

## Più competitività con App Off Line per Digital Workers

Posted date: luglio 06, 2016 In: ICT & Security, Office & Operations



**Più competitività con App Off Line per Digital Workers. Le tecnologie mobile stanno cambiando il modo di fare impresa.** Per capire però in quali direzioni si sta sviluppando questa evoluzione e definirne le reali potenzialità, il Laboratorio RISE (Research & Innovation for Smart Enterprises) dell'Università di Brescia e 4Words by Sanmarco Informatica hanno organizzato un incontro, presso

l'ateneo bresciano, sul tema "Business Apps, l'ERP in mobilità a supporto dei processi aziendali".

«Il tema è di grande attualità – ha sottolineato in apertura Andrea Bacchetti, ricercatore del Dipartimento di Ingegneria Industriale e Meccanica dell'Università di Brescia – in quanto già oggi sono numerose le categorie di lavoratori che hanno di fatto cambiato il loro modo di lavorare per effetto delle tecnologie mobile, non solo manager ma anche tecnici della manutenzione, commerciali, autisti, perfino postini, camerieri e commessi. La verità è che stiamo assistendo ad una commistione tra informazioni digitali e prodotti fisici, in parallelo all'integrazione sempre più stretta delle tecnologie digitali nei tradizionali processi industriali. E proprio questi due fattori, oggi, ci consentono di parlare di industria 4.0.

Un'evoluzione che è allo stesso tempo artefice e conseguenza di un vero e proprio cambio di paradigma: mentre in passato infatti l'industria puntava su alti volumi ottenuti con pochi prodotti, oggi le aziende più competitive puntano a presidiare ogni nicchia di mercato o anche preferenze individuali con tanti prodotti che singolarmente magari presentano volumi ridotti, e questo sarebbe insostenibile senza le nuove tecnologie digitali».

Non a caso – secondo una recente indagine di McKinsey&Company – la mobilità è una delle 12 tecnologie "disruptive" (letteralmente "dirompenti", capaci di creare discontinuità) che permetteranno alla società ed all'industria di fare un "salto quantico" nell'arco dei prossimi 10 anni.

### I dati di mercato

Si calcola infatti che nel 2025 saranno 4,3 miliardi le persone connesse, di cui un miliardo proprio per attività lavorative, con un impatto economico stimato tra i 3,7 mila e gli oltre 10 mila miliardi di dollari. Un potenziale innovativo nel quale anche le aziende italiane credono molto (il 67% lo ritiene elevato o molto elevato, secondo i dati presentati al Mobile summit 2015), tuttavia l'effettiva implementazione è ancora limitata: solo il 31% delle aziende vi sta investendo in modo significativo. Insomma, c'è ancora ampio margine di crescita: secondo i dati 2016 dell'Osservatorio Mobile Enterprise del Politecnico di Milano, infatti, il mercato delle Business App a livello globale valeva 2,6 miliardi di dollari nel 2014 mentre quest'anno toccherà i 3,5, per arrivare a 5 miliardi di dollari entro il 2019. Ma il valore economico delle tecnologie mobile non si misura solo in termini di fatturato: solo in Italia, infatti, il medesimo studio considera che già oggi esse consentano un recupero di produttività per un valore stimato in ben 10 miliardi di euro.

### I principali benefici

Con quali vantaggi? A questo interrogativo ha provato a rispondere uno studio di Vanson Bourne condotto su un campione di CEO di aziende italiane: in primis incrementare la soddisfazione dei clienti (30%), ma anche la produttività del personale (27%) e il loro grado di soddisfazione e fidelizzazione nei confronti dell'azienda (25%); non mancano inoltre altri benefici sul fronte della riduzione dei costi (23%), accelerazione dei tempi di immissione nel mercato di nuovi servizi (15%) e incremento del fatturato generato sui singoli clienti (14%).

### La mobilità in senso olistico

È ancora Andrea Bacchetti a sintetizzare quale potrebbe essere una strategia vincente di implementazione delle tecnologie mobile per le aziende: « Affinché i benefici siano completi, occorre definire ed attuare una strategia di azione che parta dall'organizzazione aziendale. La mobilità va intesa in senso olistico, comprendendo

#### **I fattori vincenti: integrazione con il CRM e funzionamento off line**

4words, business unit di Sanmarco Informatica Spa, ha portato da parte sua la propria esperienza di realtà specializzata in servizi e applicativi evoluti di marketing digitale, dalla quale è emersa l'importanza di due aspetti decisivi, ai quali non sempre viene data la giusta attenzione: «Il primo è l'integrazione con il CRM aziendale – spiega Attilio Salvaro, Direttore Commerciale di 4words – perché solo così è possibile trarre il massimo dalle potenzialità della tecnologia mobile. Le nostre business App, a seconda dei casi, possono inviare automaticamente al CRM aziendale ordini acquisiti, e anche firmati digitalmente con valenza legale, e ancora possono collegarsi al database clienti permettendo all'agente di avere un quadro completo dello storico del suo interlocutore, o ancora possono attingere a spaccati tecnici e molto altro.

E questo non solo nel caso in cui l'azienda disponga del CRM Jgalileo sviluppato da Sanmarco Informatica: le nostre business app infatti sono progettate per dialogare con tutti i principali sistemi gestionali. L'altro grande tema è la connettività: un'app che funzioni solo online sarà per forza di cose costosa in termini di traffico dati, soprattutto nel caso in cui ci sia l'interscambio di file video o di corposa documentazione tecnica, e comunque limitante: basti pensare ai problemi di copertura di molte zone d'Italia.

Ecco allora che le nostre business app sono sviluppate per funzionare nativamente off line, salvo potersi connettere – magari dove si ha accesso alla rete wifi – per scaricare gli aggiornamenti o inviare al CRM aziendale i dati relativi all'attività della giornata».

#### **Le case history di 4Words**

Concetti questi ben testimoniati da alcuni casi aziendali di eccellenza proposti da 4Words a chiusura dell'incontro: in particolare l'app sviluppata per Bizzotto SpA, con funzione di catalogo prodotti e raccolta degli ordini, e quella realizzata per Eurondata SpA, a supporto dell'attività di assistenza ai clienti. Ma non mancano, come dimostrano altri esempi evidenziati durante l'incontro, tante altre possibilità come ad esempio una business app sviluppata per supportare l'attività di CRM.

[www.4words.it](http://www.4words.it)