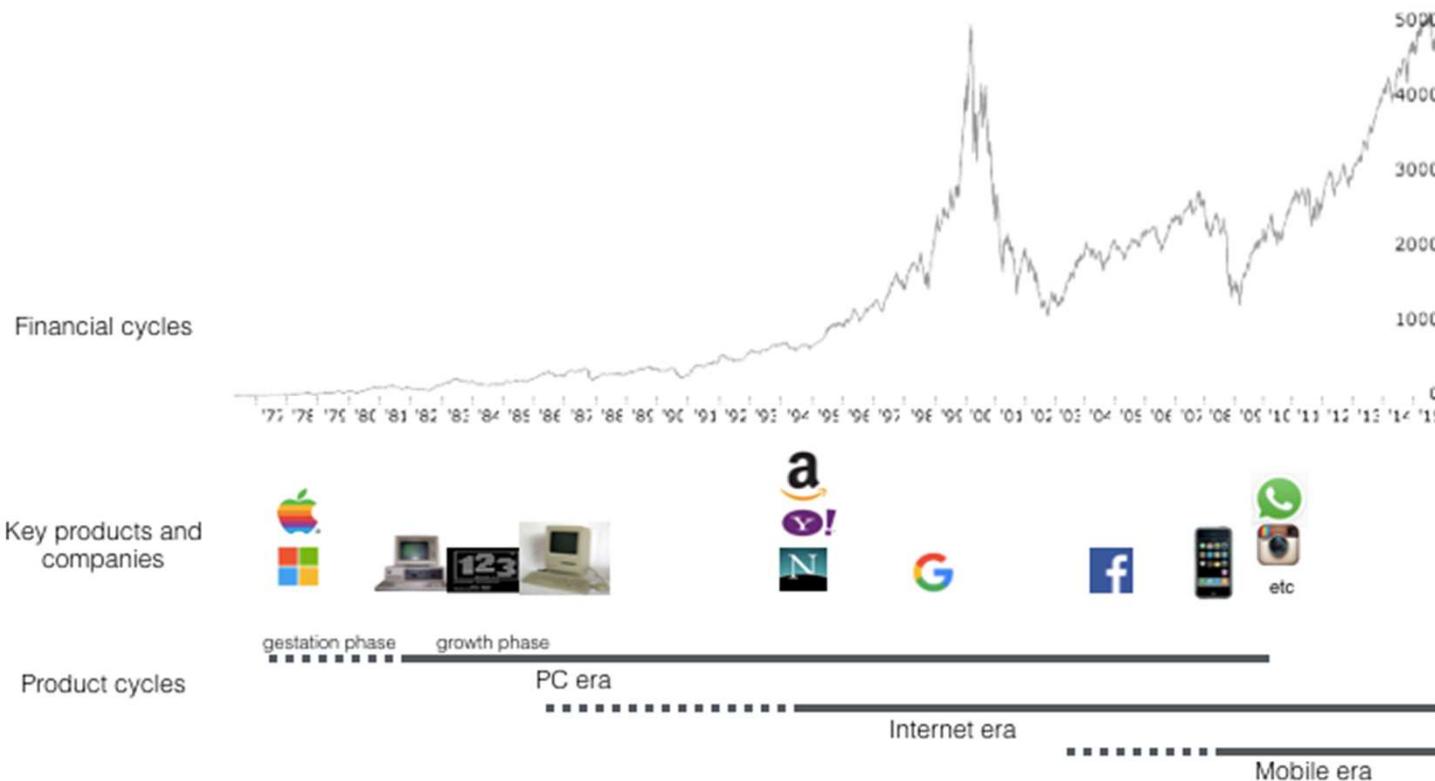
Agenda

L'innovazione digitale non si ferma mai

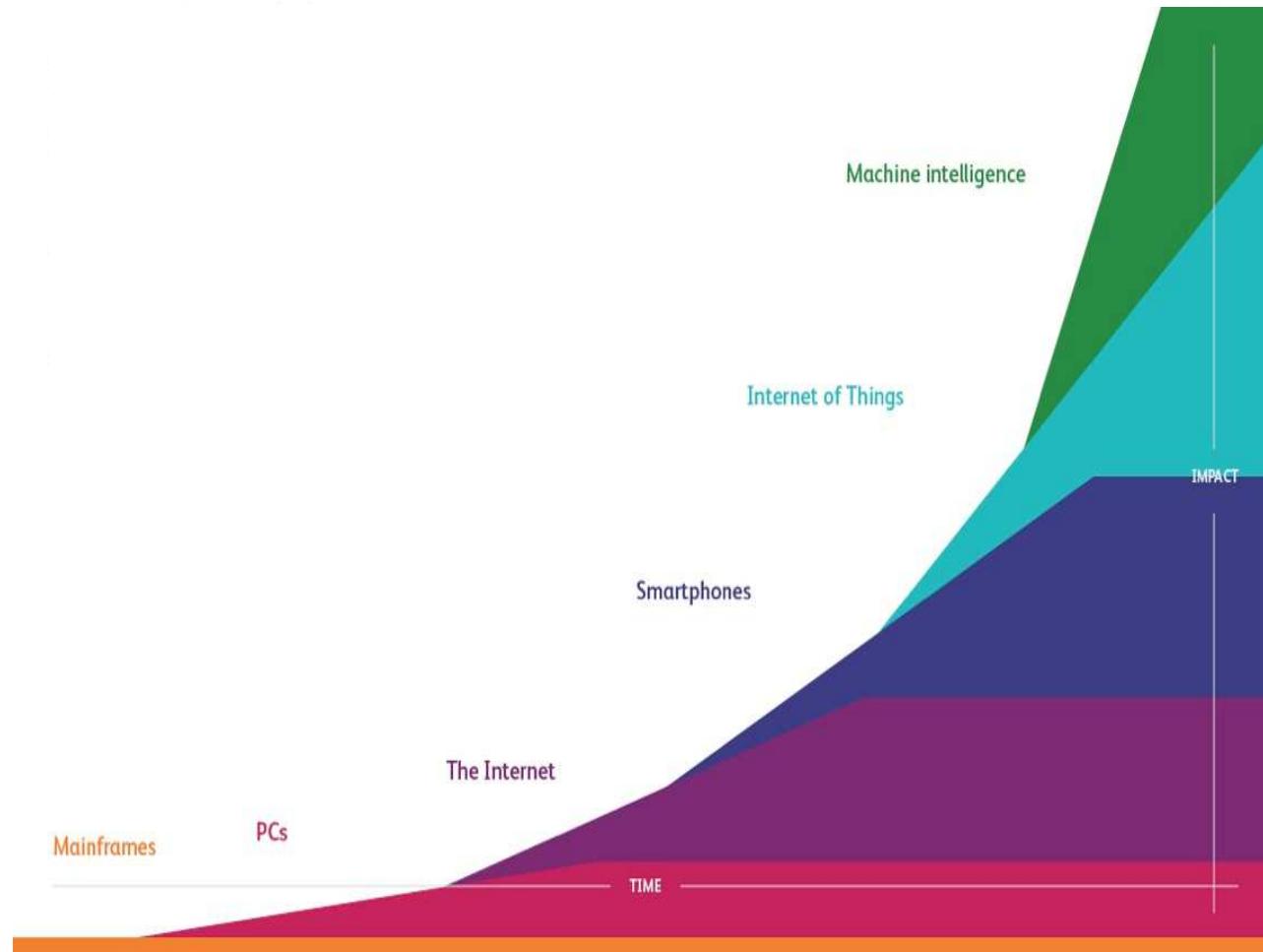
Il Digitale è al centro dell'innovazione e trasformazione
del business e delle aziende : aziende come piattaforme

