

## La gestione delle imprese

Il Politecnico di Milano prevede un incremento degli investimenti Ict del 2,6% nel 2019  
Il 39% delle imprese aumenterà il budget: priorità anche alla dematerializzazione dei documenti

### Il mercato italiano.

Idc stima una crescita media annua del 6% per l'Erp e dell'8% per il Crm  
Il cloud entro il 2022 supererà il tetto di un miliardo di euro (+21% annuo)

# Big data e algoritmi spingono i software

Andrea Biondi

eri contact center e anche piattaforme tecnologiche per la gestione dei dati e informazioni sui clienti. Oggi ci sono le app, la multicanalità, i chatbot nella gestione dei servizi. Crm (Customer relationship management) ed Erp (Enterprise resource planning) nell'era dell'intelligenza artificiale, con algoritmi a farla da padrone e la declinazione pratica in quei chatbot o voicebot utilizzati per comprendere meglio i propri clienti e dar vita a strategie business centric.

La trasformazione digitale delle imprese - che i numeri di varia fonte danno in crescita ma, allo stesso tempo, con ancora grandi margini di miglioramento - vede nell'intelligenza artificiale un driver che sta spingendo in alto i numeri. E i Crm, per la gestione dei clienti, come gli Erp, sistemi e i pacchetti software per gestire le attività quotidiane del proprio business, stanno rappresentando sempre di più i banchi di prova di un fu-

### Corso (Polimi): le risorse da sole non bastano, occorre investire per migliorare la cultura delle imprese

turo in cui la categorizzazione del flusso crescente di segnali e dati è diventato un'esigenza non più differibile.

«L'intelligenza artificiale è una delle speranze nell'attività delle imprese che si stanno lanciando in varie sperimentazioni in questo senso», dice Mariano Corso, responsabile scientifico dell'Osservatorio Digital Transformation Academy del Politecnico di Milano. Tuttavia, aggiunge, «pur aumentando progetti, iniziative e investimenti, in realtà molto spesso c'è ancora un approccio acritico e magico all'uso di questi strumenti, come se il solo fatto di investire potesse creare innovazione e risolvere i problemi di competitività». Invece non basta, aggiunge Corso, indicando in due elementi che rappresentano le basi per il successo dei progetti di trasformazione digitale: «Il ripensamento, la revisione dei processi e dell'organizzazione del lavoro da un lato e il coinvolgimento e l'investimento in competenze delle persone dall'altro».

Sembrano ovvietà, ma invece spesso - in due casi su tre, obietta il responsabile scientifico dell'Osservatorio Digital Transformation Academy del Politecnico di Milano - falliscono perché non si tiene in conto l'esigenza vera, che è quella di investire in questo tipo di cultura». I vendor, nel cui novero entrano tante realtà di cui non sarebbe opportu-

no fare un unico fascio, «hanno comunque responsabilità nella diffusione di questo approccio che ho definito magico. Ma sempre di più si sta cercando di fare qualcosa».

I numeri, nel frattempo, dicono che il solco è tracciato e che basta solo riempirlo con le giuste sementi. Per il terzo anno consecutivo, spiegano i numeri degli Osservatori Digital Transformation Academy e Startup Intelligence della School of Management del Politecnico di Milano, in collaborazione con PoliHub, crescono gli investimenti delle imprese italiane per l'innovazione digitale. Nel 2019 è previsto un incremento medio del 2,6% del budget Ict, in crescita nel 39% delle imprese, con investimenti concentrati in particolare nella dematerializzazione dei documenti, nei Big Data Analytics e nei sistemi Erp.

Idc, società specializzata nelle ricerche di mercato, consulenza ed eventi in ambito Ite e innovazione digitale, posiziona le applicazioni business tra le principali aree di investimento per le medie e grandi aziende italiane e stima un tasso di crescita medio annuo del 21% per il mercato italiano sia dell'Erp su cloud, sia del Crm su cloud, che insieme supereranno un valore di 1 miliardo di euro entro il 2022. Un'evoluzione, questa, guidata in primis proprio dall'Intelligenza Artificiale, funzionale alle due principali priorità di business: la customer experience e l'ottimizzazione delle performance.

Il mercato Erp e Crm sta evolvendo con ritmi dinamici, complice l'affermarsi del cloud entrato nei principali applicativi di business. In uno scenario in cui la Customer Experience rappresenta la prima priorità tra le aziende europee (46%) ma anche italiane (41%), il ruolo del Crm diventa sempre più strategico e in effetti Idc stima una crescita annua media del mercato italiano del Crm dell'8%, con valori in salita dai 379 milioni del 2018 ai 516 del 2022. Anche il mercato italiano degli Erp è in crescita visto che Idc stima un incremento annuo medio del 6%, dagli oltre 1,690 miliardi di euro nel 2018 agli oltre 2,135 miliardi di euro nel 2022. Anche in questo caso è la componente cloud a guidare, passando da 321 milioni di euro nel 2018 a 681 milioni di euro nel 2022, con un tasso annuo di crescita composto del 20,7%. E comunque non è solo il futuro ad essere roseo per il mercato nostrano degli Erp e del Crm, ma anche l'immediato presente: Idc riconosce le cosiddette "applicazioni di core business", che includono proprio Sistemi Gestionali e Crm, come le principali aree di investimento nel 2019 per le medie (34%) e grandi aziende italiane (28%), con un'urgenza simile al tema della sicurezza It (medie 29%; grandi 35%).

