ACCENTURE TECHNOLOGY VISION 2017

AMP
LIFYOU

EXECUTIVE SUMMARY

LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLE PERSONE

L'Era dell'Intelligent Enterprise

accenture

Per anni abbiamo visto la tecnologia rivoluzionare il nostro mondo. Da Internet all'avvento degli smartphone, negli ultimi trent'anni le persone hanno cambiato il modo di lavorare e di vivere per adattarsi a ogni novità tecnologica che veniva introdotta sul mercato.

AMPLIFYOU

Oggi i cambiamenti continuano a tutti i livelli, e sono sempre più rapidi. Ma se in passato erano le persone a adattarsi alla tecnologia, oggi, sempre di più, è la tecnologia che si adatta a noi. Infatti, ogni volta che un'esperienza viene personalizzata o che una tecnologia anticipa le esigenze delle persone, l'individuo viene collocato al timone perché sono i suoi desideri a dover essere realizzati. Man mano che la tecnologia diviene più sofisticata, non è essa stessa a determinare il cambiamento, bensì noi. Siamo noi ad avvalerci della tecnologia per trasformarci.

La rivoluzione digitale di cui oggi siamo parte non evoca un freddo futuro distopico popolato da robot che controllano il mondo. Al contrario, è un'era in cui il controllo è nelle mani delle persone. È un'era in cui progettiamo tecnologia che si adegua alle persone, ponendoci saldamente al comando del nostro stesso destino. Non stiamo più qui in attesa a domandarci in che modo il progresso cambierà le cose: siamo noi che plasmiamo il mondo adattandolo ai nostri bisogni, piccoli e grandi.

Ora più che mai, le persone controllano il proprio destino. E per ragioni che potrebbero sorprendere.

In azienda, collaboriamo con macchine e sistemi di Artificial Intelligence (AI) per svolgere meglio il nostro lavoro: Rhizabot, per esempio, semplifica la business analysis ascoltando una domanda formulata in linguaggio naturale e traducendola in interrogazioni che possono essere elaborate attraverso svariati dataset.[1] Utilizziamo sofisticate tecnologie di comunicazione e collaborazione per interagire con colleghi che si trovano all'altro capo del mondo, a prescindere che siano umani o macchine, molti dei quali non incontreremo mai. Ci sono organizzazioni che si alleano con la concorrenza per realizzare progetti completamente nuovi utilizzando piattaforme tecnologiche: per esempio, Philips e Qualcomm Life stanno collaborando per espandere congiuntamente la loro offerta sanitaria basata sulla connettività.

Interi settori un tempo ritenuti non digitalizzabili stanno cambiando profondamente grazie a sistemi di AI, Internet of Things e tecnologie di analisi dei big data, con molte implicazioni potenzialmente positive per la società. L'azienda famosa per aver creato il Roomba, iRobot, ora sta lavorando con gli esperti della tutela dell'ambiente marino per sviluppare un robot intelligente da adibire alla sorveglianza degli oceani per dare la caccia e tenere sotto controllo le specie invasive e proteggere la fauna ittica nativa.[2] E settori evoluti come la precision agriculture si stanno dando da fare per soddisfare la domanda di cibo della popolazione mondiale in crescita continua.

Non stiamo assistendo a una semplice trasformazione delle aziende: la tecnologia offre infatti nuove possibilità anche alle persone. Prendiamo per esempio il modo in cui l'evoluzione del video ha cambiato sia la nostra visione del mondo sia il modo in cui ci rapportiamo a esso. Inizialmente, le trasmissioni televisive erano supportate da un'attenta sceneggiatura in modo da presentare un'immagine estremamente curata, inducendoci non solo a condividere una visione del mondo comune, ma anche a guardare la scena secondo le intenzioni di chi l'aveva creata. In meno di un secolo siamo passati a un mondo online con miliardi di punti di vista, provenienti da istituzioni governative e aziende e, ancor più importante, dalle persone. Ora abbiamo una cultura davvero viva che utilizza tecnologie come Periscope e Facebook Live che permettono a chiunque di trasmettere ciò che vuole, e di collegarsi quando vuole, in base alle proprie esigenze[3].

L'era digitale non si limita a darci nuovi strumenti. Ci stiamo muovendo verso un futuro in cui la potenza pressocché illimitata in termini di algoritmi e di capacità di elaborazione del quantum computing permetterà di risolvere problemi difficili in modi totalmente nuovi, nei settori più svariati, con robot e sistemi AI che lavoreranno fianco a fianco con gli individui, in ogni disciplina. In questo cammino stiamo riplasmando il nostro intero mondo, e noi stessi con esso. E con questo cambiamento rivoluzionario e continuo, le aziende hanno l'opportunità di conquistare il loro spazio nella prossima evoluzione della società.

LA TECNOLOGIA È ANCORA LA RISPOSTA, MA A UNA DOMANDA NUOVA

La tecnologia è la chiave per plasmare il mondo che ci circonda. Essa offre anche alle aziende vincenti un'opportunità per farsi spazio nella nuova società digitale. Qual è il passo successivo? Utilizzare la tecnologia per abilitare realmente le persone.

Un'azienda che esemplifica ottimamente questo concetto è CVS Health. Questa azienda del settore sanitario si è evoluta da negozio di quartiere dispensatore di farmaci a fornitore di servizi sanitari di base a prezzo contenuto, ed è profondamente inserita nella vita dei propri clienti. Per poter compiere questo salto, CVS ha adottato un approccio globale all'erogazione di servizi sanitari, avvalendosi della tecnologia per mettere la salute dell'individuo al centro del proprio impegno. Utilizzando la app di CVS, compatibile anche con gli smartwatch, i clienti possono impostare dei promemoria personalizzati per prendere le medicine, fare una foto delle ricette mediche per accelerare il riacquisto e scansionare il tesserino sanitario così che il personale del punto vendita possa avere a disposizione i dati più aggiornati.[4]

Presso la Minute Clinics gestita da CVS i clienti possono ricevere cure per malattie lievi, vaccini antinfluenzali, analisi del colesterolo e più di una decina di altri servizi medici, tutti prenotabili e pagabili online. CVS ha inoltre avviato una collaborazione con vari servizi di telemedicina come Teladoc, riservata a coloro che non sono in grado di raggiungere una postazione fisica in modo che possano ricevere cure via telefono o in videochat.

