

accenture

INTELLIGENT OPERATIONS

Andare oltre i confini
del business



NEW APPLIED NOW

EXECUTIVE SUMMARY

Nel mondo di oggi sempre più complesso e in evoluzione, i cambiamenti si verificano rapidamente, spesso senza preavviso e in modalità difficilmente prevedibili.

Si stanno affacciando sulla scena nuovi e sempre più agguerriti concorrenti che sfidano posizioni di mercato consolidate e sfumano i tradizionali confini dei settori di mercato. Le aspettative dei clienti aumentano costantemente ed in modo trasversale rispetto agli stakeholder dell'azienda, i fornitori, i partner ed i dipendenti.

Queste tendenze stanno rapidamente convergendo e trasformeranno rapidamente le best practice di oggi nelle sfide di domani. Per migliorare le proprie performance, le aziende si sono sempre affidate a fattori quali ottimizzazione dei processi, riduzione dei costi e prevedibilità. Ma queste strategie non sono più adeguate per mantenere la posizione di mercato e per prepararsi ad una nuova generazione di clienti finali. Per sopravvivere e crescere oggi e in futuro, le aziende devono essere in grado di rispondere rapidamente, con intelligenza, intuizione e solidità—ai cambiamenti nel panorama della concorrenza e dei clienti. Agilità, flessibilità e reattività sono ora le chiavi per migliorare e ottimizzare la customer experience e migliorare i risultati economici.

Questo nuovo contesto ha enormi implicazioni per le business operations delle aziende che dovranno apportare cambiamenti radicali, modificare le attività trasformandole in un motore di business intelligence e sviluppare le necessarie capacità per potersi affermare. Che tipo di cambiamenti? HfS ha intervistato 460 clienti¹ in tutto il mondo per scoprire cosa pensano i senior operations executive e come le aziende si stanno preparando per operare con successo in futuro.

La ricerca indica chiaramente che il futuro appartiene alle organizzazioni che sapranno adottare un paradigma di Intelligent Operations in grado di offrire una visione a 360 gradi delle proprie attività, rendendo i processi decisionali più rapidi e guidati dagli insight. Queste organizzazioni faranno leva sui talenti, sui dati e sulla business intelligence per trasformare i propri processi e infondere la necessaria agilità e reattività per battere la concorrenza e stare al passo con le aspettative sempre crescenti dei clienti. Questo studio, supportato da Accenture, mette in luce le componenti fondamentali delle Intelligent Operations sullo sfondo delle sfide aziendali esistenti ed emergenti.

¹ Consultare le sezioni "Metodologia della ricerca" e "Dati demografici dello studio" a pagina 5 per maggiori dettagli.

PRINCIPALI RISULTATI:

La trasformazione digitale, il boom dei dati e la customer experience² sono le forze trainanti necessarie per trasformare il modo in cui operano le aziende e per adottare le Intelligent Operations.

- Circa l'80% delle organizzazioni è preoccupata della disruption e della minaccia competitiva, specialmente da parte dei nuovi player, esperti digitali.
- I dati si stanno rapidamente trasformando da componente secondaria a elemento chiave per le attività e per ottenere vantaggi competitivi. Tuttavia, circa l'80% degli intervistati ritiene che il 50%-90% dei propri dati siano dati non strutturati. Inoltre, i dati provengono da una varietà di fonti, tra cui dati primari proprietari, dati cooperativi secondari e dati di terze parti, oltre a enormi quantità di dati che sono parte dei processi interni. Le aziende hanno bisogno di un cambiamento di mentalità per diventare più data-centriche e massimizzare e monetizzare tutte queste tipologie di dati.
- Una solida strategia di customer experience è il driver più importante per l'agilità operativa. Ma quasi il 50% delle imprese afferma che il proprio back office non è al passo con i requisiti del front office, mentre è in atto l'evoluzione verso *OneOffice™* che sostituirà le funzioni in silos di front, middle e back office con processi e funzionalità digitali continui.

Il futuro appartiene alle organizzazioni che sfruttano le Intelligent Operations: quelle che utilizzano le diverse tipologie di dati, basandosi sull'Applied Intelligence e sull'ingegno umano per potenziare processi in tempo reale, la customer experience e i risultati di business.

Facendo leva sulle Intelligent Operations, un'azienda può diventare più flessibile, agile e reattiva; creare valore più velocemente e ottenere vantaggi competitivi sostenibili.

Le Intelligent Operations si basano su cinque principi fondamentali, riuniti in un approccio as-a-Service dial-up o dial-down per la trasformazione dei processi aziendali. Le Intelligent Operations forniscono l'agilità, la flessibilità e la capacità di risposta di cui le aziende hanno bisogno per muoversi velocemente verso il cambiamento e seguire una nuova direzione con sicurezza.

² La customer experience si riferisce all'esperienza complessiva di coinvolgimento di tutti gli stakeholder di un'azienda, inclusi clienti finali, fornitori, partner e dipendenti.

