

TENDENZE
BUSINESS APP

Il Laboratorio RISE dell'Università di Brescia e 4Words by Sanmarco Informatica hanno organizzato un incontro, presso l'Ateneo bresciano (nella foto), sul tema: "Business Apps, l'ERP in mobilità a supporto dei processi aziendali".

Le nuove tendenze e le riflessioni emerse in occasione di un evento organizzato dal Laboratorio RISE dell'Università di Brescia e 4Words by Sanmarco Informatica dimostrano come vi sia più competitività con l'impiego di App offline per i Digital Workers. I dati di tutte le più recenti indagini evidenziano l'importanza delle tecnologie mobile per l'innovazione in azienda, un mercato in continua crescita, che, nel 2019, avrà un valore di 5 miliardi di euro, con grandi vantaggi per l'efficienza aziendale: già oggi si stima un recupero di produttività per 10 miliardi di euro per le imprese italiane. A livello globale si prevede un impatto economico addirittura di 10.000 miliardi di dollari entro il 2025.

di Leo Castelli

Si sente spesso dire che le tecnologie mobile stanno cambiando il modo di fare impresa. Per capire però in quali direzioni si sta sviluppando questa evoluzione e definirne le reali potenzialità, il Laboratorio RISE (www.rise.it), Research & Innovation for Smart Enterprises, dell'Università di Brescia (www.unibs.it), e 4Words (www.4words.it) by Sanmarco Informatica (www.sanmarcoinformatica.it) hanno organizzato un incontro, presso l'Ateneo bresciano, sul tema "Business Apps, l'ERP in mobilità a supporto dei processi aziendali".

"Il tema è di grande attualità", ha sottolineato in apertura Andrea Bacchetti, ricercatore del Dipartimento di Ingegneria Industriale e Meccanica dell'Università di Brescia, "in quanto già oggi sono numerose le categorie di lavoratori che hanno di fatto cambiato il loro modo di lavorare per effetto delle tecnologie mobile. Non solo manager, ma anche tecnici della manutenzione, commerciali, autisti, perfino postini, camerieri e commessi. La verità è che stiamo assistendo a una commistione tra informazioni digitali e prodotti fisici, in parallelo all'integrazione sempre più stretta delle tecnologie digitali nei tradizionali processi industriali. E proprio questi due fattori, oggi, ci consentono di parlare di industria 4.0. Un'evoluzione che è allo stesso tempo artefice e conseguenza di un vero e proprio cambio di paradigma: mentre in passato, infatti, l'industria puntava su alti volumi ottenuti con pochi prodotti, oggi le aziende più competitive puntano a presidiare ogni nicchia di mercato o anche a preferenze individuali con tanti prodotti che, singolarmente, magari, presentano volumi ridotti, fattore che risulterebbe insostenibile senza le nuove tecnologie digitali".

Non a caso – secondo una recente indagine di McKinsey&Company – la mobilità è una delle 12 tecnologie

“*disruptive*” (letteralmente “dirompenti”, capaci di creare discontinuità) che permetteranno alla società e all’industria di fare un “salto quantico” nell’arco dei prossimi 10 anni.

I DATI DI MERCATO

Si calcola che nel 2025 saranno 4,3 miliardi le persone connesse, di cui un miliardo proprio per attività lavorative, con un impatto economico stimato tra i 3,7 mila e gli oltre 10 mila miliardi di dollari. Un potenziale innovativo nel quale anche le aziende italiane credono molto: il 67% lo ritiene elevato o molto elevato, secondo i dati presentati al “Mobile Summit 2015”. Tuttavia, l’effettiva implementazione è ancora limitata: solo il 31% delle aziende vi sta investendo in modo significativo. Insomma, c’è ancora ampio margine di crescita: secondo i dati 2016 dell’Osservatorio Mobile Enterprise del Politecnico di Milano, infatti, il mercato delle Business App a livello globale valeva 2,6 miliardi di dollari nel 2014, mentre quest’anno toccherà i 3,5, per arrivare ai 5 miliardi di dollari entro il 2019. Ma il valore economico delle tecnologie mobile non si misura solo in termini di fatturato: prendendo in esame l’Italia, infatti, il medesimo studio considera che già oggi esse consentano un recupero di produttività per un valore stimato in ben 10 miliardi di euro.

