

# PROGETTARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

21 ottobre 2019

Cristian Ranallo  
Camera di commercio di Cuneo

**pid** punto  
impresa  
digitale

impresa4.0



# Il Punto Impresa Digitale: linee di intervento

Il PID nasce su espressa previsione del Ministero dello sviluppo economico nell'ambito del **piano nazionale Impresa 4.0**.

- 1 **Diffusione** delle **conoscenze digitali** delle imprese
- 2 Valutazione della **maturità digitale**
- 3 **Punto di raccordo** con soggetti specializzati
- 4 **Sostegno economico** agli investimenti tecnologici

# Il portale dei Punti Impresa Digitali: [www.puntoimpresadigitale.camcom.it](http://www.puntoimpresadigitale.camcom.it)

Camere di Commercio d'Italia

ACCEDI

Seguici su

Menu

punto impresa digitale

Documenti 4.0 Impresa 4.0 Approfondimenti Basecamp web

Cosa sono i Punti Impresa Digitale e il Network Impresa 4.0

Dove sono i Punti Impresa Digitale

I servizi "digitali" delle Camere di Commercio

Digital assessment: scopri quanto sei digitale

I voucher camerati e il Piano degli incentivi 4.0

Informazioni e servizi Impresa 4.0

I progetti innovativi raccontaci i tuoi!

NEWS ED EVENTI

17.07.2018

L'8% delle imprese è già esperta delle tecnologie 4.0, mentre un altro 4% può fregiarsi del titolo di "campione digitale". Ma per tanti altri imprenditori il cammino verso la digitalizzazione è ancora molto lungo. E' quanto emerge dalla fotografia scattata da Unioncamere sulle 1.151 imprese che hanno effettuato il test di maturità digitale "SELI 4.0"

Visualizza altre news >>

## 2) Valutazione della maturità digitale delle imprese



Collegati al sito  
[www.puntoimpresadigitale.camcom.it](http://www.puntoimpresadigitale.camcom.it)  
e seleziona digital assessment



Al Selfi4.0 potrà seguire Zoom4.0, una valutazione gratuita più approfondita, effettuata da un digital promoter presso l'azienda.

