02/11/2021 08:00
Sito Web

Agenda Digitale.eu
IL PRIMO GIORNALE SULL'AGENDA DIGITALE ITALIANA

Aziende più digitali, ma ecco i problemi irrisolti: la ricerca

LINK: https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/imprese-sempre-piu-digital-tra-pandemia-e-risorse-ma-non-senza-intoppi/

Aziende più digitali, ma ecco i problemi irrisolti: la ricerca Home Cultura e società digitali La pandemia e la spinta data da risorse come quelle del PNRR hanno spinto la digitalizzazione delle imprese, ma non mancano i fronti critici: una ricerca di Cuoa Business School fa luce sulla situazione 12 secondi fa Diego Campagnolo Direttore scientifico MBA Imprenditori CUOA Business School e Professore di Organizzazione aziendale Università di Padova Carlo Scarpa partner Tonucci & Partners Alessandro Vasta Partner, Tonucci & Partners Nel corso degli ultimi due anni il processo di digitalizzazione delle aziende, legato in particolare anche a progetti di internazionalizzazione delle stesse, è stato notevolmente accelerato anche per l'avvento della pandemia. Le imprese si sono trovate a dover fare i conti con l'urgenza di raggiungere nuovi mercati per l'espansione del proprio business utilizzando nuovi strumenti che non prevedessero la presenza in loco ma che, al contempo consentissero un'adeguata copertura, presenza e monitoraggio in loco. Anche il PNRR punta molto sulla digitalizzazione delle imprese italiane e per poter competere all'estero non basta più il know how è necessario dotarsi di strumenti tecnologici adeguati. La ricerca 'Be International. Be Digital' a cura di Cuoa Business School con Tonucci & partners e Bonucchi e associati, avviata nel 2018 su dieci case study di aziende venete, permette di riflettere sulla situazione. Indice degli argomenti Digital e dimensione internazionale delle imprese I fronti critici Pandemia e gestione dei dati La riduzione dei costi Digital e dimensione internazionale delle imprese La trasformazione digitale può abilitare percorsi sostenibili di internazionalizzazione, come ha dimostrato la ricerca: che prima non erano possibili, grazie all'automazione, e alla codifica dei processi che a loro volta possono abilitare innovazioni di prodotto. più veloci, nel caso di imprese che nascono globali o lo diventano entro pochi anni dalla loro nascita (cosiddette imprese-born global) a minor rischio e quindi con minore impatto degli effetti della cosiddetta liability of foreigness, quando l'impresa è in grado di trarre vantaggio dalle informazioni che può raccogliere sui mercati esteri prima del loro ingresso attraverso strumenti di marketing digitale. maggiormente efficaci perché supportano il coordinamento con l'HQ e l'integrazione tra sedi estere. Questo alimenta circoli di innovazione basati su scambi bidirezionali e su combinazioni di conoscenze/risorse sviluppate in singoli mercati. In altre parole, la trasformazione digitale

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Agenda Digitale.eu
IL PRIMO GIORNALE SULL'AGENDA DIGITALE ITALIANA

facilita l'exploration dei percorsi internazionali oltre che l'exploitation (che è tipica delle fasi iniziali). con filiali fisiche ma più snelle dal punto di vista organizzativo (prive, per esempio, di general manager locali) e quindi governate dal centro. Su questo aspetto è bene prestare attenzione: se da un lato il digitale può aumentare l'accentramento, dall'altro può ridurre la motivazione del personale locale e lo spirito di iniziativa delle sedi estere. I fronti critici Tuttavia non sempre il processo è lineare e le imprese incorrono in criticità che dai casi analizzati dalla ricerca risultano essere: il digitale può essere sostitutivo in alcuni processi di internazionalizzazione, in altri è complementare, ovvero i maggiori benefici si ottengono dall'integrazione tra soluzioni di internazionalizzazione basate sulla presenza diretta con soluzioni basate su strumenti digitali i processi di internazionalizzazione sono complessi, il digitale non deve creare il rischio di semplificazione. Sebbene annulli le distanze, il digitale non annulla le differenze tra mercati. Va mantenuta vigile l'attenzione alla cosiddetta 'trappola virtuale': è necessario mantenere integrazione tra online e offline perché quest'ultimo è in grado di generare conoscenze complementari. Questo rischio di semplificazione può essere aumentato dal fatto che l'impresa crea filiali 'virtuali', con scarsa presenza di personale e processi decisionali accentrati, che quindi sarebbero scarsamente in grado di perseguire efficaci logiche di 'adattamento locale'. Pandemia e gestione dei dati Con l'avvento della pandemia da Covid 19 le imprese hanno dovuto rispondere in tempi rapidi con il potenziamento di soluzioni digitali (ad esempio di videoconferenza) e la creazione di veri e propri set attraverso i quali consentire ai clienti esistenti, ma anche a clienti nuovi, di visitare l'impresa e mostrare il proprio sistema di offerta. L'avvento del digitale ha portato gli imprenditori a doversi porre il tema riguardante i dati e le informazioni, che costituiscono ormai dei veri e propri asset strategici da elaborare e preservare. WEBINAR 17 Novembre 2021 - 14:30 AI, Machine Learning, Big Data: rendi più competitiva la tua azienda Big Data Intelligenza Artificiale Iscriviti al Webinar L'analisi dei dati raccolti digitalmente, infatti, indirizza l'azienda nel proprio sforzo espansivo; il lavoro svolto dall'imprenditore non è più, quindi, solo quello di visitare un mercato estero di persona e utilizzare le sue intuizioni per poi lanciarsi nello sviluppo di iniziative commerciali o prospezioni commerciali. Oggi tale lavoro è svolto con un monitoraggio digitale, con il CRM e comunque tramite social network e applicazioni che ne utilizzano l'operato. La riduzione dei costi Inoltre, uno degli effetti più rilevanti dell'avvento della digitalizzazione nel campo aziendale è costituito dalla riduzione, in alcuni casi fin quasi all'azzeramento, dei costi derivanti dalla difficoltà che le persone incontrano per trovarsi fra loro e comunicare a distanza. Uno strumento di questo abbattimento dei costi è costituito dagli strumenti di condivisione digitale dei programmi di sviluppo. Queste piattaforme, utilizzate nella progettazione interna di prodotti o servizi dalle nostre multinazionali tascabili, generano una veloce reazione al mercato ed un flusso di dati inarrestabili tra la casa madre, i centri di progettazione e gli uffici di R&D, che possono essere localizzati ovunque. Ciò senza più barriere

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Agenda Digitale.eu
IL PRIMO GIORNALE SULL'AGENDA DIGITALE ITALIANA

geografiche o di giurisdizione. Ragion per cui è necessario prestare una particolare attenzione a che tutti gli operatori coinvolti sottoscrivano organici accordi di riservatezza che mirino ad una tutela coordinata dello sviluppo aziendale. Questa attività serve a creare una coerente protezione aziendale, essendo i soggetti coinvolti nei progetti di sviluppo -nel migliore dei casi- lavoratori sottoposti a diversi regimi lavoristici. Ma altri temi sono da tenere in forte considerazione e analizzare in maniera attenta e meticolosa come: i contratti con i distributori, retailers e agenti devono tenere conto della necessità che l'azienda agisca direttamente con il consumer, o tramite nuovi distributori o specialisti del canale digitale, in diversi mercati; di contratti di vendita, di fornitura di contenuto digitale o di servizi digitali; il fenomeno del geo-blocking; tutti i risvolti legati all' intelligenza artificiale e allo sviluppo di nuove tecnologie relative ad essa; la circolazione di dati personali, tra tutti.

@RIPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato