

Una ricerca Avanade: Le aziende che hanno attivato progetti di trasformazione digitale prevedono un ROI del 17% nei prossimi 12 mesi

La digital transformation appare centrale per lo sviluppo del business, ma quasi la metà dei decision maker coinvolti nel sondaggio avverte segnali di "digital fatigue" nei processi di implementazione delle strategie legate al digitale

Milano, 14 ottobre 2019 – I decisori aziendali prevedono di raggiungere **un ritorno sull'investimento (ROI) del 17%** (15,3% secondo il campione di aziende italiane intervistate) **nei prossimi 12 mesi grazie all'implementazione di progetti legati alla trasformazione digitale**, questo uno dei dati più rilevanti emerso da una nuova [ricerca](#)¹ condotta da [Avanade](#), il principale innovatore digitale nell'ecosistema Microsoft. Il rapporto, realizzato da Vanson Bourne su un campione internazionale di 1.150 decisori aziendali, di cui 75 italiani, **fornisce indicazioni sui potenziali impatti della trasformazione digitale** e sulle principali aree di interazione in questo ambito, tra cui intelligenza artificiale, strategia, efficienza, esperienza cliente e innovazione.

*«Quello che emerge con chiarezza dal nostro studio è che il successo delle aziende nell'era digitale sarà determinato da tre fattori fondamentali: l'innovazione, da perseguire con l'acquisizione di competenze e l'integrazione delle tecnologie; l'esperienza, offerta ai clienti finali ma anche ai dipendenti; e infine l'efficienza, che si ottiene sfruttando l'automazione per snellire i processi operativi e focalizzare le risorse sui processi a valore aggiunto, " **sottolinea Emiliano Rantucci, General Manager di Avanade Italy.** "C'è però bisogno anche di più trasversalità e diversità, di una presa di coscienza totale dello sviluppo dei processi di trasformazione digitale, e di un approccio manageriale diverso, meno esecutivo e più coinvolgente».*

I principali dati emersi dalla ricerca:

- **Il 92% dei manager intervistati ha citato la trasformazione digitale dei sistemi e dei processi aziendali come la principale priorità aziendale** e ben il **96%** (99% in Italia) dichiara di disporre di una strategia di digital transformation
- **I potenziali benefici della trasformazione digitale**
 - ✓ In media, i partecipanti al sondaggio si aspettano un ROI pari al 17% (15,3% in Italia) generato dall'impegno sul fronte della trasformazione digitale.
 - ✓ l'81% (83% in Italia) concorda sul fatto che dalla trasformazione non ci si attende più soltanto un aumento della produttività garantito da processi aziendali semplificati, ma anche un miglioramento continuo che si concretizza nell'innovazione dei processi stessi.
 - ✓ riduzione dei costi del 10% (16% in Italia)
 - ✓ incremento della produttività dell'11% (13% in Italia)
 - ✓ potenziamento della crescita aziendale del 10% (16% in Italia)

¹ La ricerca è stata condotta da Vanson Bourne per conto di Avanade su un campione internazionale di 1.150 decision maker senior. La ricerca si è conclusa nel giugno 2019. Le aziende coinvolte nel sondaggio sono presenti in USA, Australia, Belgio, Paesi Bassi, Canada, Francia, Germania, Giappone, Paesi Nordici, Regno Unito, Italia e Spagna. Tra i manager intervistati figurano dirigenti nei settori IT, finanza/operations, vendite, marketing e risorse umane. Le aziende intervistate hanno un fatturato annuo globale compreso tra 500 milioni e oltre 10 miliardi di dollari e operano in settori delle comunicazioni, delle utilities e dei prodotti, media e high-tech, utilities, servizi finanziari, sanità e servizi pubblici.

- **L'intelligenza artificiale (IA) ha assunto un'importanza fondamentale nella trasformazione digitale**, anche se molte aziende fanno fatica a implementarla in maniera efficace.
 - ✓ L'89% (93% in Italia) degli intervistati ritiene che il percorso verso la trasformazione digitale dipenda fortemente dall'adozione di un approccio intelligence-driven
 - ✓ Il 94% delle aziende (96% in Italia) che hanno adottato iniziative di trasformazione digitale ritiene che sarà l'automazione intelligente ad apportare alla propria attività i maggiori vantaggi
 - ✓ L'85% (96% in Italia) concorda sul fatto che l'integrazione dell'AI a livello di sistemi e processi contribuirà a rendere l'azienda più intelligente