e l'assistenza di un **Digital Mentor**

*Vuoi approfondire il tuo grado di maturità digitale?*

***Contatta il PID!***



# Agenda:

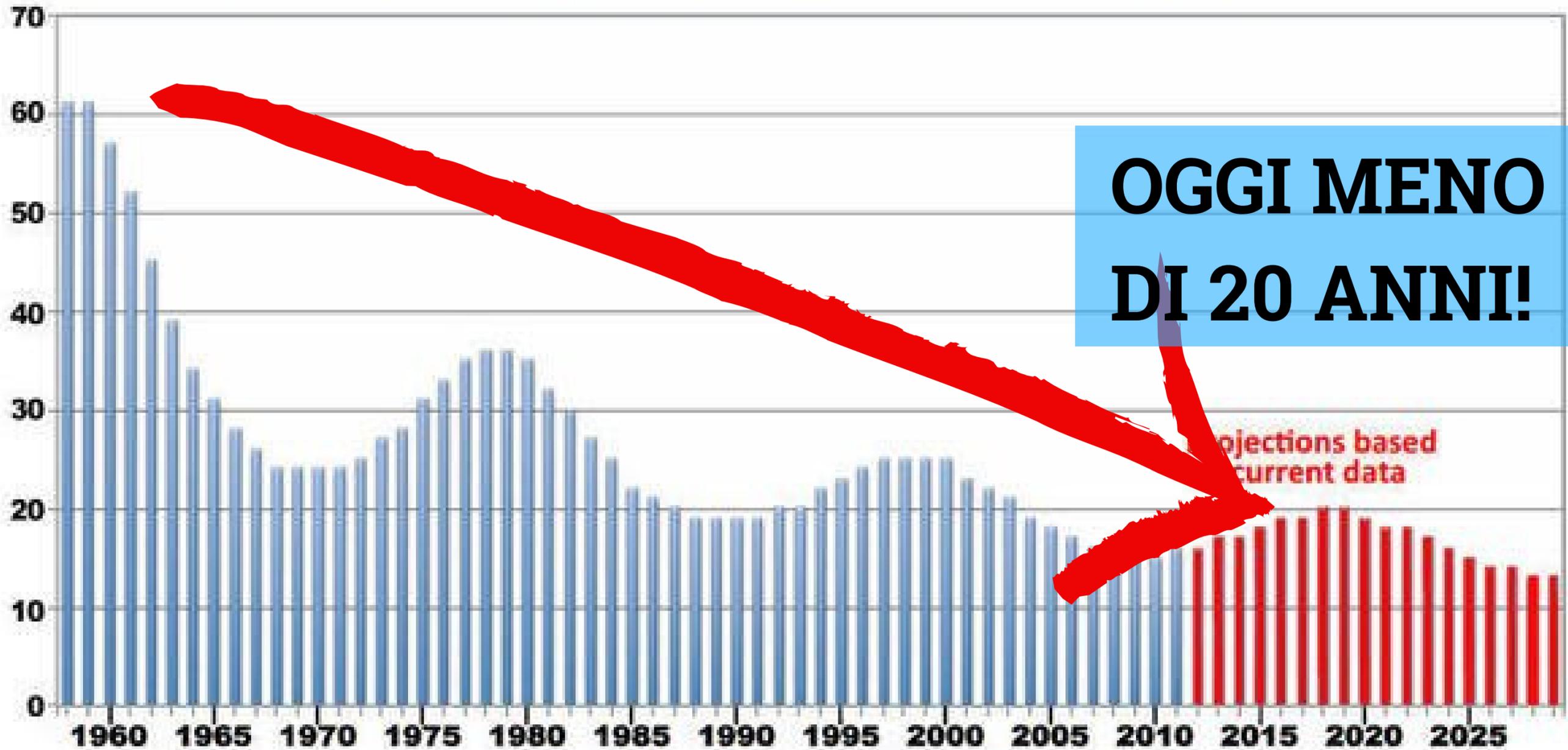
Cos' è cambiato

Modelli di trasformazione

Criticità e leve per il successo

Approccio base

■ Average company lifespan on S&P 500 Index (in years)



**OGGI MENO  
DI 20 ANNI!**

*Year (each data point represents a rolling 7-year average of average lifespan)*

DATA: INNOSIGHT/Richard N. Foster/Standard & Poor's

**Table 3: A Dramatically Different Top 12**

TOP 12 IN 2018	MARKET CAP (\$B)	TOP 12 IN 2015	MARKET CAP (\$B)	TOP 12 IN 2000	MARKET CAP (\$B)
Apple	\$896	Apple	\$710	General Electric	\$474
Alphabet/Google	\$782	Alphabet/Google	\$449	ExxonMobil	\$302
Microsoft	\$682	Microsoft	\$368	Pfizer	\$290
Amazon	\$629	ExxonMobil	\$334	Citigroup	\$287
Tencent	\$540	Wells Fargo	\$297	Cisco	\$275
Facebook	\$521	Johnson & Johnson	\$274	Wal-Mart Stores	\$287
Berkshire Hathaway	\$519	Facebook	\$272	Microsoft	\$231
Alibaba	\$467	General Electric	\$259	AIG	\$229
Johnson & Johnson	\$395	JP Morgan Chase	\$255	Merck	\$216
JP Morgan Chase	\$389	Amazon	\$247	Intel	\$202
Exxon Mobil	\$371	Wal-Mart Stores	\$230	Johnson & Johnson	\$181
Wal-Mart Stores	\$310	Procter & Gamble	\$218	Coca-Cola	\$164

Data: Bloomberg; 2018 valuations as of 1/18/18

### Brand Values in Billions \$



Note: Forbes considered only companies with a presence in the U.S. market

Industry					
Alcohol	Beverages	Diversified	Leisure	Restaurants	Telecom
Apparel	Business Services	Financial Services	Luxury	Retail	Tobacco
Automotive	Consumer Packaged Goods	Heavy Equipment	Media	Technology	Transportation

Article & Sources:  
<https://howmuch.net/articles/the-worlds-most-valuable-brands-2019>  
 Forbes - <https://www.forbes.com>

# CAMBIO DI PARADIGMA

I mercati sono guidati dall'offerta  
per un'esponenziale accesso alle informazioni

Nuovi competitor all'orizzonte

Piattaforme che abilitano nuovi attori e creano nuovi mercati

**CLIENTE**

BISOGNI



Motori di ricerca,  
social network, video,  
comparatori,...