La Digital Transformation nelle aziende italiane

Le dinamiche e i cicli di innovazione delle tecnologie digitali

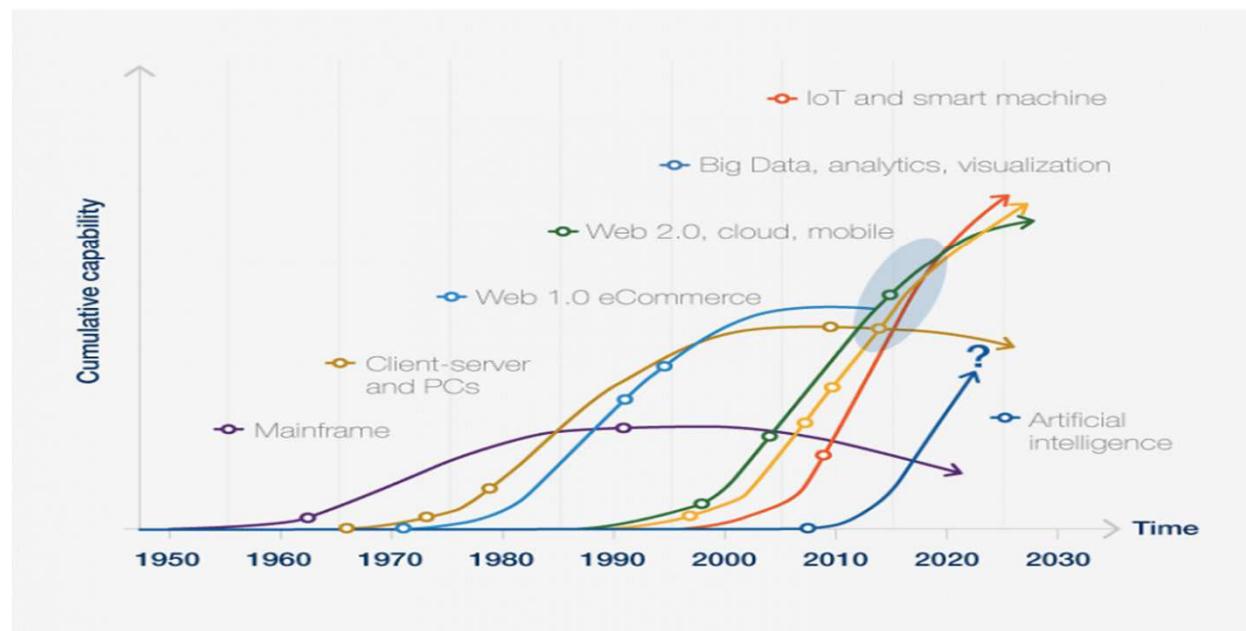


What's next ?



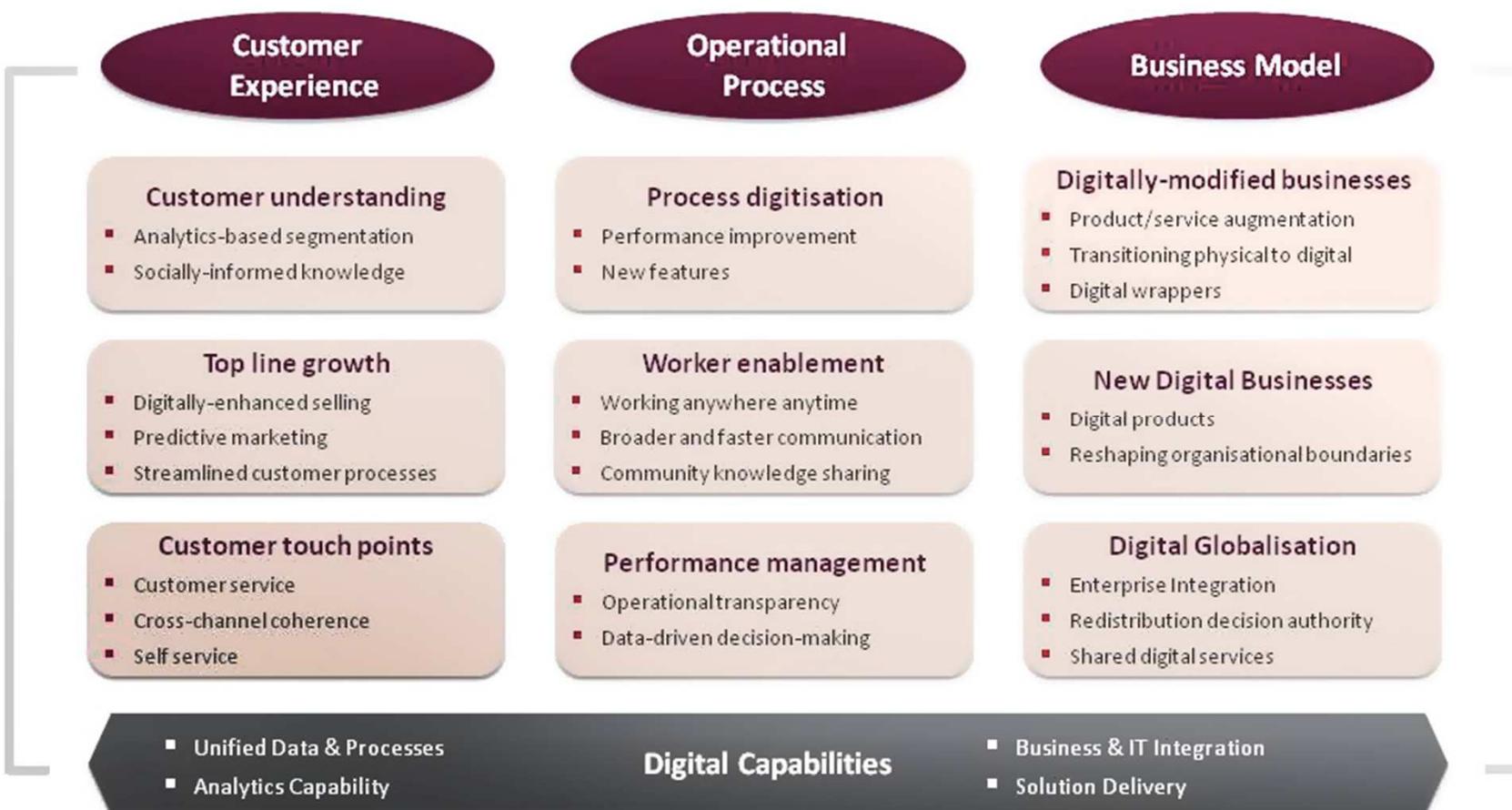
La velocità del cambiamento è esponenziale

