

Accenture Technology Vision 2015

L'Era del Digital Business: Ampliare i confini aziendali

High performance. Delivered.



EXECUTIVE SUMMARY



INTRODUZIONE

Negli ultimi anni molte aziende, come probabilmente la vostra, hanno focalizzato l'attenzione sulle possibilità di sfruttare le tecnologie cosiddette SMAC (Social, Mobile, Analytics e Cloud) per trasformare l'azienda in un digital business.

Oggi la sfida è un'altra: come sfruttare il vantaggio digitale?



La domanda è tutt'altro che scontata. La trasformazione in azienda digitale, infatti, è un processo molto impegnativo. Il report *Accenture Technology Vision* di due anni fa aveva previsto che la trasformazione del business in chiave digitale sarebbe diventata una necessità per tutte le aziende. Abbiamo visto la tecnologia iniziare ad affermarsi come motore primario di redditività e differenziazione sul mercato in ogni settore.

L'anno scorso Accenture ha evidenziato come le aziende leader di settore abbiano iniziato questa trasformazione, reinventando le loro aziende per l'era digitale. Nel report *Accenture Technology Vision 2014* avevamo dichiarato che presto sarebbe arrivato il momento delle grandi aziende. Avevamo evidenziato che per le grandi aziende, spesso già consolidate, sarebbe stato naturale iniziare a utilizzare la tecnologia non soltanto come modo per migliorare i processi interni ma anche come motore per la crescita. Avevamo predetto che questi protagonisti della nuova élite tecnologica – dotati di ingenti risorse, di una mole considerevole e di disciplina nei processi – stavano per riscrivere buona parte delle regole del gioco digitale.

Oggi assistiamo alle prime manifestazioni di queste previsioni, messe in atto da aziende pionieristiche. Si tratta però di qualcosa di più che una semplice esibizione di forza digitale. Queste aziende leader, infatti, stanno trasformando profondamente il modo di considerare il proprio business, per gestire rapidamente la transizione dal concetto di "Me" a quello di "We". Stanno allargando i loro confini aziendali, sfruttando un ampio ventaglio di altri business digitali, clienti digitali e perfino oggetti digitali ai margini del loro network. I leader che vogliono guidare il cambiamento stanno approfittando di questo ecosistema digitale più ampio per scommettere in grande. Queste aziende all'avanguardia puntano a plasmare interi mercati e a cambiare il nostro modo di lavorare e di vivere.

Avere successo nella "We Economy"

Nell'era digitale scommettere in grande è non solo possibile, ma sempre più indispensabile. L'IoT sta diventando una forza capace di innescare innovazione e nuove opportunità, trasferendo nell'universo digitale oggetti, consumatori e attività. Allo stesso tempo le aziende leader operano cambiamenti analoghi al loro interno, digitalizzando tutti i processi, prodotti e servizi, nonché la gestione dei dipendenti.

In termini aggregati, le imprese si ritrovano interconnesse in un tessuto digitale che ha il potenziale per toccare ogni aspetto del business, le relazioni con i clienti e l'intero ecosistema. Questo tessuto ha già fornito alle imprese la capacità di connettersi e ingrandirsi con modalità che non hanno precedenti. Le aziende gestiscono regolarmente centinaia di processi aziendali, migliaia di dipendenti e milioni di consumatori. Molte tra le più grandi aziende hanno raggiunto ormai dimensioni tali da toccare le vite di miliardi di persone.

Tuttavia le aziende stanno diventando sempre più consapevoli che questi legami non sono circoscritti soltanto ai loro dipendenti e clienti. Esse, infatti, hanno il potenziale di inserirsi in una rete globale formata da altri business, individui e oggetti provenienti da ogni settore di mercato a livello globale.

Il potere di trasformazione insito in questa imponente rete di connessioni apre una nuova epoca nell'era digitale: quella degli "ecosistemi digitali".

Le aziende più all'avanguardia hanno già scoperto cosa significa entrare in un ecosistema digitale. Si sono rese conto di avere, in questi tempi dominati dal digitale e dall'iperconnessione, una capacità d'azione che va ben oltre la trasformazione in azienda digitale. Continuando a padroneggiare al loro interno le tecnologie digitali, le aziende sono destinate a raggiungere enormi efficienze.

Quelle più lungimiranti, tuttavia, comprendono che se ogni azienda diventa digitale, tutte insieme possono influenzare il cambiamento su una scala molto più vasta. Collaborando, le aziende possono plasmare le esperienze – e i risultati – in modi che non erano mai stati possibili prima d'ora.