**ACQUISTO**



Materiali grezzi



Prodotti

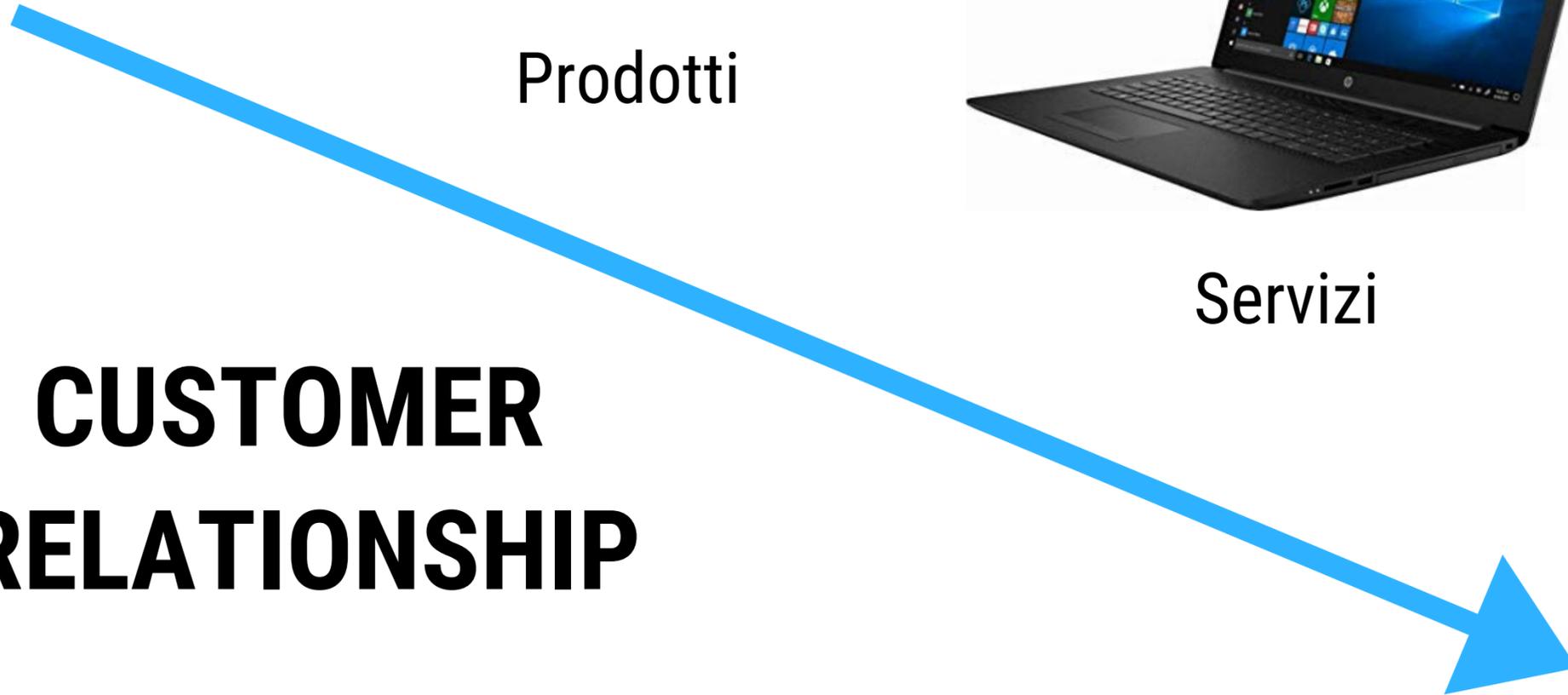


Servizi



Esperienza

**CUSTOMER  
RELATIONSHIP**





Agilità di acquisto



Tutto a portata...di click!