The pace of change is accelerating through the 'combinatorial' effects of digital transformation

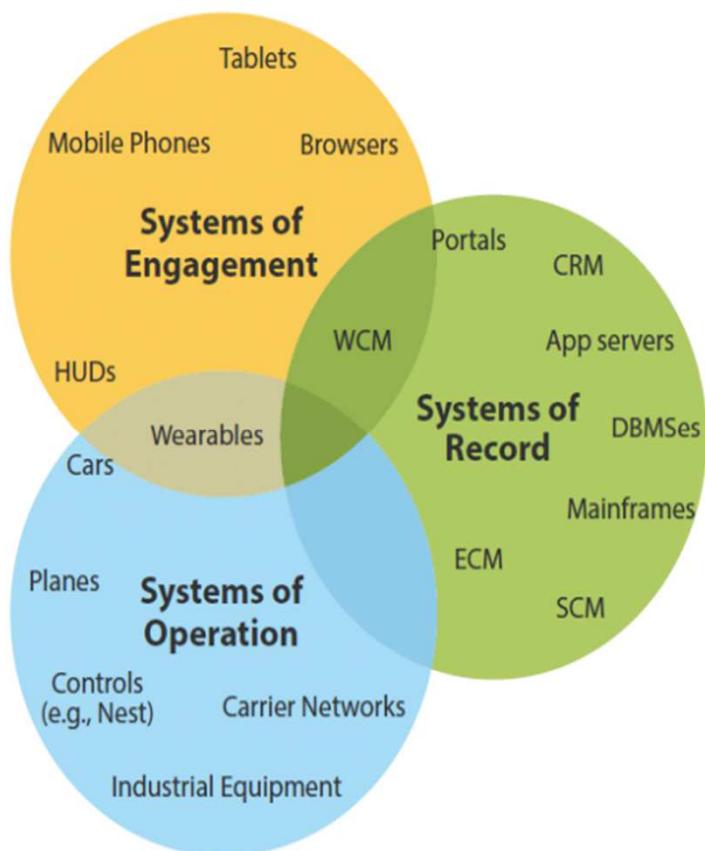


Source: WEF 2016

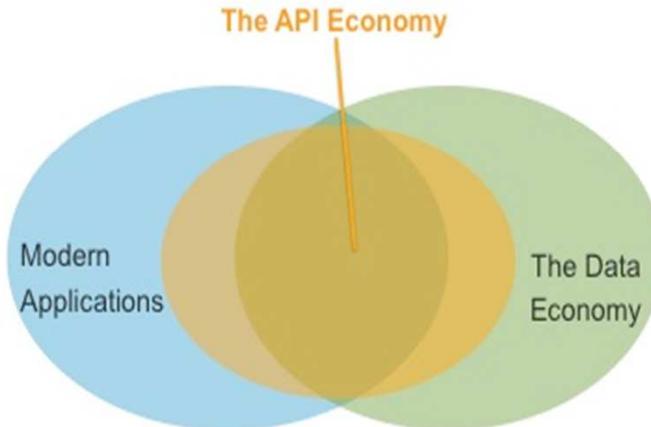
Digital Business Transformation : cosa significa



La trasformazione digitale estende i domini applicativi diversificati e crea piattaforme e nuovi ecosistemi



Modern Applications, The API Economy, & The Data Economy



© 2013 Forrester Research, Inc. Reproduction Prohibited

Nuovi Modelli di Business :Prodotto → Servizio → Piattaforma



PRODUCTS
CAPEX
ONE-TIME
TRANSACTION

AS A SERVICE
OPEX
PAY-AS-YOU GO
FLEXIBLE
CONSUMPTION

MARKET INFORMATION
API
PLATFORM
COMMUNITY
INFRASTRUCTURE
ENABLEMENT

L'impatto della trasformazione digitale : Piattaforme digitali creano modelli di business disruptive e nuovi ecosistemi

«Le aziende e le organizzazioni diventano piattaforme di servizi attraverso ecosistemi digitali che ridisegnano modelli di business e interi settori dell'economia»

Fonte: The Innovation Group



Fonte: The Innovation Group



Digital Business Transformation Survey 2016

“Come i nuovi trend e le tecnologie *Disruptive* stanno ridisegnando le modalità di competere delle aziende”
INTERVISTE A IT E A BUSINESS MANAGER

The Digital Enterprise Forum

Milano 17 Marzo 2016



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

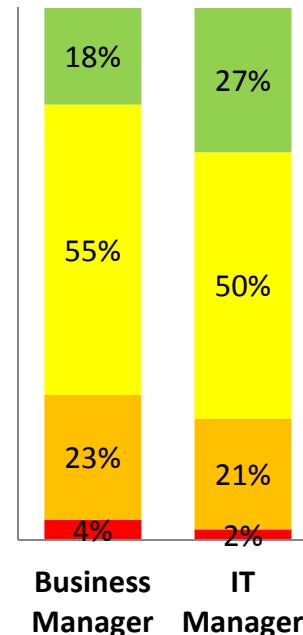
Digital Business Transformation: sempre più importante il legame tra l'IT e il Business

Che cosa è per lei la Digital Transformation del business?