CVS si sta anche avventurando sul terreno delle cure preventive, unendo le forze con la piattaforma Watson di IBM per analizzare i dati e prevedere quando un paziente potrebbe necessitare di cure urgenti.[5]

La tecnologia ha offerto nuove possibilità all'umanità nel corso della storia, dalla pressa da stampa fino agli smartphone. Ma questa volta la stiamo usando diversamente. Non ci stiamo limitando a integrare la tecnologia nelle nostre vite; stiamo incorporando la nostra umanità nella tecnologia stessa, mentre quest'ultima diventa sempre più sofisticata, a ritmo esponenziale.

Pensate alla tecnologia che usiamo oggi rispetto a quella di appena qualche anno fa: è sempre più interattiva, grazie a touch screen, mixed reality ed elaborazione basata su linguaggio naturale che ce la fanno sentire molto più vicina a noi. I sistemi di tecnologia avanzata ora sono in grado di auto-apprendere, sulla base di algoritmi di analisi contestuale, riconoscimento delle immagini e deep learning, dandoci così l'impressione di pensare come noi. E inoltre, e forse questa è la parte migliore, la tecnologia ora è in grado di adattarsi, allineandosi costantemente ai nostri desideri e bisogni.

Questa tecnologia più umana sta dando i suoi frutti in ambito aziendale, sia nelle relezioni con i dipendenti sia in quelle con i clienti. Il birrificio londinese IntelligentX, ad esempio, ha sviluppato un sistema AI che raccoglie e integra costantemente il feedback dei clienti utilizzandolo per produrre versioni migliorate delle birre della società[6]. "Il nostro sistema AI è in grado di avere una conversazione con tutti i nostri clienti, permettendoci di ottenere il feedback grazie al quale possiamo affinare la nostra birra" afferma Rob McInerney, cofondatore di IntelligentX. "Si può parlare con l'algoritmo ovunque e in qualunque momento si stia sorseggiando la nostra birra."

"I gusti delle persone stanno cambiando a una velocità mai vista prima... e l'AI è la soluzione perfetta per rispondere a questi cambiamenti," sottolinea il cofondatore del birrificio, Hew Leith. È così che le aziende riusciranno ad avere un ruolo più significativo nella vita delle persone e a conquistarsi uno spazio nel futuro della società: diventando più di un semplice fornitore di prodotti e servizi. Grazie alla tecnologia che risponde veramente ai desideri delle persone sulla base dei loro desideri ed esigenze, le aziende possono diventarne dei partner.

Allineandosi a ciò che vogliamo, e perfino interagendo con noi con modalità tipicamente umane, la tecnologia rende il mondo un posto più umano e, al contempo, ci conferisce un ruolo attivo rispetto alle macchine che in passato definivano il nostro mondo. Ci viene infatti messo a disposizione un potenziale incredibile che ci consente di plasmare le nostre vite, le aziende e la società in modo adeguato ai nostri bisogni. Cosa potrebbe essere più umano di questo?

Questa tecnologia più umana sta dando i suoi frutti in ambito aziendale, sia nelle relezioni con i dipendenti sia in quelle con i clienti.

IL CAMMINO VERSO LA PARTNERSHIP

In piccola e grande scala

Le aziende offrono agli individui opportunità sempre maggiori grazie alla tecnologia, opportunità di ampio respiro, ma anche molto specifiche. La potenza dell'iperpersonalizzazione resa possibile dalla tecnologia attuale guida la scelta degli obiettivi sia a livello di interi settori che a livello di individui. I leader dell'era digitale di tutto il mondo stanno già iniziando il viaggio verso grandi risultati; Philips vuole trasformare l'assistenza sanitaria in un'esperienza connessa e completa che pervade l'intera vita delle persone e sia al tempo stesso agevolmente accessibile. Raggiungeranno i risultati sperati focalizzando la tecnologia sugli individui e sulle loro esigenze specifiche, rispondendo alle persone a livello umano e contribuendo a guidarle verso i loro obiettivi personali.

Agli occhi dei pazienti, il vantaggio portato dall'assistenza sanitaria connessa non è legato alla tecnologia in sé ma sta nel controllo che essa dà agli individui sulla propria salute, in un settore che ormai da tempo è associato con l'idea di interazioni impersonali e tempi d'attesa insostenibili. Aziende come Philips e CVS stanno vincendo questa sfida perché la loro strategia in termini di tecnologia è centrata sui bisogni del singolo paziente, secondo i suoi termini. Attraverso app e dispositivi connessi integrati nella vita dei pazienti, queste aziende permettono a medici e personale infermieristico di vivere accanto a ciascun paziente, di costruire una relazione più stretta e personale e di fornire cure mediche complete, non solo di tipo reattivo.

Il cammino verso la leadership passa attraverso l'amplificazione dell'importanza delle persone, su scala globale e individuale.

Offrendo nuove possibilità agli individui grazie a una tecnologia più umana, le aziende trasformeranno la relazione con le persone: da fornitori diventeranno partner. E nel processo si trasformeranno anche internamente. Aiutando le persone a raggiungere i propri obiettivi, queste nuove partnership aiuteranno le aziende a conquistarsi una posizione salda nella prossima evoluzione della società. Il cammino verso la leadership passa attraverso l'amplificazione dell'importanza delle persone, su scala globale e individuale.

L'azienda, per diventare un vero partner delle persone, siano esse clienti o dipendenti, deve partire dalla tecnologia. Ma la strada sarà disseminata di grandi sfide, a partire da quella della fiducia: meno della metà delle persone dice di credere che le aziende facciano ciò che è giusto, e ancora meno considerano i dirigenti aziendali una fonte di informazioni credibili.[6] Se vogliono che le persone diano valore a queste partnership, le aziende devono conquistarne e conservarne la fiducia a ogni interazione, e lasciare il controllo nelle mani di clienti e dipendenti è il modo migliore per riuscirci.