Recensioni e valutazioni dei pari



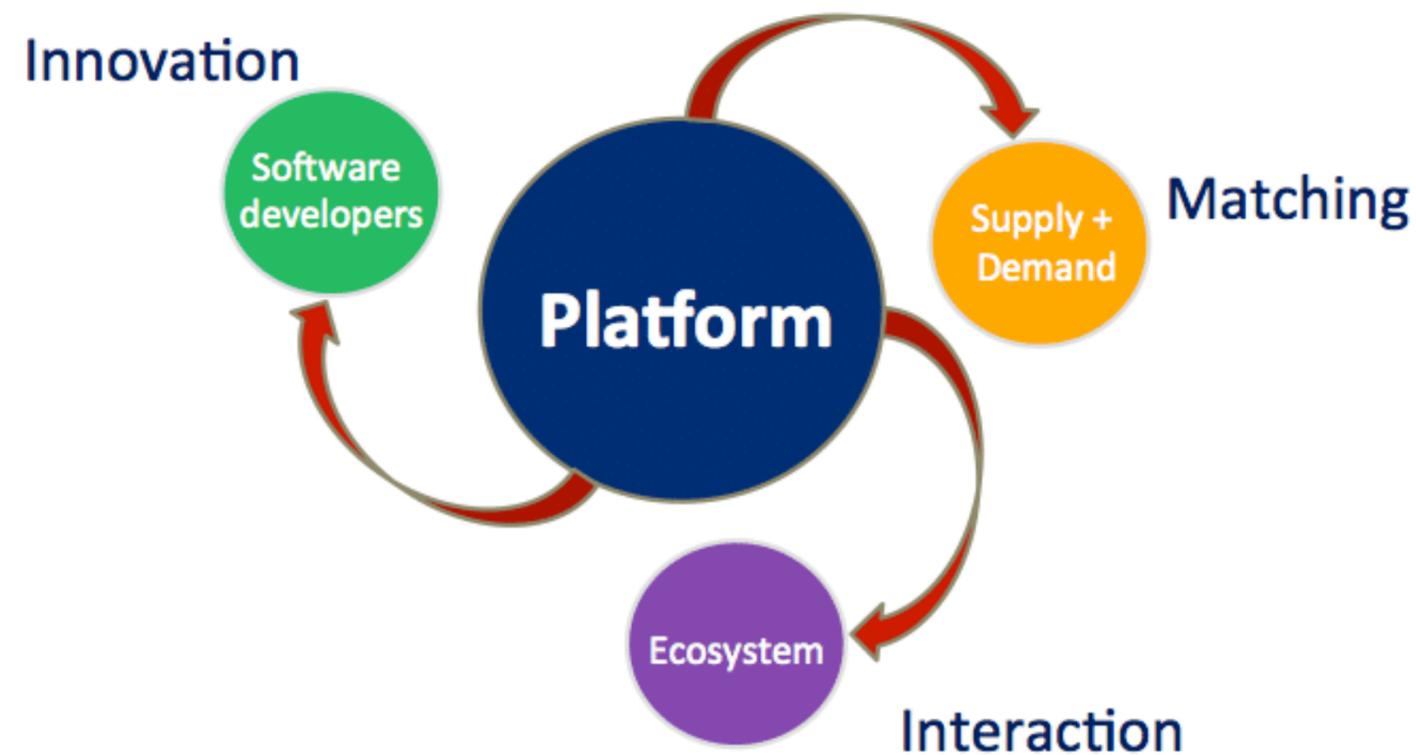
Facilità reperire informazioni per  
processo di acquisto



Aspettative sui processi

Si tratta di veri e propri abilitatori dell'ecosistema, sono luoghi virtuali in cui si incontra la domanda e l'offerta. Sono nuove forme strutturali per la trasformazione del valore.

La loro nascita ha permesso di superare limiti strutturali tra gli attori del mercato, complice l'utilizzo della tecnologia.



Si tratta di una social support community b2b costituita da più di 15.000 utenti (system integrator, installatori, appassionati di domotica, studenti) che la utilizzano per supportarsi vicendevolmente, fare networking e business.