- Una modalità innovativa di concepire il business dell'azienda
- Un nuovo modo di rapportarsi con i clienti che sfrutta i canali digitali (Web, Mobile, Social)
- Un modo per diffondere investimenti in tecnologia in ogni parte del business e ottenere efficienza
- Un sinonimo della classica Information & Communication Technology (ICT)

Qual è il ruolo dell'IT aziendale nel favorire l'Innovazione Digitale?

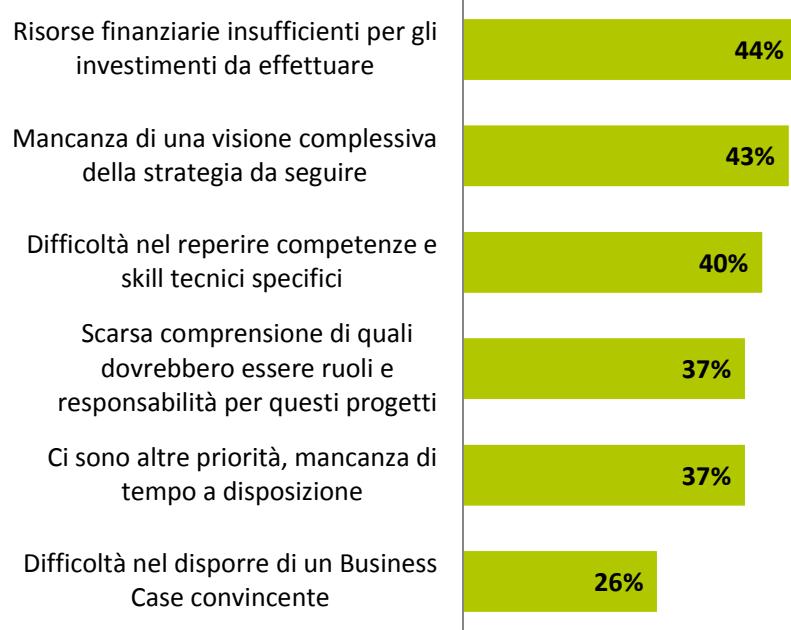


- FORTE: promuove questi concetti e li supporta operativamente
- MEDIO: l'IT collabora attivamente con le altre Direzioni coinvolte nel cambiamento
- BASSO: è al corrente della trasformazione e conosce il tema, ma non ha un ruolo preciso
- NESSUNO: l'IT non è coinvolta in alcun modo

Fonte: Digital Business Transformation Survey,
TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e
LoB Manager

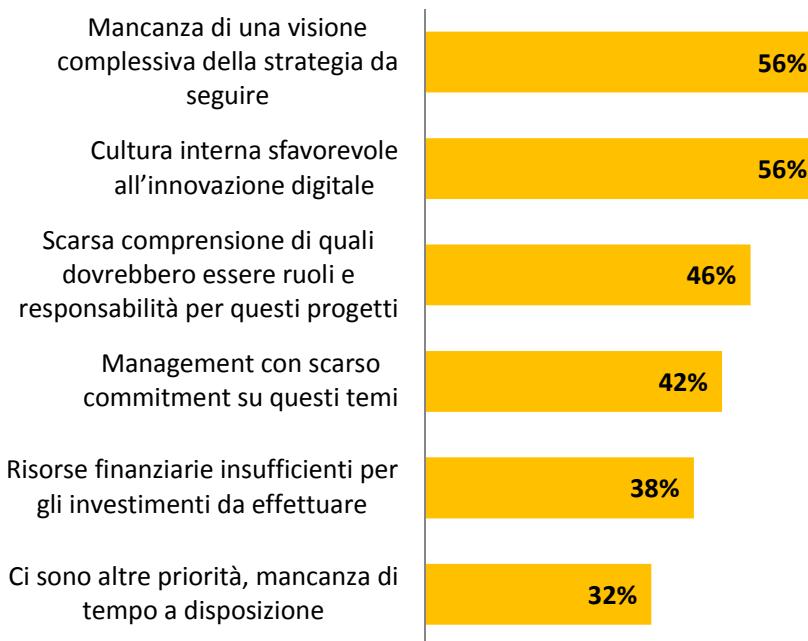
Quali Sfide nel percorso verso la Digital Transformation?

Business Manager: principali difficoltà incontrate nella strada verso la Digital Transformation



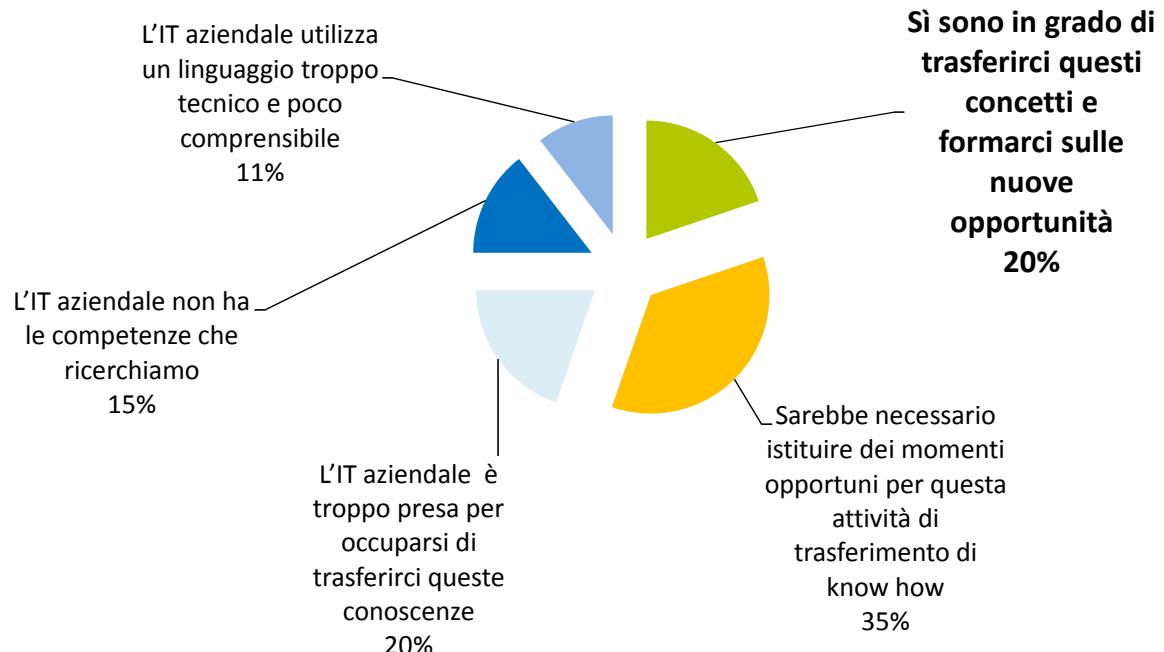
Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e LoB Manager