Un aspetto, questo, che si evidenzia nella rapida crescita dell'Industrial IoT. Qui le aziende sfruttano le connessioni per offrire nuovi servizi, rimodellare le esperienze e penetrare nuovi mercati creando ecosistemi digitali. La catena Home Depot, per esempio, mira a modificare lo stile di vita delle persone attraverso il mercato emergente della domotica. Questa azienda sta collaborando con i produttori per fare in modo che tutti gli elettrodomestici che vende siano connessi e compatibili con il sistema di domotica Wink, creando in tal modo un proprio ecosistema domestico connesso e sviluppando una vasta gamma di servizi facili da installare.

Un approccio analogo è quello adottato da Philips. La sua divisione Healthcare oggi non si limita più a produrre apparecchi medicali. Philips collabora con Salesforce per realizzare una piattaforma che punta a modificare e ottimizzare le modalità di fornitura di servizi sanitari. Tale piattaforma creerà un ecosistema di sviluppatori di applicazioni dedicate all'assistenza sanitaria per consentire la collaborazione e il passaggio di informazioni tra medici e pazienti, coprendo l'intero spettro delle prestazioni sanitarie, dall'autogestione delle cure e la prevenzione fino alla diagnostica e la terapia, per arrivare alla guarigione e al benessere.

Philips considera l'integrazione di dati provenienti da molteplici fonti in tutto il mondo come un'enorme opportunità per migliorare la salute dei pazienti, potenziando le capacità decisionali dei medici e aumentando al tempo stesso il coinvolgimento attivo dei pazienti nel proprio iter terapeutico. L'ecosistema progettato da Philips per raggiungere questi notevoli risultati è vasto: cartelle cliniche elettroniche, informazioni diagnostiche e indicazioni terapeutiche acquisite mediante le apparecchiature Philips di diagnostica per immagini e di monitoraggio, nonché attraverso tecnologie e dispositivi personali come HealthKit di Apple.

Fiat ha individuato nelle automobili connesse la sua nuova opportunità di crescita all'interno del settore automotive. In partnership con aziende quali TomTom, Reuters, Facebook e Tuneln, Fiat sta realizzando la piattaforma proprietaria Uconnect. Sarà integrata a bordo dei veicoli del Gruppo Fiat-Chrysler per fornire agli automobilisti funzionalità di comunicazione, intrattenimento e navigazione che li aiuteranno a rimanere concentrati sulla guida.

Home Depot, Philips, Fiat e molte altre aziende stanno scommettendo in grande su opportunità che hanno il potenziale di generare enormi cambiamenti su scala globale. Sfruttando gli ecosistemi digitali, queste aziende hanno la possibilità di concretizzare ambizioni che superano di gran lunga quelle di un singolo business o settore industriale.

Queste aziende hanno capito che è possibile fare la differenza – e aumentare gli utili – operando come un ecosistema invece che come singole entità aziendali. Padroneggiando la transizione da "Me" a "We," queste aziende leader stanno dando forma a una nuova economia: la "We Economy."

Qualsiasi azienda può ora accettare e affrontare sfide che prima erano ben al di là della sua portata: l'opportunità di contribuire a progettare e realizzare le immense Smart City del futuro, la possibilità di ripensare radicalmente modalità di trasporto ormai obsolete, una soluzione per migliorare la qualità dei servizi sanitari con un approccio olistico multisettoriale, dagli ospedali alle assicurazioni e all'abbigliamento specifico. Sono opportunità "epiche" come queste che entusiasmano i clienti, ispirano i dipendenti, galvanizzano i fornitori di lunga data e offrono agli investitori grandi opportunità di ritorno economico.

I nuovi protagonisti saranno coloro che sapranno posizionarsi, come direttori d'orchestra, al centro di questi ecosistemi digitali. Questi leader impareranno in fretta a gestire al meglio nuove relazioni digitali con i loro clienti, utenti finali, fornitori, partner, sviluppatori, fornitori di dati, produttori di dispositivi intelligenti e fonti di talenti specializzati. Tutti condivideranno gli stessi obiettivi: coltivare nuovi mercati e far crescere il proprio business.

Non sarà facile, ma si tratta di un impegno che, potenzialmente, può generare ritorni formidabili. La nuova era dell'ecosistema digitale non implica soltanto il cambiamento della singola azienda, ma coinvolge e plasma interi mercati. Ogni impresa sarà artefice del proprio destino: è un'opportunità che nessuno può permettersi di perdere.

I trend di Tech Vision 2015: identikit dei leader digitali di domani

La tecnologia avanza a ritmo forsennato. Il Social, il Mobile, gli Analytics, il Cloud, e sempre di più l'IoT sono diventati le forze trainanti responsabili della rapida evoluzione dei digital business. Il report *Accenture Technology Vision* di quest'anno individua cinque tendenze emergenti che riflettono i cambiamenti emersi tra i leader digitali di domani.