### Scenario Ict in Italia

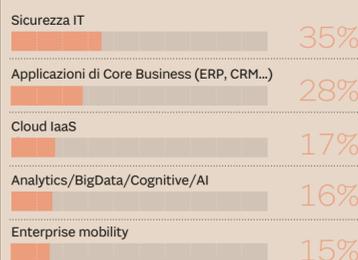
#### PRINCIPALI AMBITI DI INVESTIMENTO DELLE IMPRESE ITALIANE

Dati 2019

##### Medie imprese



##### Grandi imprese



Fonte: IDC Survey per Assintel Report 2019

#### TREND DEL MERCATO ERP

Dati in milioni di euro

ON-PREMISE PUBLIC CLOUD SERVICES



Fonte: IDC Software Tracker, 2019

#### TREND DEL MERCATO CRM

Dati in milioni di euro

ON-PREMISE PUBLIC CLOUD SERVICES



Fonte: IDC Software Tracker, 2019

35%

### LA SICUREZZA DELLE IMPRESE

Il 35 per cento delle grandi imprese deve affrontare con urgenza il tema della sicurezza It. Per le medie aziende la quota è del 29 per cento

## I casi Alpitour, Eni gas e luce, Poste italiane, Prénatal

# Da Microsoft soluzioni su misura per la trasformazione

«Tutto il mercato delle business application, sia quello più tradizionale degli Erp, sia quello più nuovo dei Crm è in miglioramento. E parliamo di crescita significative in un mercato non piccolo, ma già consistente».

Per Silvia Candiani, amministratore delegato di Microsoft Italia, quello che si propone in questo momento è uno scenario del tutto favorevole alla trasformazione digitale delle imprese, ma con un corollario niente affatto trascurabile: «C'è un problema grande, quello delle competenze. Circa il 30% delle aziende ha indicato come priorità per il prossimo anno quella di intervenire sulla trasformazione digitale grazie alle business application».

Per guidare questo processo di trasformazione digitale del Paese e colmare la necessità di formazione tecnica Microsoft punta a formare 2mila persone qualificate ed esperti di sistemi gestionali e Crm nel prossimo biennio e ha

presentato tre nuovi percorsi tra academy e master. Del resto, la stima del valore stesso che il mercato degli Erp e Crm su cloud raggiungerà entro tre anni (un miliardo di euro) è per Silvia Candiani, «l'esempio dell'esigenza di digitalizzazione end-to-end per rendere i servizi più innovativi e intelligenti».

In un white paper dal titolo «La trasformazione digitale e le piattaforme core business: il futuro del Crm e dell'Erp», Idc ha segnalato quattro casi di imprese che hanno mirato alla trasformazione digitale. Il criterio che li accomuna è l'utilizzo di prodotti Microsoft, fra cui Dynamics 365, che unisce Crm ed Erp. Alpitour, Eni gas e luce, Prénatal e Poste Italiane sono gli esempi citati da Idc, secondo la società di ricerche, tutti e quattro presentano tratti ricorrenti.

Il primo, spiega Idc, è la particolare attenzione che viene prestata dalle imprese al cambiamento. Il secondo tratto comune è il nuovo ruolo, sempre più attivo e imprenditoriale, che il diparti-



**Manager.** Silvia Candiani (ad Microsoft Italia): tutto il mercato è in crescita significativa: il 40% delle imprese ritiene prioritaria la trasformazione digitale ma c'è un problema di formazione delle competenze

mento It sta cercando di assumere nei confronti della Line-of-Business: l'it tende a proporsi come vero e proprio partner, capace di interpretare in modo più efficace i requisiti richiesti dal mercato, riducendo il time-to-market, adottando modalità di produzione più agili e collaborative. Il terzo tratto comune, sottolinea Idc, è specifico della relazione che il colosso di Redmond ha costruito con i propri clienti. «Il riferimento - si legge - è alla capacità del partner tecnologico di ascoltare i suggerimenti e le indicazioni non solo tecnici e progettuali, ma anche strategici, che arrivano dai clienti, forgiando in taluni casi una relazione di co-design. Questo aspetto specifico è un passo oltre l'impegno al raggiungimento di determinati risultati di progetto: non si tratta soltanto di riscrivere i Kpi (Key Performance Indicator) in una prospettiva di business, occorre anche che il Software Vendor sappia riconcepire il proprio ruolo, da puro e semplice fornitore».

E così, ad esempio, Eni Gas e luce ha puntato su due leve: un'architettura flessibile e aperta per poter integrare componenti di business e soluzioni di terzi in linea con le esigenze di crescita e una piattaforma in grado di valorizzare la relazione e la comunicazione con il cliente. Con Dynamics 365, Eni gas e luce prevede di gestire le attività di tutte le linee di business tramite un'unica piattaforma e di ridisegnare completamente la customer experience.