IT Manager: principali difficoltà incontrate nella strada verso la Digital Transformation



... ma il Business lamenta una scarsa capacità dell'IT di supportare la trasformazione

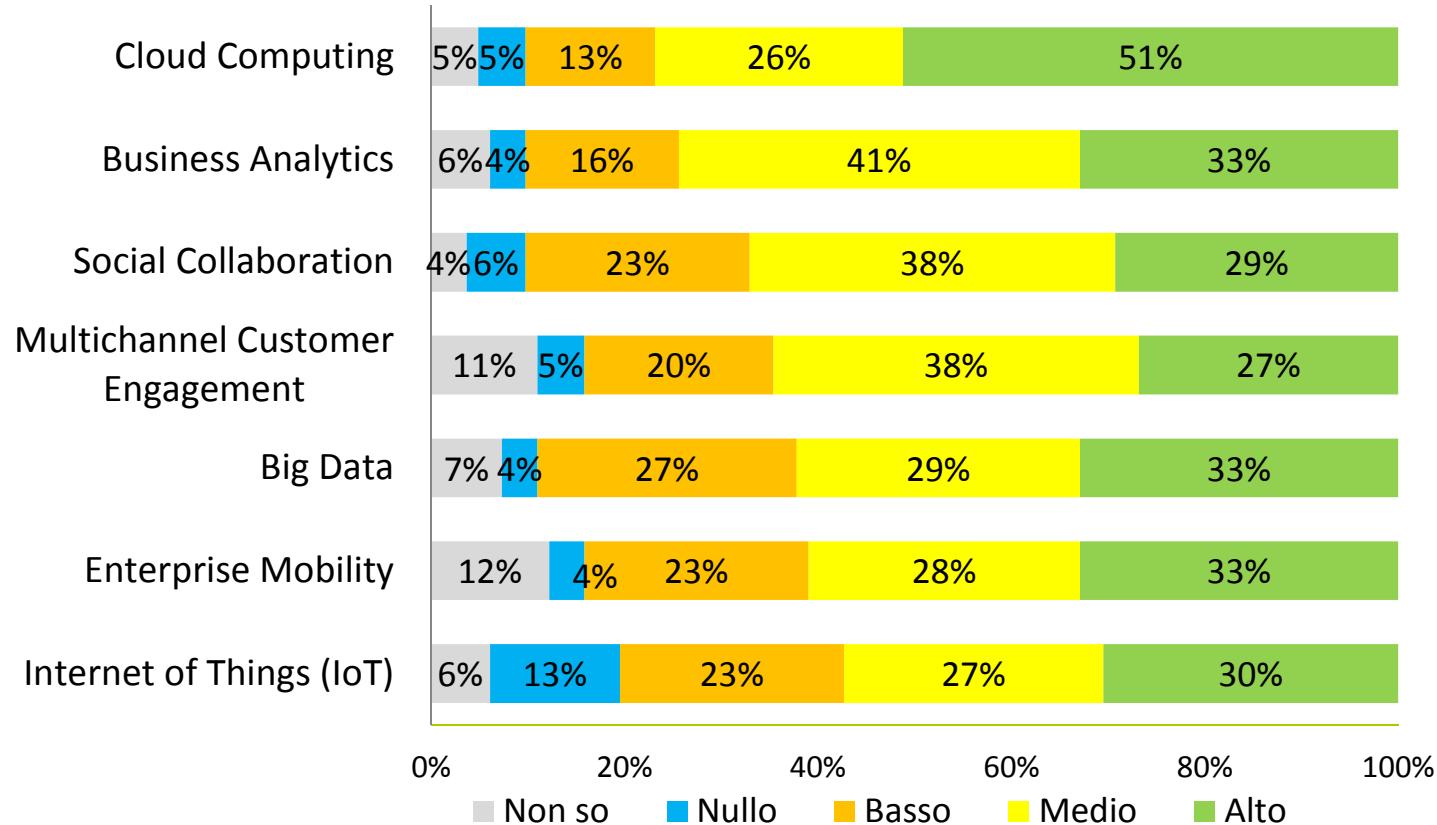
L'IT è in grado di trasferirvi le opportunità che il business può cogliere nelle tecnologie digitali?



Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG, febbraio 2016. N = 99 rispondenti LoB Manager

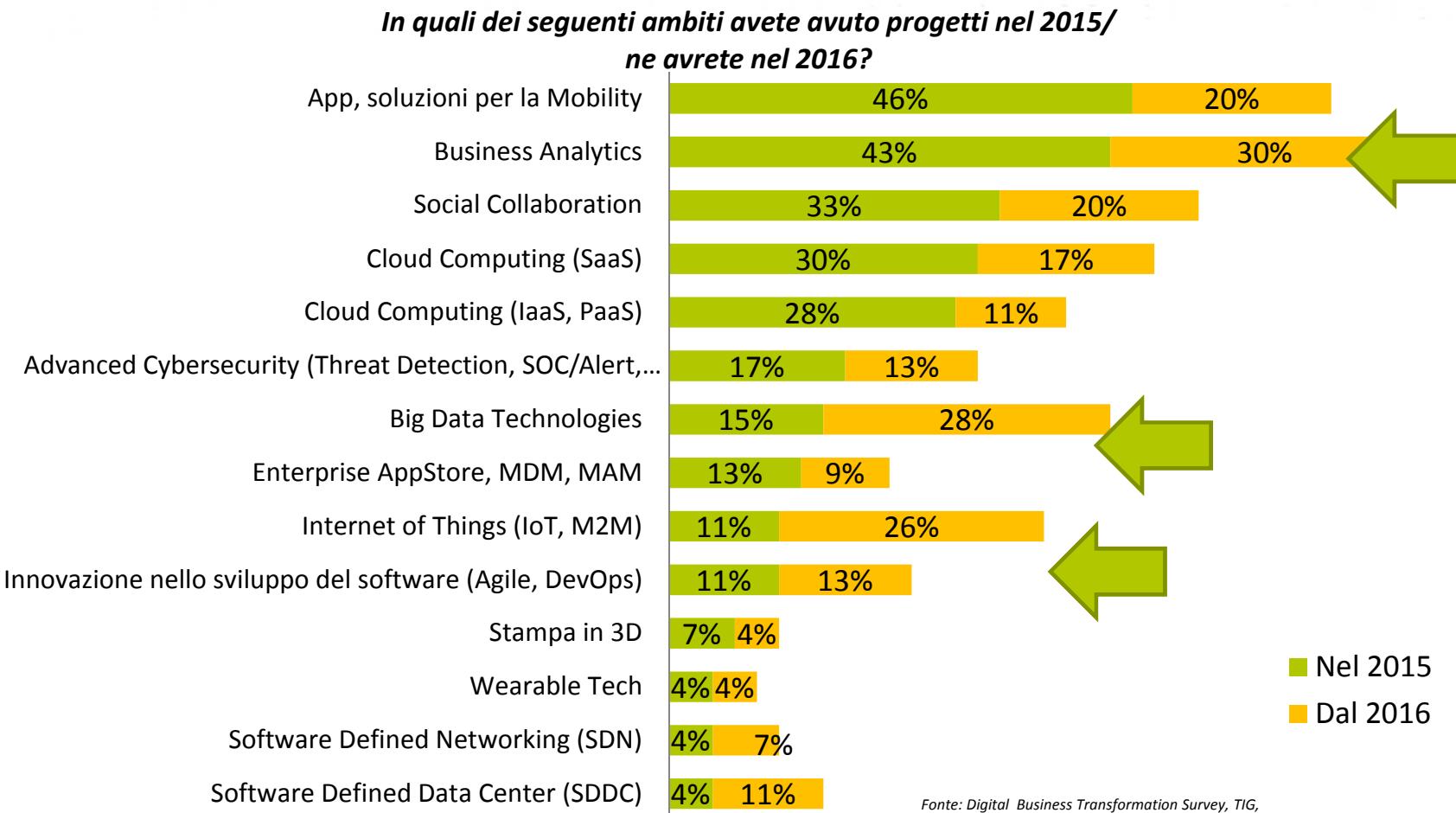
Le Tecnologie per la Digital Business Transformation