The Internet of Me: il nostro mondo, altamente personalizzato.

Gli oggetti di uso quotidiano sono sempre più collegati a Internet, e con essi le esperienze degli utenti. Si sta così creando una enorme varietà di canali digitali in grado di toccare da vicino ogni aspetto della vita delle persone. Le aziende più lungimiranti stanno modificando il loro approccio allo sviluppo di nuove applicazioni, prodotti e servizi. Per assumere il controllo di questi punti d'accesso, creano esperienze altamente personalizzate che coinvolgono ed entusiasmano i consumatori, senza tradirne la fiducia. Le aziende che avranno successo in questa nuova "Internet of Me" sono destinate a far parte della prossima generazione di leader di mercato.

Outcome Economy: risultati concreti grazie all'hardware.

L'hardware intelligente sta colmando l'ultimo divario esistente tra l'impresa digitale e il mondo

fisico. Accostandosi all'IoT, le aziende leader scoprono nuove opportunità di incorporare dispositivi e sensori nei loro strumenti digitali. Esse utilizzano queste componenti altamente interconnesse per dare al consumatore ciò che realmente desidera: non prodotti o servizi in più, ma risultati più significativi. Questi "digital disruptor" hanno capito che il futuro non appartiene più a chi vende oggetti, ma a chi vende risultati. Siamo entrati nell'"outcome economy", l'economia dei risultati.

The Platform (R)evolution: definire gli ecosistemi per ridefinire i settori di mercato.

Tra le aziende Global 2000, le piattaforme e gli ecosistemi digitali alimentano la nuova ondata d'innovazione e di crescita. Le aziende che utilizzano piattaforme digitali stanno cogliendo più opportunità di crescita e di redditività tra quelle offerte dall'economia digitale. Rapidi progressi nel Cloud e nella Mobility non solo stanno eliminando le barriere tecnologiche e di costo associate a queste piattaforme, ma stanno anche aprendo il campo a nuovi attori provenienti da altri settori di mercato e aree geografiche. In breve: gli ecosistemi "platform-based" sono il nuovo terreno su cui si gioca la competizione.

Intelligent Enterprise: enormi quantità di dati e sistemi più intelligenti migliorano il business.

Un più alto livello di eccellenza operativa e la prossima generazione di servizi software emergeranno dai recenti progressi della software intelligence. Finora, software sempre più potente è stato utilizzato per aiutare le persone a decidere meglio e più velocemente, ma con l'avvento dei Big Data – e con i progressi della potenza di elaborazione, della data science e della tecnologia cognitiva – il software intelligente aiuta le macchine a prendere più decisioni, ancora più consapevoli.

Oggi è indispensabile che i business leader e i leader tecnologici vedano la software intelligence non più come progetto pilota o una tantum, ma come funzionalità integrata a tutti i livelli, che sarà in grado di spostare le frontiere dell'evoluzione e della scoperta, diffondendo l'innovazione a tutti i livelli dell'azienda.

Workforce Reimagined: collaborazione all'intersezione tra uomo e macchina.

La spinta verso il digitale amplifica la necessità di una maggiore collaborazione tra uomini e macchine. I progressi delle interfacce naturali, dei dispositivi da indossare e delle macchine intelligenti offrono alle imprese nuove opportunità di migliorare il lavoro dei propri dipendenti attraverso la tecnologia. Da ciò deriveranno anche maggiori complessità nella gestione di una forza lavoro collaborativa composta da persone e da macchine. Le imprese di successo saranno quelle che meglio sapranno riconoscere i benefici della collaborazione tra talento umano e tecnologia intelligente e sapranno gestirli come elementi critici del nuovo modello di workforce.

Complessivamente, queste tendenze rappresentano l'espressione più avanzata della vision di Accenture secondo cui "ogni business è digitale". Esse vanno inoltre ad aggiungersi alla prospettiva pluriennale di Accenture sui grandi cambiamenti tecnologici a livello globale, destinati a incidere sulle strategie e sulle priorità operative delle imprese di tutto il mondo.

Storicamente, le tendenze individuate in ciascuna edizione annuale del report *Accenture Technology Vision* portano alla luce l'evoluzione di una tecnologia chiave. Alcune di queste tecnologie hanno già assunto un ruolo centrale nella sperimentazione digitale di numerose aziende leader. Viste nell'insieme, queste tendenze rappresentano un importante elemento di cambiamento nelle considerazioni che ogni impresa è tenuta a fare nel pianificare il proprio successo per gli anni a venire. Da queste ricche prospettive i leader di ciascun settore possono trarre intuizioni e ispirazioni utili per valutare quale potrà essere il futuro della loro impresa con l'aiuto delle tecnologie digitali.