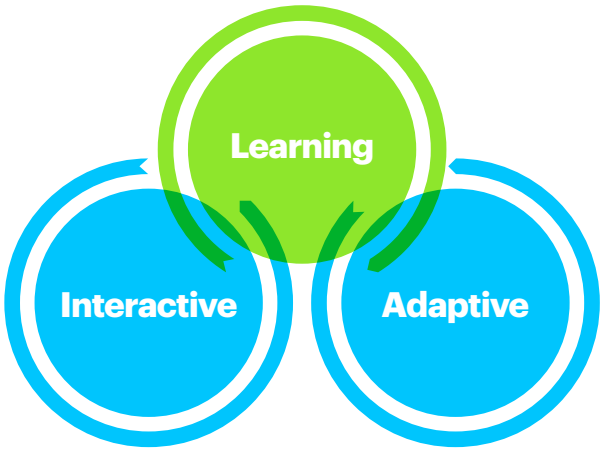
Cambiare la relazione con gli individui nell'era digitale significa cambiare la loro relazione con la tecnologia. Se le aziende vogliono diventare partner delle persone, e la tecnologia rappresenta il fattore abilitante di questo processo, il loro obiettivo deve essere progettare una tecnologia a misura d'uomo. Ma affinché ciò avvenga, le aziende devono anche cambiare il modo in cui concepiscono il proprio modello di business e la relazione con clienti e dipendenti.

Lasciare il controllo nelle mani di clienti e dipendenti è il modo migliore per conquistarne la fiducia.

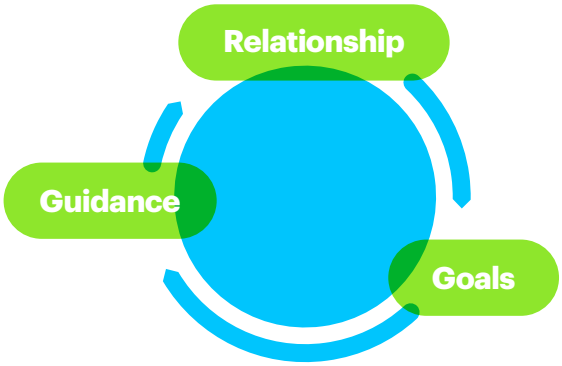
IL PRIMO PASSO PER ABILITARE LE PERSONE **FORNIRE UNA TECNOLOGIA CHE LAVORI CON LORO**

Adattare la tecnologia alle persone

Il primo pilastro per la nascita di questa partnership consiste nel progettare una tecnologia che lavori per le persone, ovvero, una tecnologia che non costringa clienti e dipendenti a imparare a utilizzarla e adattarsi a essa. Basta: la nuova grande forza della tecnologia sta nella sua crescente umanità. Strumenti che interagiscono con le persone, che imparano da tali scambi e si adattano per interazioni future rendono l'esperienza di utilizzo molto più umana. Questo è il primo passo per abilitare le persone: fornire una tecnologia che lavori con loro.



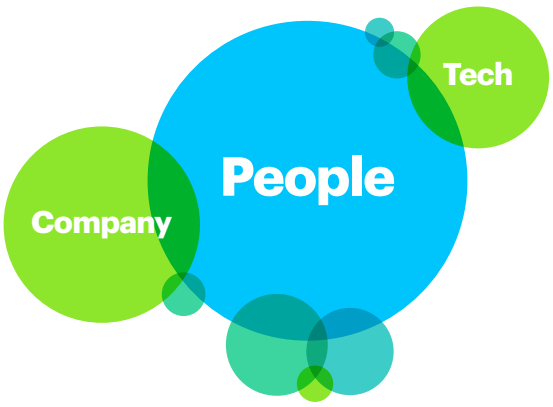
Allineare gli obiettivi agli obiettivi delle persone



Per poter mettere a frutto queste nuove tecnologie adattive, le aziende devono adottare gli obiettivi delle persone come se fossero i propri. Si tratta di un cambiamento epocale per aziende che per tanto tempo hanno cercato di sfruttare al massimo ogni opportunità di profitto: dal punto di vista dell'azienda analogica, la relazione ideale è quella in cui ogni interazione con un cliente produce una vendita immediata. Ma queste relazioni sono forti soltanto quanto il bisogno che il cliente ha di prodotti e servizi.

Una partnership, invece, è molto più potente e duratura. Per diventare un vero partner, un'azienda dovrà cambiare il suo modo di pensare e sostituire gli obiettivi di vendita immediata del passato con gli obiettivi dei clienti e dei dipendenti. Con questo nuovo approccio, il gioco cambia: quanto più le persone raggiungeranno i propri obiettivi grazie all'aiuto dell'azienda, tanto maggiore sarà la fiducia nella partnership, e la relazione si rafforzerà a ogni interazione. Una volta stabilito che l'azienda vuole veramente aiutare le persone a raggiungere i loro obiettivi, costoro si rivolgeranno innanzitutto a essa per tutti gli obiettivi che può soddisfare. E se le persone ottengono i risultati desiderati, anche l'azienda li otterrà.