Qual è il potenziale innovativo per la sua azienda dei seguenti trend tecnologici?



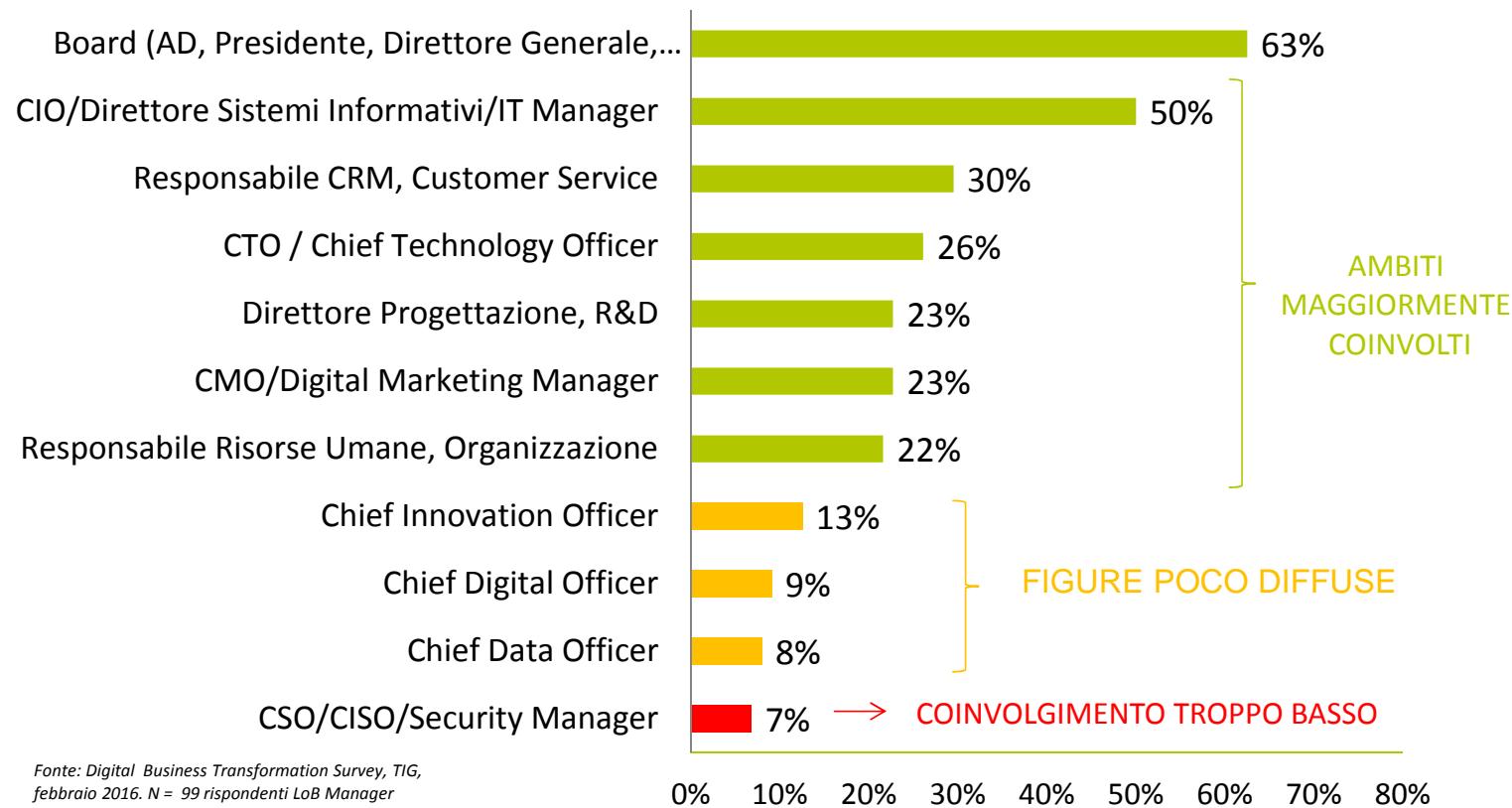
Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG, febbraio 2016. N = 99 rispondenti LoB Manager

Progetti Innovativi in più ambiti: crescita forte per App Mobile, Business Analytics, Big Data, IoT



Digital Business Transformation: chi viene coinvolto nell'Innovazione Digital?

Quali sono le funzioni / i Manager coinvolti nella sua azienda in iniziative di Digital Transformation?