APPROFONDIMENTI

Per completare il quadro

Come trait d'union delle tendenze sin qui delineate, la "We Economy" esigerà un approccio molto diverso allo sviluppo delle applicazioni, un approccio che sia liquido, intelligente e connesso. Le applicazioni del futuro dovranno essere più agili. Le aziende che inizieranno a reinventarsi sin d'ora trarranno vantaggio da applicazioni in grado di adattarsi al passo del business, gestire le crescenti complessità e dar vita ad ambienti di lavoro in cui l'interconnessione giocherà un ruolo sempre maggiore. Questo nuovo approccio è descritto nello studio *Accenture Future of Applications*.

Il report *Accenture Technology Vision 2015* offre un'analisi delle principali tendenze tecnologiche da qui a tre anni. Ogni anno individuiamo le ultime tendenze, ma è importante riconoscere che ognuna di esse rappresenta solo una parte del quadro complessivo. Nel portare avanti il loro percorso di trasformazione digitale, le imprese dovranno non soltanto tenersi al passo con il progresso tecnologico, ma anche continuare a lavorare per gestire al meglio le tecnologie già mature. Tali tecnologie stanno infatti rapidamente diventando i pilastri sui quali le imprese dovranno fondare il loro business della prossima generazione, nonché i catalizzatori di molte delle tendenze che abbiamo analizzato quest'anno. Per consultare la documentazione relativa all'intera serie di trend, visitate il sito www.accenture.com/technologyvision.

CONCLUSIONI

Diventare un'azienda digitale oggi non significa più soltanto incorporare le tecnologie digitali nella propria organizzazione, ma sfruttarle per inserirsi nel più vasto tessuto digitale che si estende fino ai clienti, ai partner, ai dipendenti e ai settori di mercato.

La novità è che queste azioni non sono dirette verso l'interno, ossia verso il miglioramento dell'operatività e delle procedure aziendali. Al contrario, le imprese allargano i propri confini per sfruttare i benefici di un ecosistema più ampio di business digitali, e così facendo plasmano la prossima generazione di prodotti, servizi e modelli imprenditoriali.

I protagonisti del panorama digitale pensano in grande e si pongono domande complesse: come vendere polizze assicurative nell'era delle auto che si guidano da sole? Dobbiamo vendere servizi, come la fornitura elettrica, oppure risultati, come il calore e il comfort? Dobbiamo produrre e vendere televisori, oppure creare hub per case intelligenti? In che modo possiamo contribuire a costruire le megalopoli intelligenti del futuro? Cosa possiamo fare per risolvere l'incombente crisi alimentare mondiale?

Le aziende leader hanno ormai superato l'idea di utilizzare la tecnologia soltanto per trasformare se stesse in chiave digitale. Stanno invece riflettendo su come combinare le proprie competenze con la forza della tecnologia digitale per rimodellare i loro mercati di riferimento e ridefinire il loro ruolo nella "We Economy".

Le domande da porre ai dirigenti delle imprese tradizionali oggi sono le seguenti: in che modo la vostra organizzazione eserciterà il proprio vantaggio digitale? Cosa farà la vostra azienda per crescere, espandersi e accettare sfide più complesse? E infine: quale sarà il nostro futuro come imprese interconnesse all'interno della "We Economy"?

CONTATTI

Per maggiori informazioni:

Paul Daugherty

Chief Technology Officer

paul.r.daugherty@accenture.com

Prith Banerjee

Managing Director, Accenture Technology R&D

prithviraj.banerjee@accenture.com

Michael J. Biltz

Managing Director, Accenture Technology Vision

michael.j.biltz@accenture.com

accenture.com/technologyvision

Chi siamo

Accenture è un'azienda globale di consulenza direzionale, servizi tecnologici e outsourcing che conta circa 323.000 professionisti in oltre 120 paesi del mondo. Combinando un'esperienza unica, competenze in tutti i settori di mercato e nelle funzioni di business e grazie a un'ampia attività di ricerca sulle aziende di maggior successo al mondo, Accenture collabora con i suoi clienti, aziende e pubbliche amministrazioni, per aiutarli a raggiungere alte performance. A livello globale, i ricavi netti per l'anno fiscale conclusosi il 31 agosto 2014 ammontano a 30 miliardi di dollari. La home page di Accenture è www.accenture.it

Copyright © 2015 Accenture
Tutti i diritti riservati.

Accenture, its logo, and High Performance Delivered are trademarks of Accenture.

14-6367U/9-8922



1 2 4 6 0 0 8 5