L'approccio People First al business e alla tecnologia



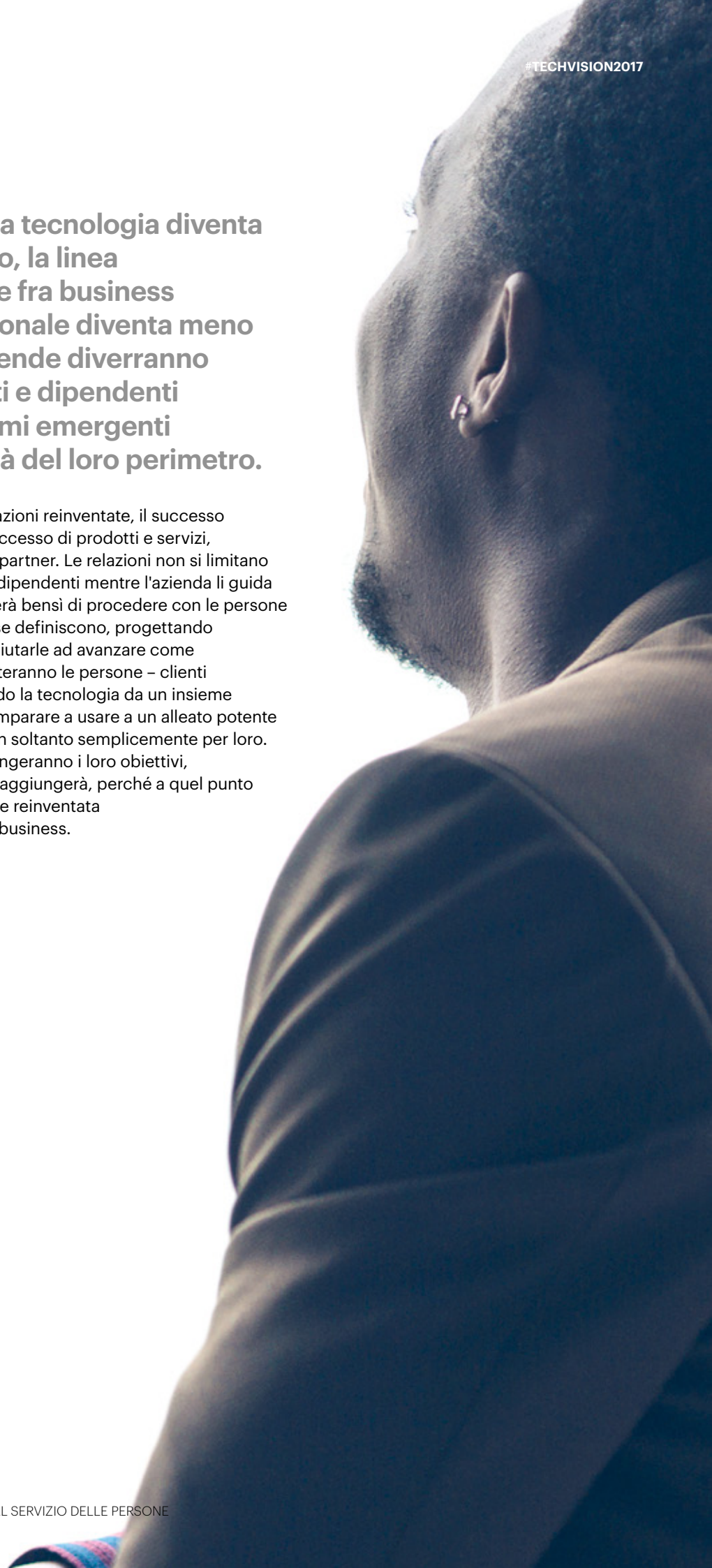
Per far funzionare tutto questo, occorre adottare il cosiddetto approccio "People First". Che si tratti di clienti o dipendenti, i loro obiettivi e bisogni devono venire per primi. Le aziende risponderanno a questa esigenza con la tecnologia, che diventa così intrinsecamente più focalizzata sull'aiutare le persone, divenendo più umana. Ora più che mai, la tecnologia è agente del cambiamento, e può dare potere alle persone in modo interattivo e collaborativo, nel rispetto delle regole proprie di ciascuno.

Abilitando realmente le persone, le aziende favoriscono la crescita sia a livello individuale che su scala sociale. I leader hanno sempre dovuto impegnarsi per risolvere grandi problemi. Ma l'era digitale porta con sé l'opportunità di cogliere sfide più grandi che mai, combinando la forza dell'impresa con la passione e la potenza degli individui. Con una tecnologia che funziona per e con le persone, le aziende potranno raggiungere un doppio risultato: abilitare il singolo e il gruppo allo stesso tempo.

CAMBIARE GLI OBIETTIVI SIGNIFICA CAMBIARE I RUOLI

Man mano che la tecnologia diventa un partner fidato, la linea di demarcazione fra business e impegno personale diventa meno evidente. Le aziende diverranno partner di clienti e dipendenti e degli ecosistemi emergenti di aziende al di là del loro perimetro.

Nel contesto di queste relazioni reinventate, il successo non è legato soltanto al successo di prodotti e servizi, ma anche al successo dei partner. Le relazioni non si limitano più a far contenti clienti o dipendenti mentre l'azienda li guida verso un obiettivo; si tratterà bensì di procedere con le persone lungo un percorso che esse definiscono, progettando la tecnologia in modo da aiutarle ad avanzare come preferiscono. I leader abiliteranno le persone – clienti e dipendenti – trasformando la tecnologia da un insieme di strumenti che occorre imparare a usare a un alleato potente che lavorerà con loro e non soltanto semplicemente per loro. Quando le persone raggiungeranno i loro obiettivi, anche la vostra azienda li raggiungerà, perché a quel punto coincideranno. La relazione reinventata non è più una relazione di business. È una relazione personale.



I TREND DELLA TECHNOLOGY VISION 2017:

LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLE PERSONE

Tutte le aziende stanno abbracciando la digitalizzazione. Ma oggi le nostre innovazioni tecnologiche più importanti non saranno più rappresentate dagli strumenti stessi, ma dalla loro progettazione fatta pensando alle persone.

Nella Accenture Technology Vision di quest'anno, abbiamo identificato cinque trend che pongono in evidenza l'importanza di focalizzarsi sulla "Tecnologia al servizio delle persone" per raggiungere il successo nell'Era del digitale. I leader di domani fanno propri questi trend e mettono in campo le strategie necessarie per garantire il proprio vantaggio competitivo in ambito digitale.

TREND 1
LA AI È LA NUOVA UI
L'esperienza prima di tutto

L'Artificial Intelligence (AI) è prossima a diventare il portavoce digitale dell'azienda. Andando oltre il ruolo di strumento di back-end per l'impresa, la AI sta assumendo ruoli più sofisticati nel panorama delle interfacce tecnologiche. Dai veicoli autoguidati che utilizzano la computer vision alle traduzioni in diretta rese possibili dal machine learning, la AI sta rendendo ogni interfaccia semplice e intelligente al tempo stesso, elevando gli standard delle modalità di interazione future. Essa costituirà l'immagine del brand digitale dell'azienda, oltre a un elemento chiave di differenziazione, e diventerà una competenza essenziale che richiederà al top management un impegno in termini di strategia e di investimento.