I CINQUE PRINCIPI FONDAMENTALI DELLE INTELLIGENT OPERATIONS

1. Talento innovativo. La spinta imprenditoriale, la creatività e la capacità di collaborare sono le tre principali aree di focus del talento per le organizzazioni. I talenti del futuro dovranno individuare soluzioni creative ai problemi dell'azienda oltre che fornire una solida competenza digitale, operativa e di dominio. Per soddisfare queste esigenze la funzione HR delle aziende dovrà essere molto più agile e adottare un approccio più flessibile all'assunzione, attingendo a piene mani dal talent marketplace.

2. L'importanza dei dati. Quasi il 90% delle organizzazioni ritiene che le decisioni basate sui dati saranno fondamentali per generare insight sui clienti. Le aziende devono sfruttare i dati strutturati e non strutturati provenienti da diverse fonti interne ed esterne per trasformarli in insight che i talenti utilizzeranno per migliorare i risultati. A tale scopo più dell'85% delle imprese mondiali sta sviluppando una strategia basata sull'aggregazione dei dati, i data lake o la data curation, nonché meccanismi per trasformare i dati in insight e quindi in azione.

3. Applied Intelligence. Quasi il 90% delle organizzazioni ritiene che la "Tripla A"—Automazione, Analytics e Artificial Intelligence—diverrà il Sacro Graal della trasformazione aziendale e dei relativi processi. Per utilizzare efficacemente questi potenti strumenti le aziende hanno bisogno di talenti che abbiano una profonda comprensione dei temi che si stanno affrontando; è quindi fondamentale incrementare il talento con la giusta combinazione di persone, connettività e tecnologie.

4. La potenza del cloud. Oltre il 90% delle aziende intervistate prevede l'adozione di servizi digitali plug-and-play in un contesto di sicurezza olistica a livello enterprise, oggi possibile sfruttando la potenza dell'infrastruttura cloud. Investire sul cloud, tuttavia, richiederà sforzi notevoli per sostituire o modernizzare i sistemi legacy. Riconoscendo questa situazione, il 25% degli intervistati ha dichiarato di aver completato la sostituzione o la modernizzazione dei sistemi preesistenti e un altro 42% ha affermato di avere piani concreti a tale scopo.

5. Ecosistema di partnership intelligenti. Oltre il 90% delle aziende ritiene necessario collaborare a stretto contatto con l'ecosistema dei partner per sfruttare le opportunità del mercato. Ad esempio, le organizzazioni del futuro svilupperanno relazioni simbiotiche con start-up, università, fornitori di tecnologia e operatori di piattaforme per raggiungere i loro obiettivi. Allo stesso modo, i tradizionali fornitori di servizi aziendali hanno intensificato la collaborazione con le imprese secondo un modello di partnership vero e proprio che massimizza la spinta verso l'innovazione.

Direttive indirizzate alla crescita che provengano dal Top Management hanno maggiori probabilità di innescare la trasformazione all'interno dell'organizzazione.

Le imprese prevedono una crescita media dei ricavi di circa il 21% in tre anni, ma nello stesso periodo intendono anche ridurre i costi operativi di circa il 22%. Per le imprese questo significa camminare sul filo del rasoio: bilanciare le priorità per migliorare la customer experience e stare al passo con i disruptor, migliorando al tempo stesso la produttività.

Questi obiettivi possono essere raggiunti solo con un cambiamento radicale dei modelli operativi di business. Da dove vuoi iniziare?



METODOLOGIA DELLA RICERCA

Lo studio si basa sulle risposte di 460 intervistati in tutto il mondo coinvolti nelle decisioni di acquisto in merito a tecnologia e servizi. Le interviste sono state condotte nel terzo trimestre 2017 adottando una combinazione di sondaggi telefonici e online, con interviste telefoniche di follow-up per garantire risposte migliori a domande più approfondite.

DATI DEMOGRAFICI DELLO STUDIO

Interviste condotte in 12 Paesi

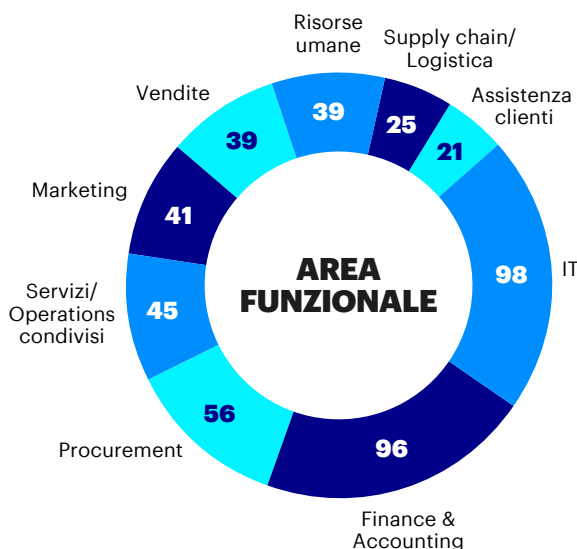
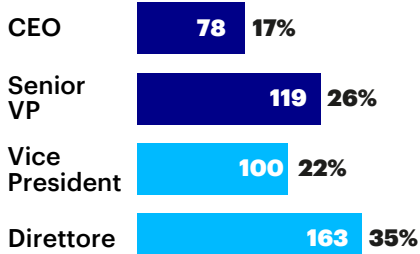
EULA	Nord America	Asia Pacifico
Regno Unito (30)	Stati Uniti (130)	Singapore (30)
Spagna (30)	Canada (30)	Australia (30)
Italia (30)		Cina (30)
Francia (30)		Giappone (30)
Brasile (30)		
Germania (30)		