Per Poste italiane, l'esigenza di trasformazione digitale si chiama Deliver 2022, il progetto con il quale il gruppo vuol fare il suo balzo in avanti nell'evoluzione dei servizi alla clientela. La piattaforma di Microsoft ha fatto dunque il suo ingresso nel gruppo che però, per dirla con le parole di Idc, «sta già guardando con interesse anche all'Intelligenza Artificiale, su cui sta già lavorando in collaborazione con Microsoft allo sviluppo di un chatbot come ulteriore canale di comunicazione con la cliente-

la, per rispondere alle richieste in modo più efficiente e puntuale».

Altro caso è quello di Prénatal Retail Group dove, per cogliere il meglio dalla sinergia dei quattro brand (Prénatal, Toys Center, Bimbo Store e King Jouet) il gruppo ha scelto di unificare la gestione di processi, prodotti e relazione con i clienti, puntando su un'unica piattaforma gestionale. Qui il lavoro oltre a Microsoft vede coinvolta Capgemini.

Infine il caso Alpitour. Un ulteriore esempio, lo definisce Idc, di come la pressione della diversificazione molto spesso conduca a esigenze di sostanziale rinnovamento delle infrastrutture digitali. «Un aspetto che merita di essere evidenziato - si legge nel white paper Idc - è la capacità di sviluppare una qualità della relazione che oltrepassi il tradizionale confine tra cliente e fornitore». Qui Microsoft ha saputo conquistarsi la fiducia di Alpitour.

—A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Le competenze

Mix di tecnica e strategia: ecco l'identikit del consulente

Francesca Barbieri

«aureandi e neolaureati in ingegneria gestionale o informatica, discipline economiche, matematica e fisica. Con una buona conoscenza dei linguaggi di programmazione e dell'inglese, capacità di analisi e doti di problem solving».

È questo l'identikit del consulente Erp 4.0, chiamato a implementare il software di gestione che integra tutti i processi di business rilevanti di un'azienda (acquisti, gestione magazzino, contabilità, vendite e così via).

Sempre di più le aziende cercano figure professionali che oltre alle capacità tecniche e di programmazione siano in grado di svolgere una funzione predittiva, cioè far emergere le dinamiche e i bisogni del mercato dalle loro analisi. «Questa tendenza è in linea con quella dei Big Data - spiegano dall'agenzia per il lavoro Manpower - : chi per primo accede a informazioni strategiche sull'evoluzione del mercato e delle esigenze dei consumatori acquisisce una importante posizione di vantaggio competitivo che ricade direttamente sul business».

Per questo agli analisti funzionali e ai programmatori è richiesto di supportare il business con soluzioni di analisi di dati complesse per aiutare l'azienda ad avere una "visione" proiettata al futuro.

Manpower segnala che le posizioni aperte in questo ambito sono in aumento, con centinaia di figure richieste, tant'è che sono numerosi i corsi di formazione realizzati in partnership con le aziende del settore da Experis Academy, training center di ManpowerGroup.

Da Monster.it, portale specializzato nel recruiting online, si segnalano circa 400 annunci aperti per esperti Erp e 300 sul versante Crm (Customer Relationship Management, la gestione dei rapporti con i clienti).

«L'innovazione tecnologica - sottolinea Giovanni Tacchinardi, senior business manager di Modis, società di consulenza per l'Ict, l'engineering e il life science del gruppo Adecco - richiede competenze verticali in termini di analytics e machine learning. Oggi le aziende ricercano sempre più professionisti capaci di organizzare, analizzare e presentare dati, utilizzando al meglio le nuove tecnologie».

Del resto, già nel 2017 le imprese italiane hanno richiesto competenze 4.0 per un'assunzione su tre. E per migliorare le conoscenze dei dipendenti, il 30% delle aziende ha già avviato (o intende avviare) corsi di formazione ad alto tasso di tecnologia, secondo i dati rilevati dal sistema Excelsior di Unioncamere.

Nei corsi di formazione sono impegnate anche università e business school. Sda Bocconi, ad esempio, dal 2017 organizza un programma, nato dall'accordo con Microsoft, per trasformare neolaureati triennali e magistrali in consulenti capaci di gestire progetti di implementazione di sistemi informativi Erp.

«Selezioniamo neolaureati in economia, informatica e ingegneria - spiega Severino Meregalli, direttore scientifico del programma - che potranno frequentare un corso per diventare consulenti nel mondo delle soluzioni Erp, con sbocco assicurato nelle aziende partner». Si tratta di Alterna, Avana, Cluster Reply e Mht del Gruppo Engineering. Oltre ai talenti freschi di università, ci sarà spazio anche per una versione "senior" del programma: Mda Professional, un modulo dedicato ai professionisti che vogliono specializzarsi sui software aziendali in accordo con i propri datori di lavoro.

Secondo il sistema Excelsior di Unioncamere il 30% delle aziende ha già avviato corsi di formazione ad hoc

## 2mila

### IL NODO DELLA FORMAZIONE

Numero di esperti di sistemi gestionali e Crm che Microsoft Italia formerà nel prossimo biennio

© RIPRODUZIONE RISERVATA