TREND 2
OGNI ECOSISTEMA È UN MACROCOSMO
Il potere della pluralità

Le imprese stanno integrando sempre più le principali funzioni aziendali con piattaforme di terze parti. Ma invece di interagire con esse nel contesto di una partnership tradizionale, i leader più lungimiranti sfruttano queste relazioni per delineare il loro ruolo in nuovi ecosistemi digitali, preparando la strada alla prossima ondata di crescita strategica. Nel processo, disegnano le catene di valore future che trasformeranno le loro aziende, i prodotti, e perfino il mercato stesso.

TREND 3
IL MERCATO DEI TALENTI
Inventare la forza lavoro del futuro

Il futuro del lavoro è già qui e i leader dell'era digitale stanno essenzialmente reinventando la propria forza lavoro. A fronte della larga diffusione delle piattaforme di accesso a forza lavoro on-demand e delle soluzioni di work management online, i modelli e le gerarchie tradizionali si stanno dissolvendo, rimpiazzati dal mercato dei talenti. L'impresa on-demand che ne scaturisce sarà fondamentale per la rapidità di innovazione e i cambiamenti organizzativi di cui le aziende hanno bisogno per trasformarsi in aziende autenticamente digitali.

TREND 4
PROGETTARE PER LE PERSONE
Ispirare nuovi comportamenti

E se la tecnologia si adattasse alle persone? La creazione di una tecnologia concepita specificamente per adattarsi al comportamento del singolo è la nuova frontiera dell'esperienza digitale. I dirigenti aziendali più lungimiranti sanno che, mentre la tecnologia riduce la distanza nella cooperazione efficace uomo-macchina, il tener conto del comportamento specifico delle persone permette non solo di accrescere la qualità dell'esperienza, ma anche di potenziare l'efficacia delle soluzioni tecnologiche. Questo cambiamento sta trasformando le relazioni personalizzate tradizionali in qualcosa di molto più prezioso: una partnership.

TREND 5
L'INESPLORATO
Inventare nuovi business, definire nuovi standard

Le aziende non stanno semplicemente creando nuovi prodotti e servizi: stanno inventando nuovi mercati digitali. Dagli standard tecnologici, alle norme etiche, alle direttive del governo, in un'economia digitale organizzata in ecosistemi una cosa è chiara: le regole da definire sono ancora molte. Per realizzare le proprie ambizioni digitali, le aziende devono assumere un ruolo di leadership per aiutare a formulare le nuove regole del gioco. Chi si porrà alla guida di questa rivoluzione conquisterà il suo spazio al centro o molto vicino al centro del proprio nuovo ecosistema, mentre coloro che non vogliono rischiare resteranno indietro.

CONCLUSIONI

Questi temi rappresentano l'espressione più aggiornata della visione di Accenture del panorama digitale in divenire ispirata all'approccio People First.

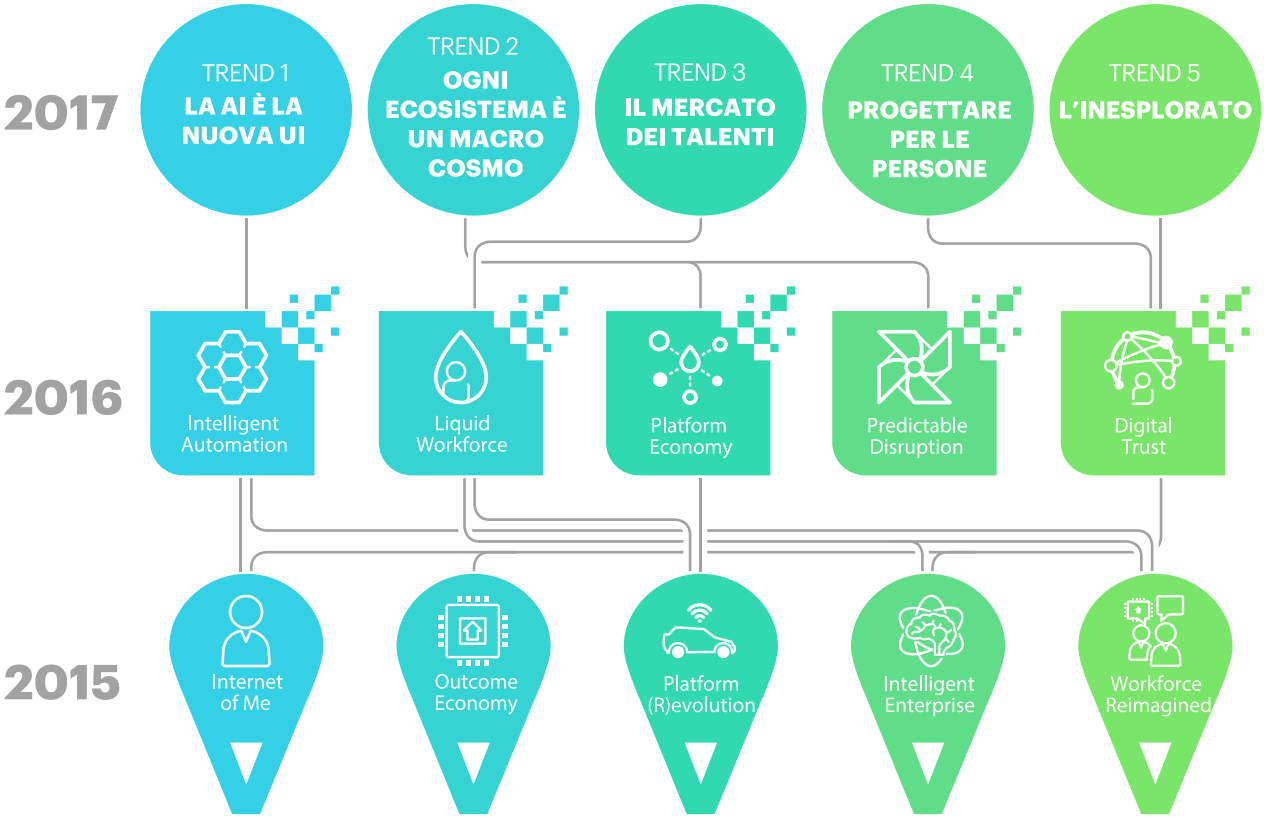
Nell'ambito della valutazione pluriennale di Accenture sull'impatto della tecnologia sull'impresa, essi riflettono la cultura digitale in continua evoluzione che crea sfide e opportunità per le aziende di tutto il mondo.