I PRINCIPALI BENEFICI

Con quali vantaggi? A questo interrogativo ha provato a rispondere uno studio di Vanson Bourne condotto su un campione di CEO di aziende italiane: in primis incrementare la soddisfazione dei clienti (30%), ma anche la produttività del personale (27%) e il loro grado di soddisfazione e fidelizzazione nei confronti dell’azienda (25%); non mancano, inoltre, altri benefici sul fronte della riduzione dei costi (23%), accelerazione dei tempi di immissione nel mercato di nuovi servizi (15%) e incremento del fatturato generato sui singoli clienti (14%).
La mobilità, secondo una recente indagine di McKinsey&Company, è una delle 12 tecnologie “disruptive” che permetteranno alla società e all’industria di fare un “salto quantico” nell’arco dei prossimi 10 anni.

LA MOBILITÀ IN SENSO OLISTICO

È ancora Andrea Bacchetti a sintetizzare quale potrebbe essere una strategia vincente di implementazione delle tecnologie mobile per le aziende: “Affinché i benefici siano completi, occorre definire e attuare una strategia di azione che parta dall’organizzazione aziendale. La mobilità va intesa in senso olistico, comprendendo applicazioni, contenuti, oggetti connessi. Occorre intraprendere un vero e proprio percorso di ‘mobilitazione’, essendo disposti anche a rivedere i propri processi interni ove sia necessario: un tema questo che si lega naturalmente a quello della revisione delle competenze e, in definitiva, a una modifica della mentalità”.

I FATTORI VINCENTI

4w ords, business unit di Sanmarco Informatica S.p.A., ha portato da parte sua la propria esperienza di realtà specializzata in servizi e applicativi evoluti di marketing digitale, dalla quale è emersa l’importanza di due aspetti decisivi, ai quali non sempre viene data la giusta attenzione: “Il primo è l’integrazione con il CRM aziendale”, spiega Attilio Salvaro, Direttore Commerciale di 4w ords, “perché solo così è possibile trarre il massimo dalle potenzialità della tecnologia mobile. Le nostre Business App, a seconda dei casi, possono inviare automaticamente al CRM aziendale ordini acquisiti, anche firmati digitalmente con valenza legale, o, ancora, possono collegarsi al database clienti, permettendo all’agente di avere un quadro completo dello storico del suo interlocutore, oppure possono attingere a spaccati tecnici. E questo non solo nel caso in cui l’azienda disponga del CRM Jgalileo, sviluppato da Sanmarco Informatica: le nostre Business App, infatti, sono progettate per dialogare con tutti i principali sistemi gestionali”.

“Altro grande tema è la connettività: un’App che funzioni solo online sarà per forza di cose costosa in termini di traffico dati, soprattutto nel caso in cui vi sia l’interscambio di file video o di corposa documentazione tecnica, e, comunque, limitante: basti pensare ai problemi di copertura di molte zone d’Italia. Ecco allora che le nostre Business App sono sviluppate per funzionare nativamente offline, salvo potersi connettere – magari dove si ha accesso alla rete w i f i – per scaricare gli aggiornamenti o inviare al CRM aziendale i dati relativi all’attività della giornata”, aggiunge Salvaro.

LE CASE HISTORY DI 4WORDS

Concetti questi ben testimoniati nel corso dell’evento tramite l’esposizione di alcuni casi aziendali d’eccellenza proposti da 4Words a chiusura dell’incontro: citiamo, in particolare, l’App sviluppata per Bizzotto S.p.A., con funzione di catalogo prodotti e raccolta degli ordini, e quella realizzata per Euronda S.p.A., a supporto dell’attività di assistenza ai clienti. Ma non mancano, come dimostrano, altri esempi evidenziati durante l’evento, tante altre possibilità, come, ad esempio, una Business App sviluppata per supportare l’attività di CRM.