Ricavi USD

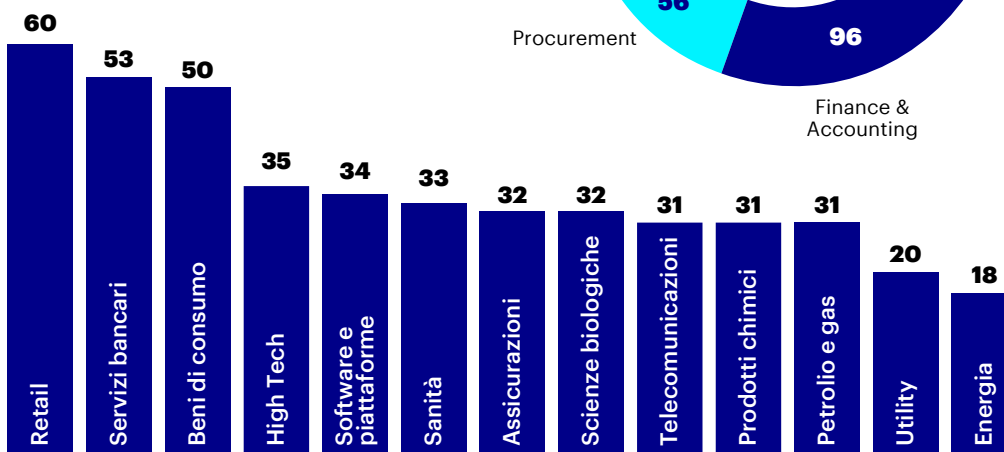


Qualifica professionale

Risposte totali: 460



Settore



GLI AUTORI



Phil Fersht
CEO and Chief Analyst HfS
phil.fersht@hfsresearch.com



Debra A. Polishook
Group Chief Executive
Accenture Operations
debra.a.polishook@accenture.com



Saurabh Gupta
Chief Strategy Officer HfS
saurabh.gupta@hfsresearch.com



Michael Corcoran
Global Growth & Strategy and
Innovation Lead
Accenture Operations
michael.a.corcoran@accenture.com



Jamie Snowdon
Chief Data Officer
HfS
jamie.snowdon@hfsresearch.com



Kaushal Mody
Global Offering & Innovation Lead
Accenture Operations
kaushal.m.mody@accenture.com

ACCENTURE

Accenture è un'azienda leader a livello globale nel settore dei servizi professionali, che fornisce una vasta gamma di servizi e soluzioni nei settori strategy, consulting, digital, technology, operations e security. Combinando un'esperienza unica e competenze specialistiche in più di 40 settori industriali e in tutte le funzioni aziendali - sostenuta dalla più ampia rete di delivery center a livello mondiale - Accenture opera all'intersezione tra business e tecnologia per aiutare i clienti a migliorare le proprie performance e creare valore sostenibile per gli stakeholder. Con circa 442.000 professionisti impegnati a servire i suoi clienti in più di 120 paesi, Accenture favorisce l'innovazione per migliorare il modo in cui il mondo vive e lavora. www.accenture.it

HFS RESEARCH







La mission di HfS è fornire insight visionari per le innovazioni più importanti che influenzano le attività aziendali: automazione, artificial intelligence, blockchain, modelli di business digitali e analytics intelligenti.

HfS è concentrata sul futuro delle operations per molti importanti settori. HfS aiuta le aziende clienti a definire le strategie che consentono di sviluppare backbone operativi per mantenere la competitività e collaborare con service provider, fornitori di tecnologia e consulenti di terze parti. Per maggiori informazioni, visitare il sito www.hfsresearch.com.

RESTA CONNESSO

Per ulteriori informazioni, visita www.accenture.com/IntelligentOperations

SEGUICI

-  www.twitter.com/AccentureOps
-  www.linkedin.com/company/accenture-operations
-  www.accenture.com/us-en/blogs/blogs-as-a-service
-  www.youtube.com/c/AccentureOperations
-  www.instagram.com/AccentureOperations
-  www.slideshare.net/AccentureOperations

Copyright © 2018 Accenture.
Tutti i diritti riservati.

Accenture, il suo logo e High
Performance Delivered sono
marchi di Accenture.

Questo documento ha finalità esclusivamente informative e non tiene conto delle condizioni specifiche del lettore. Inoltre, può non rispecchiare gli sviluppi più recenti. Accenture declina, nella misura massima consentita dalla legge applicabile, ogni e qualsiasi responsabilità per quanto riguarda l'accuratezza e la completezza delle informazioni contenute in questo documento e per eventuali azioni o omissioni compiute sulla base di tali informazioni. Accenture non fornisce consulenza legale, normativa, di auditing o fiscale. È responsabilità del lettore ottenere tali consigli dal proprio consulente legale o da altri professionisti qualificati.