Ogni singolo tema di ciascun anno mette in evidenza l'evoluzione di una tecnologia chiave. Alcune di esse svolgono già un ruolo importante nel contesto strategico di aziende leader, mentre altre stanno appena cominciando a far sentire il loro impatto o stanno cambiando le organizzazioni in modi inattesi. Presi nel loro insieme, i temi della nostra Technology Vision forniscono una guida per le aziende sul modo in cui devono considerare le loro risorse, le responsabilità e le opportunità di successo negli anni a venire.

In questo contesto di cambiamento a tutti i livelli, essere un leader non vuol dire soltanto implementare nuove tecnologie. Vuol dire piuttosto crearsi uno spazio nella nuova evoluzione della società, abilitando le vostre persone, clienti o dipendenti che siano, e diventando loro partner nella vita di tutti i giorni.

Il mondo continuerà a evolversi, ma le imprese all'avanguardia che faranno totalmente proprio l'approccio People First troveranno vantaggi a ogni livello. In ogni settore, a qualunque livello d'impresa, ciò che accomuna ogni impresa sono, ovviamente, le persone. La domanda per le aziende che vogliono trovare il proprio posto in un mondo in divenire è: quanto saprete mettere in primo piano le vostre persone?

Evoluzione dei trend della Accenture Technology Vision



PER COMPLETARE IL QUADRO

L'attuale serie di trend tecnologici relativi alla Technology Vision di Accenture include questi report dal 2016 e 2015:

La Technology Vision di Accenture descrive una serie di trend tecnologici relativi ai prossimi tre anni.
Mentre ogni anno segnaliamo le ultime tendenze, è anche importante riconoscere che ciascuna tendenza rappresenta solo una parte dell'insieme.
Nel loro viaggio verso la digitalizzazione, le aziende dovranno tenere il passo con le più recenti evoluzioni della tecnologia e continuare a padroneggiare quelle che stanno maturando.

Queste tecnologie stanno rapidamente diventando la base sulla quale le aziende costruiscono la prossima generazione di business, nonché i catalizzatori per molte delle tendenze che analizzeremo quest'anno.
Per consultare i documenti di supporto ai trend dettagliati più oltre, vedere **www.accenture.com/TechnologyVision**

2016

INTELLIGENT AUTOMATION

L'indispensabile nuovo co-worker per l'era digitale.

I leader adotteranno l'automazione non soltanto per sfruttare la folle velocità del cambiamento digitale, ma anche per creare un nuovo mondo digitale in cui possano contare su un vantaggio competitivo.
Le macchine e l'intelligenza artificiale saranno le nuove reclute della forza lavoro, in grado di portare nuove competenze per aiutare le persone a svolgere nuove mansioni, reinventando tutto il possibile.

LIQUID WORKFORCE

Preparare la forza lavoro per le esigenze digitali della realtà attuale.

Le aziende stanno investendo negli strumenti e nelle tecnologie necessari per tenere il passo con il cambiamento costante tipico dell'era digitale.
Ma per raggiungere questi obiettivi ambiziosi i leader si stanno anche concentrando su un elemento importante che spesso rimane indietro: la forza lavoro.
Essi considerano la tecnologia non soltanto nel suo ruolo di "disrupter", ma anche come abilitatore della trasformazione di persone, progetti e intere organizzazioni in un'impresa fortemente adattabile e pronta al cambiamento.

PLATFORM ECONOMY

Innovazione del modello di business dall'esterno all'interno basata sulla tecnologia.

I leader di settore stanno sfruttando la potenza della tecnologia sviluppando non solo nuove piattaforme tecnologiche, ma anche i modelli di business basati su tali piattaforme e le strategie che essi supportano.
Ma i cambiamenti tecnologici sono solo l'inizio.

PREDICTABLE DISRUPTION

Gli ecosistemi digitali e i segnali dei cambiamenti a venire.

Le piattaforme digitali che stanno emergendo rapidamente – pensiamo alla Precision Agriculture, all'Industrial Internet of Things o alle Smart City – sono esempi caratteristici degli ecosistemi che fanno parte della nuova ondata di business disruption. Ecosistemi digitali come questi, e le aziende che li utilizzano, si stanno già diffondendo nei mercati, sfumando i confini tra i vari settori.

DIGITAL TRUST

Rafforzare le relazioni con i clienti attraverso i valori etici e la sicurezza.

Per assicurarsi la fiducia nell'economia digitale, le aziende devono garantire la sicurezza e basare la propria strategia su un'etica digitale in ogni fase del rapporto con il cliente. E i nuovi prodotti e servizi devono essere intrinsecamente etici e sicuri.
Le aziende che riescono in questo intento godranno di livelli di fiducia talmente alti che i loro clienti le considereranno una guida per il futuro digitale.

2015

INTERNET OF ME

Il nostro mondo, altamente personalizzato.

Le aziende più lungimiranti stanno creando esperienze altamente personalizzate che coinvolgono ed entusiasmano i consumatori, senza tradirne la fiducia. Le aziende che avranno successo in questa nuova "Internet of Me" sono destinate a far parte della prossima generazione di leader di mercato.

OUTCOME ECONOMY

Risultati concreti grazie all'hardware.

L'hardware intelligente sta colmando il divario esistente tra l'impresa digitale e il mondo fisico. Accostandosi all'Internet of Things, le aziende leader scoprono nuove opportunità di incorporare dispositivi e sensori nei loro strumenti digitali. Questi "digital disruptor" hanno capito che il futuro non appartiene più a chi vende oggetti, ma a chi vende risultati.