Qualche considerazione

- La trasformazione digitale nelle aziende italiane è iniziata (forse più nelle dichiarazioni che negli investimenti reali) ma siamo all'inizio di un percorso che non può fermarsi
- Cresce la consapevolezza della necessità ma esiste ancora una frammentazione degli approcci non allineata all'urgenza dei tempi anche in settori più minacciati dall'entrata di nuovi competitor
- IT e altre funzioni di business devono giocare la partita insieme ma il terreno di gioco deve essere disegnato con una strategia comune che ancora non è diffusa
- Il coinvolgimento di tutte le funzioni è molto disomogeneo e le nuove funzioni della DT sono ancora presenti in poche realtà
- L'adozione di tecnologie trasformative sta accelerando in particolare su cloud, mobile e analytics ma esiste un gap di cultura a diversi livelli e di competenze che rallenta il processo di DT

Digital Transformation : quale strategia per l'execution

La Digital Transformation deve prevedere un approccio duale da realizzare insieme con roadmap congiunte per :

- 1) Riposizionare il “Legacy” : Business , Organizzazione/Processi e IT e adattare il core business alla realtà del mercato
- 2) Costruire il Futuro : disegnare il nuovo business che sarà la nuova fonte di crescita dell’azienda

Le sfida è far convivere i due processi di cambiamento, condividere i punti di forza e le “capabilities” necessarie sia interne che utilizzare quelle che il mercato può offrire con Partner di qualità



The Innovation Group

INTRODUZIONE AI DIGITAL TRANSFORMATION LAB

FORMAT : Scambio e confronto aperto di esperienze, valutazioni e Visioni per creare valore per i partecipanti

LAB 1



ENABLING CLOUD IN THE DIGITAL ENTERPRISE BUSINESS & IT AGILITY

Chairman Camilla Bellini e Roberto Masiero



I DISCUSSANT DEL LAB



CARLO BOZZOLI
Group CIO, Enel



MAURIZIO BRIOSCHI
Head of Digital Enterprise
Division,
CEFRIEL



GLORIA GAZZANO
CIO, Snam



**GIANLUCA
GIOVANNETTI**
Direttore
Organizzazione, IT
e Piani di
Trasformazione,
Amadori



LUCIANO GUGLIELMI
CIO, Gruppo Mondadori

QUALI TEMI VOGLIAMO ANDARE A TOCCARE



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

≈ 1h e 15 min



≈ 30 min

QUAL È IL RUOLO DEL CLOUD NELLA DIGITAL TRANSFORMATION?

QUAL È IL **MODELLO DI DELIVERY** PIÙ IDONEO ALLE ESIGENZE DELLE AZIENDE ITALIANE?

QUALI SONO LE PRINCIPALI SFIDE OPERATIVE CHE IL CLOUD PONE ALLE AZIENDE ITALIANE?

QUAL È IL RUOLO DELLE API NEL CLOUD ECOSYSTEM?

LAB 1 : CONCLUSIONI

Qual è il modello di delivery più idoneo alle esigenze delle aziende italiane?

Hybrid



Private



Public



In che modo le aziende stanno utilizzando il Cloud per guidare la trasformazione del business?

Per rendere più flessibile l'IT e abilitare la business agility



Per abilitare i processi di innovazione



Per abilitare in modo più efficiente la Mobile Workforce



LE SFIDE DEL CLOUD COMPUTING

- Coinvolgimento e commitment del Board
- Disponibilità di competenze e risorse digitali
- Ibridazione dei ruoli IT/ Business
- Velocità e rapidità («meglio prima che bene»)
- Cultura digitale in azienda
- Nuovo ruolo dell'IT come leva all'innovazione
- Customerizzazione vs standardizzazione
- Nuova struttura dei costi: commodizzare l'IT

LAB 2



THE EDGE OF THE DIGITAL ENTERPRISE: THE CENTER OF THE MOBILE CUSTOMER EXPERIENCE

Milano, Nhow Hotel

17 Marzo 2016



LAB2 – I TEMI CHE ANDREMO A TOCCARE



≈ 15 min



≈ 15 min



MOBILE TRANSFORMATION, COME STANNO RISONDENDO LE AZIENDE ITALIANE AL CAMBIAMENTO IN ATTO?

QUAL E' L'IMPATTO SUI BRAND DEL NUOVO **SCENARIO CONSUMER**? LA SFIDA ARRIVA OGGI DAI CLIENTI E DALLA NASCITA DI NUOVI MODELLI DIGITAL

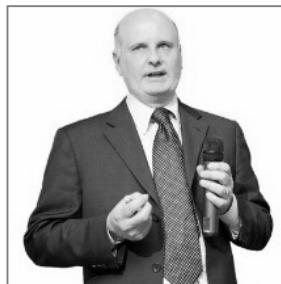
QUALI **ANALISI SONO FATTE** SUI CLIENTI?
QUALI SONO LE CRITICITA' DA CONSIDERARE?

QUALI I **NUOVI STRUMENTI** PER GESTIRE IL MOBILE CUSTOMER? QUALI OPPORTUNITA' NASCONO DAGLI SVILUPPI DIGITAL?

I DISCUSSANT DEL LAB2



FEDERICO CAPECI
Chief Digital Officer and
CEO Italy,
TNS



FEDERICO CAMICIOTTOLI
Director of Strategic Planning
& Business Innovation,
TREVALLI COOPERLAT



GIOVANNI NIERO
Digital Business
Technology
Manager,
ILLY CAFFÈ'



MASSIMO TESSITORE
Responsabile Direzione
Multicanalità Integrata,
INTESA SANPAOLO

LAB2 – RISULTATI EMERSI DALLA DISCUSSIONE /1

ASPETTI CRITICI DA TENERE IN CONSIDERAZIONE NELLO SVILUPPO DI APP MOBILE

- Interfaccia semplice, pochi passaggi, uso con 1 sola mano, preferibilmente il pollice
- Il cliente utilizza la APP nei tempi morti – valutare bene cosa significa
- Sviluppo della APP veloce – ma deve essere 100% funzionante
- Focalizzazione su poche funzioni, più APP Mobile collegate tra loro
- Multiplataforma
- Il download è virale se ... (identificare qualche motivo)
- Apertura a Open API sì – ma attenzione alla security
- iBeacon e context based marketing – sì, è il futuro
- Attenzione ad aspetti di integrazione verso i dati nel back end

RISULTATI DEI POLL ONLINE

Active poll

Votes: 0 2 3

Premi **Esc** per uscire dalla modalità a schermo intero

Nella vostra organizzazione, verso quale dei seguenti canali sta aumentando maggiormente nel 2016 il budget di marketing?

Mobile

43%

Social media

30%

Web content

13%

Search (SEM)

13%

Display Adv

0% 

Active poll

Votes: 0 1 9

Quali delle seguenti tecnologie impiegate (o state per utilizzare) per migliorare la Mobile Customer Experience?