Tuttavia, il **43% del campione dichiara di avvertire segnali di "digital fatigue, ovvero** si trova ad affrontare **una fase in cui gli sforzi di implementazione della strategia digitale non si traducono ancora in un ritorno economico**. *"Spesso manca una pianificazione strategica riguardo gli obiettivi e i benefici a lungo termine che le aziende intendono raggiungere, "spiega Rantucci, "Non a caso, le difficoltà sono dettate in gran parte dall'assenza di visione e trasversalità".*

- **Gli ostacoli che rallentano la digital transformation:**
 - ✓ il 46% (47% in Italia) identifica nell'assunzione e formazione di personale idoneo l'ostacolo principale all'implementazione delle iniziative di trasformazione digitale;
 - ✓ il 40% (30% in Italia) ha investito in nuove tecnologie e innovazioni senza integrarle nei sistemi esistenti;
 - ✓ il 35% (34% in Italia) ha difficoltà nel rinnovare i sistemi e processi tradizionali;
 - ✓ oltre l'80% ha difficoltà nello sfruttare appieno dati e insight a beneficio del proprio business.

"I processi di evoluzione digitale non possono più prescindere dalla formazione, che ormai va intesa in senso più ampio come cultura del cambiamento. Serve cioè un approccio da innovatori: essere aperti alle novità, aver voglia di sperimentare e perfino essere pronti a qualche insuccesso», aggiunge il General Manager di Avanade *«Da un lato, bisogna dare più peso ai team interfunzionali, perché garantiscono che i problemi vengano affrontati con prospettive e approcci diversi. E dall'altro, bisogna valorizzare la diversità intesa in senso lato, quindi non solo di genere ma anche di competenze e approcci».*

- l'88% del campione (92% in Italia) concorda sulla necessità di puntare all'**innovazione** dei sistemi aziendali per garantire agilità e miglioramento continuo
- il 38% degli intervistati (37% in Italia) dichiara che la scarsità di competenze interne impedisce l'ottimizzazione dell'**efficienza**
- l'83% dei decision maker (87% in Italia) ha affermato che gli investimenti nell'esperienza del cliente (CX, Customer Experience) e nell'esperienza dei dipendenti (EX, Employee Experience) **sono i fattori chiave in un'ottica di trasformazione digitale**. EX e CX rappresentano il primo fattore trainante per le iniziative di trasformazione digitale, superando per importanza tecnologie e programmi di innovazione

#

Informazioni sulla ricerca

La ricerca è stata condotta da Vanson Bourne per conto di Avanade su un campione internazionale di 1.150 decision maker senior. La ricerca si è conclusa nel giugno 2019. Le aziende coinvolte nel sondaggio sono presenti in USA, Australia, Belgio, Paesi Bassi, Canada, Francia, Germania, Giappone, Paesi Nordici, Regno Unito, Italia e Spagna. Tra i manager intervistati figurano dirigenti nei settori IT, finanza/operations, vendite, marketing e risorse umane. Le aziende intervistate hanno un fatturato annuo globale compreso tra 500 milioni e oltre 10 miliardi di dollari e operano in settori delle comunicazioni, delle utilities e dei prodotti, media e high-tech, utilities, servizi finanziari, sanità e servizi pubblici.



A proposito di Avanade

Avanade è leader mondiale nella fornitura di servizi digitali innovativi, cloud, business solutions ed experience design, che fanno leva su un grande potenziale umano e sulla forza riconosciuta dell'ecosistema Microsoft. Il nostro team unisce alle competenze in ambito tecnologico una profonda conoscenza del mercato, per poter offrire ai clienti e alla loro stessa clientela, vantaggi competitivi in termini di business. Avanade conta 37.000 professionisti connessi tra loro in 25 Paesi del mondo, che mettono a disposizione dei clienti le migliori soluzioni attraverso una cultura aziendale partecipativa che rispetta la diversità e la società nella quale operiamo. Avanade, di cui Accenture è l'azionista di maggioranza, è stata fondata nell'anno 2000 da Accenture LLP e Microsoft Corporation. Per maggiori informazioni: www.avanade.it.

CONTATTI MEDIA

Avanade: Roberta Loiacono, roberta.loiacono@avanade.com

BCW: Gennaro Nastri – gennaro.nastri.ce@bcw-global.com – Tel. +39 02 72143532