PLATFORM (R)EVOLUTION

Definire gli ecosistemi per ridefinire i settori di mercato.

Le piattaforme e gli ecosistemi digitali alimentano la nuova ondata d'innovazione e di crescita. Rapidi progressi nel Cloud e nella Mobility non solo stanno eliminando le barriere tecnologiche e di costo associate a queste piattaforme, ma stanno anche aprendo il campo a nuovi attori provenienti da altri settori di mercato e aree geografiche.

INTELLIGENT ENTERPRISE

Enormi quantità di dati e sistemi più intelligenti migliorano il business.

Un più alto livello di eccellenza operativa emergerà dai recenti progressi della software intelligence. Oggi è indispensabile che i business leader e i leader tecnologici vedano la software intelligence non più come progetto pilota o una tantum, ma come funzionalità integrata a tutti i livelli, che sarà in grado di spostare le frontiere dell'evoluzione e della scoperta, diffondendo l'innovazione a tutti i livelli dell'azienda.

WORKFORCE REIMAGINED

Collaborazione all'intersezione tra uomo e macchina.

La spinta verso il digitale amplifica la necessità di una maggiore collaborazione tra uomini e macchine. I progressi delle interfacce naturali, dei dispositivi da indossare e delle macchine intelligenti offrono alle imprese nuove opportunità di migliorare il lavoro dei propri dipendenti attraverso la tecnologia.

COME NASCE LA TECHNOLOGY VISION

Ogni anno, il team Technology Vision collabora con Accenture Research per evidenziare gli sviluppi emergenti nel campo dell'IT che avranno il maggiore impatto su aziende, pubbliche amministrazioni e altre organizzazioni nell'arco dei prossimi 3-5 anni.

L'attività di ricerca è iniziata con una raccolta di informazioni dal Technology Vision External Advisory Board, un team composto da più di 24 esperti professionisti provenienti dal settore pubblico e privato, da università, dal venture capital e da realtà imprenditoriali. In aggiunta, il team Technology Vision ha intervistato luminari della tecnologia e esperti di settore, nonché quasi 100 executive di Accenture.

Il team ha anche attinto al vasto bacino di competenze e idee innovative dei professionisti di Accenture, utilizzando tecnologie di collaboration di Accenture e un approccio di crowdsourcing per scoprire le tecnologie emergenti più interessanti. La campagna "Trend Spotting" incoraggia la partecipazione globale di individui di qualunque livello e in qualsiasi area di Accenture. Quasi 3000 partecipanti hanno contribuito attivamente a questa campagna, sia fornendo idee sia votando quelle degli altri, e lo sforzo ha prodotto un aumento del 19% del numero di persone che hanno proposto idee rispetto all'anno precedente.

Dalla ricerca è emersa una shortlist di temi che il Technology Vision team ha sottoposto al proprio Advisory Board tramite workshop di approfondimento con executive di Accenture ed esperti esterni, li ha validati e ulteriormente affinati.

I criteri utilizzati in questi processi hanno pesato i temi in base alla loro attinenza alle sfide concrete che il business affronta.

In particolare, il team Technology Vision ha cercato idee che trascendessero i ben noti driver del cambiamento tecnologico, concentrandosi invece su quei temi che inizieranno presto a comparire nelle agende C-level della maggior parte delle aziende.

Questi temi sono stati categorizzati in base ai seguenti criteri:

- Applicabilità immediata
- Grande rilevanza per la trasformazione di un'azienda entro i prossimi tre anni
- Impatto significativo oltre il confine del proprio settore di mercato
- Innovazione che va oltre la mera sostituzione 1:1 di soluzioni esistenti
- Indipendenza da specifici vendor o tecnologie di prodotto

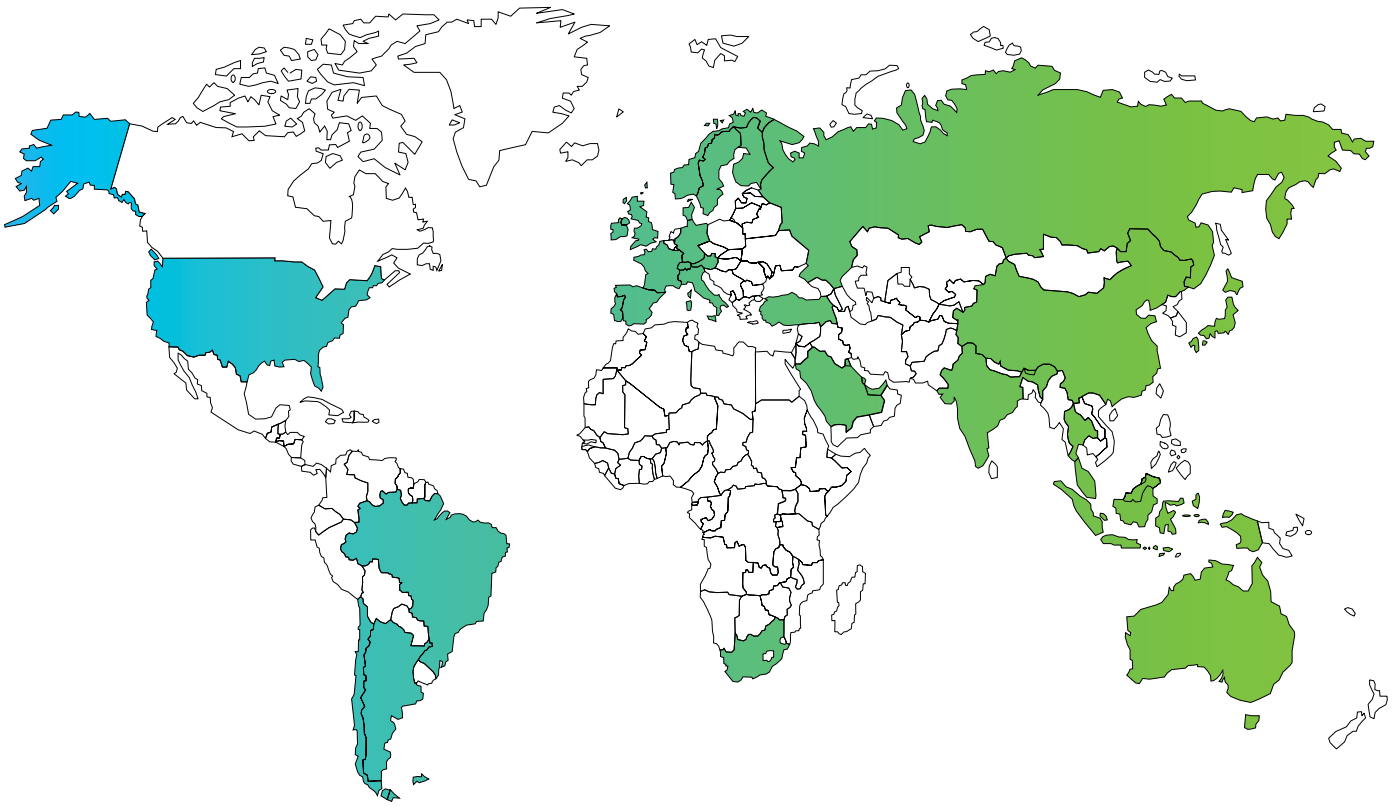
Questi test hanno generato un ristretto numero di ipotesi che sono state poi sintetizzate nei cinque trend presentati nel report di quest'anno.