App Mobile

63%

Sito web Mobile-responsive

58%

Invio messaggi mirati contextaware

53%

Location Analytics (analisi del traffico nello store ...)

32%

Realtà aumentata

16%

LAB2 – RISULTATI EMERSI DALLA DISCUSSIONE /2

QUALI ASPETTI ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE VANNO CONSIDERATI PER FAVORIRE IL SUCCESSO DELL'INIZIATIVA

- Chiara definizione degli obiettivi e di una strategia aziendale unitaria e omnicomprensiva
- Autonomia decisionale, ma con il commitment del Board
- Negoziazione con le altre parti dell'azienda per superare i conflitti (e possibili aspetti di *Disruption*) – sottolineando quali saranno i nuovi risultati per il business
- Collegamento con le altre aree del business
- Misurazione dei risultati, definizione di indicatori
- Introdurre per il futuro la capacità di catturare maggiori informazioni di contesto per focalizzarsi solo dove ci sono maggiori probabilità di successo, essere in grado di indirizzare le scelte

LAB2 – RISULTATI EMERSI DALLA DISCUSSIONE /3



LIMITI DELL'ATTUALE OFFERTA SU QUESTI TEMI

- I vendor propongono soluzioni specifiche per singoli ambiti, difficili da utilizzare perché il problema dell'azienda è più ampio
- Servirebbe alle aziende un fornitore con capacità di supporto completo (end-to-end) anche nella definizione di una business strategy complessiva
- La Customer Experience sta diventando il principale criterio di scelta del consumatore connesso – anche più importante del prezzo e del brand



the DIGITAL ENTERPRISE
FORUM

Strategie e tecnologie
per la trasformazione e innovazione digitale

Milano, 17 marzo 2016

Lab 3 : The Future of data analytics : data monetization ,big data &analytics and Cognitive Computing

Chairman : Ezio Viola



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT



LAB 3 – I TEMI CHE ANDREMO A TOCCARE



≈ 15 min

≈ 90'



Le opportunità offerte da Big Data & Analytics; qual'è il ruolo dei dati nel modello di business attuale e quale può essere l'impatto sulla creazione di valore dell'azienda ? Data Monetization : cosa significa e dove stanno le opportunità

Quali sono le sfide e rischi e devono essere affrontati e tenuti in considerazione per attuare una strategia corporate di analytics e big data ?

Come si costruisce L'Enterprise Data Engine : qual è il mix di tecnologie, skills e con quale modello operativo/organizzativo, Quali investimenti sono necessari ?

Da dove si parte per un big data analytics journey di successo ?) Quale advice per i business leader interessati alla DT con i big data



The Future of Data Monetization: from Big Data & Analytics to Cognitive Computing

DISCUSSANT



Roberto Monachino
Chief Data Officer,
Unicredit



Tommaso Pellizzari
Head of Data &
Analytics, UniCredit
Business Integrated
Solutions



Dario Pagani,
Executive Vice
President
Information &
Communication
Technology, ENI



Nicola Ronchetti,
Partner, GFK



Elena Rasa,
Group Chief
Data Officer,
**ASSICURAZIONI
GENERALI SPA**



Alessandro Zanotti, Executive
Director Digital,
**The Boston
Consulting Group**



The Innovation Group
Innovating business and organizations through ICT

LAB 3 : CONCLUSIONI

- Governance del dato /informazione è fondamentale; cultura e change management;
- Big Data e Analytics : maggiori opportunità su clienti e processi per nuovi servizi e prodotti
- Il funding non appare l'elemento più critico per investimenti se si dimostra il ROI e un modello di coinvolgimento delle funzione e i nuovi ruoli
- Trust & privacy non sono vincoli ma si possono gestire
- Cooperazione e condivisione attraverso ecosistemi da costruire è da perseguire in particolare per strategie di data monetization e targettizzazione; elemento da valutare la contestualizzazione (timing nell'utilizzo dell'informazione);
- Le tecnologie BIG DATA sono ritenute abbastanza mature ma inserite in un piano evolutivo sull'esistente;
- Competenze specialistiche (data scientist) da far crescere o reperire e i profili devono essere costruiti.



The Innovation Group

TIG Academy :

Knowledge Network e Thought Leadership per la cultura digitale del management

TIG ACADEMY : Che cosa è e obiettivi

TIG Academy realizza **“della formazione non tradizionale”** ed è in prospettiva un catalizzatore di KNOWLEDGE e THOUGHT LEADERSHIP per **lo sviluppo di competenze e della cultura per la trasformazione digitale nelle aziende**

TIG Academy non fa “corsi” ma **“eventi formativi”** come parte di “programmi di formazione” con le seguenti peculiarità :

- Approccio e taglio **“non accademico”** ma **“hands on aziendale”** con confronto di esperienze
- **Multidisciplinare e multiformato** : Seminari, Corsi, Workshop, webinar, video interviste etc
- Svolti con il contributo di analisti, consulenti, specialisti, manager, arricchito da testimonianze aziendali facendo leva sul network di esperti e manager che sono coinvolti anche negli eventi e programmi di TIG

Il Target : sono professionali e il management di aziende delle diverse funzioni che possono essere impattati e coinvolti nella trasformazione digitale per “essere protagonisti e non subirla”

TIG ACADEMY :

KNOWLEDGE E THOUGHT LEADERSHIP PER LA CULTURA DIGITALE

EDUCATION PER PROFESSIONAL e MANAGER PER ACCRESCERE NELLE AZIENDE L'INNOVAZIONE
E IL CAMBIAMENTO E ACCELERARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

PROGRAMMI
FORMATIVI

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE
NELLE AZIENDE E IL
CAMBIAMENTO DELLE FUNZIONI
E DEL LAVORO

**DIGITAL
LEADERSHIP: CAPIRE E GESTIRE
IL POTENZIALE DELLE
TECNOLOGIE DISRUPTIVE**

LA TRASFORMAZIONE E
INNOVAZIONE DIGITALE NEI
SETTORI di Mercato

CORSI, EVENTI,
WEBINAR

Smart HR e Smart Working

“Connecting the dots”: le
Tecnologie per la Digital
Trasformation

Banca e banking 2020
La banca digitale

Smart selling & Digital
Customer Service

Mobile e Customer
experience

Retailing 2020
The Digital in The Physical

IT & Digital Strategy

Big Data & Analytics

IoT & Digital Manufacturing

GESTIRE I NUOVI RISCHI CYBER DEL DIGITALE