TECHNOLOGY VISION 2017
COMPOSIZIONE DEL PANEL

Per il terzo anno, abbiamo condotto una survey a livello globale intervistando più di 5200 executive business e IT in 31 paesi per indagare quali siano le loro prospettive sull'impatto della tecnologia nelle loro aziende e per identificare le priorità legate agli investimenti in tecnologia nei prossimi anni. La survey si è svolta tra novembre 2016 e gennaio 2017.

31 PAESI COINVOLTI

- ARABIA SAUDITA
- ARGENTINA
- AUSTRALIA
- AUSTRIA
- BRASILE
- CILE
- CINA
- DANIMARCA
- EMIRATI ARABI UNITI
- FINLANDIA
- FRANCIA
- GERMANIA
- GIAPPONE
- INDIA
- INDONESIA
- IRLANDA
- ITALIA
- MALESIA
- NORVEGIA
- PORTOGALLO
- QATAR
- REGNO UNITO
- RUSSIA
- SINGAPORE
- SPAGNA
- SUDAFRICA
- SVEZIA
- SVIZZERA
- THAILANDIA
- TURCHIA
- USA



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 e operations. 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 i loro stakeholder. Con circa 394.000 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 – www.accenture.com

ACCENTURE LABS

Gli Accenture Labs inventano il futuro per Accenture, i clienti e il mercato. Con una mission incentrata sulla risoluzione dei problemi aziendali più complessi attraverso l'impiego di tecnologie avanzate, gli Accenture Labs offrono ai clienti insight aggiornati e innovazioni, aiutandoli a capitalizzare i grandi cambiamenti che investono la tecnologia, le imprese e la società nel suo complesso. Il nostro team di esperti di tecnologia e ricercatori collabora con i leader aziendali per investire, incubare e fornire idee e soluzioni innovative che supportano i nostri clienti nell'individuazione di nuove opportunità per il business. Gli Accenture Labs sono presenti in sette centri di ricerca chiave internazionali: Silicon Valley, California (USA); Sophia Antipolis, Francia; Arlington, Virginia (USA); Pechino, Cina; Bangalore, India; Herzilya, Israele e Dublino, Irlanda. I Labs collaborano attivamente con la rete Accenture costituita da circa 400 centri di innovazione, centri di eccellenza e studios situati in 92 città di 35 paesi in tutto il mondo per offrire ai clienti ricerche, insight e soluzioni all'avanguardia nell'ambiente in cui operano e vivono.

ACCENTURE RESEARCH

Accenture Research è un team a livello globale costituito da analisti di settore ed esperti del mondo digitale in grado di creare insight basati sui dati per identificare disruptor, opportunità e rischi che possono interessare Accenture e i suoi clienti. Avvalendosi di innovative tecniche di ricerca di business, quali modeling del valore economico, analytics, crowdsourcing, reti di esperti, indagini, visualizzazione e ricerca dei dati con partner accademici e aziendali, Accenture Research esprime centinaia di opinioni, pubblicate da Accenture ogni anno.

NOTE

1 Rhizabot fornisce al personale di vendita un accesso immediato ai deep data. (n.d.). http://venturebeat.com/2016/08/09/rhizabot-gives-salespeople-immediate-access-to-deep-data/

2 Weisberger, M., 26, S. W. | S., & ET, 2016 07:03am. (n.d.). Deep-Diving Robots Zap, Kill Invasive Lionfish. http://www.livescience.com/56251-lionfish-killing-robot-roomba-makers.html

3 www.kpcb.com, K. P. C. B. (n.d.). 2016 Internet Trends Report. http://www.kpcb.com/blog/2016-internet-trends-report

4 CVS Health launches five new digital health features, including an Apple Watch app. (18 novembre 2015). http://www.mobihealthnews.com/48603/cvs-health-launches-five-new-digital-health-features-including-an-apple-watch-app

5 Japsen, B. (n.d.). CVS And IBM's Watson Cloud Pursue Ways To Predict Patient Health. http://www.forbes.com/sites/brucejapsen/2015/07/30/cvs-and-ibms-watson-partner-to-predict-patient-health-needs/

6 Edelman. (21:07:05 UTC). 2016 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results. Business. http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2016-edelman-trust-barometer-global-results

Copyright © 2017 Accenture
All rights reserved.

Accenture, its logo, and High Performance Delivered are trademarks of Accenture.

This document makes descriptive reference to trademarks that may be owned by others. The use of such trademarks herein is not an assertion of ownership of such trademarks by Accenture and is not intended to represent or imply the existence of an association between Accenture and the lawful owners of such trademarks. Information regarding third-party products, services and organizations was obtained from publicly available sources, and Accenture cannot confirm the accuracy or reliability of such sources or information. Its inclusion does not imply an endorsement by or of any third party.

The views and opinions in this article should not be viewed as professional advice with respect to your business.