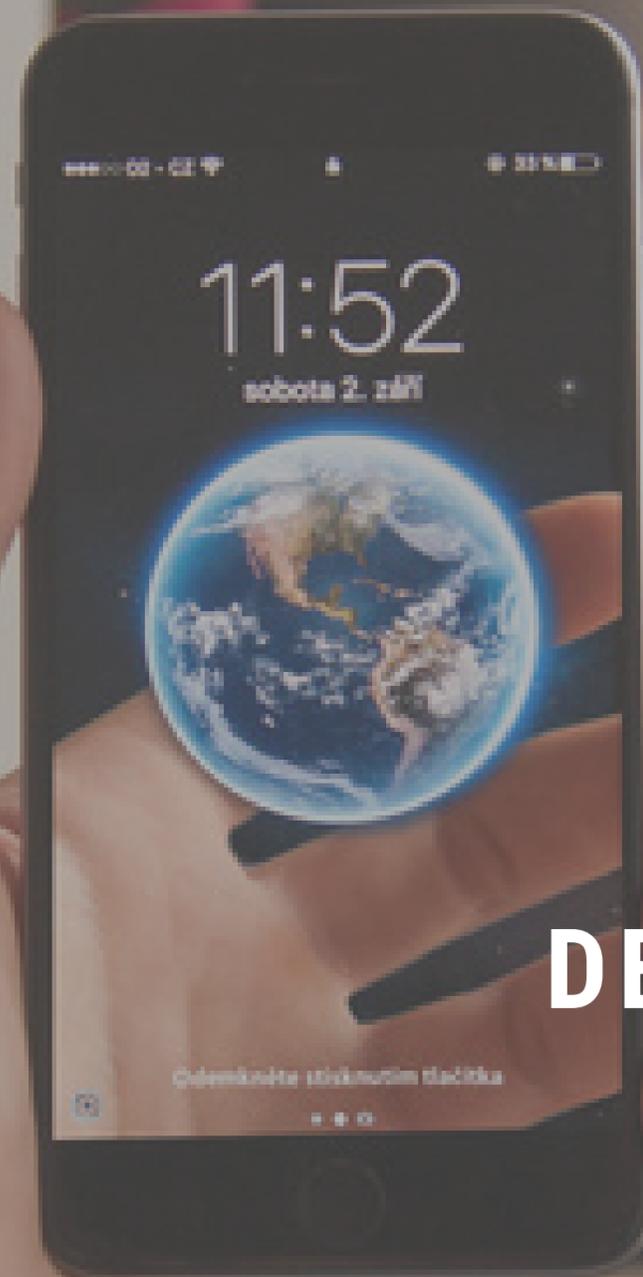
The screenshot shows the MyOpen website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'entra', 'iscriviti', 'contatti', and 'Italiano', along with social media icons for RSS and Twitter, and the 'legrand bticino' logo. Below the navigation bar is the 'MY OPEN' logo, a search icon, and a menu icon. The main content area features a large banner image of a man and a woman holding a tablet and a smartphone. To the right of the banner are two call-to-action buttons: 'Accedi al forum' (Access the forum) and 'Pubblicizza la tua soluzione' (Publish your solution). Below the banner are three columns: 'Sistemi integrati' (Integrated systems), 'Blog' (Blog), and 'Vetrina delle soluzioni' (Solution showcase). The 'Sistemi integrati' section contains text about Eliot BTicino. The 'Blog' section features a post titled 'Virtual Reality enters into the online shopping' by BT\_Lorenzo. The 'Vetrina delle soluzioni' section displays a solution named 'OpenWebNet' with a rating of 5 stars and 5,687 views.

BlaBlaCar è la più grande piattaforma di carpooling al mondo. Mette in contatto automobilisti con posti liberi a bordo con passeggeri che viaggiano nella stessa direzione su tratte lunghe in media 300 km. Con 80 milioni di utenti nel mondo e oltre 25 milioni di viaggiatori ogni trimestre, BlaBlaCar ha creato una nuova rete di trasporto. Il modello di business in Italia è passato da una retention fee ad un abbonamento temporale, ma è flessibile e si adatta da Paese a Paese



[Trova](#) [Offri un passaggio](#) [Iscriviti](#) [Accedi](#)





**ABILITATORE  
DELL'INNOVAZIONE E  
DEI COMPORTAMENTI UMANI  
UN MEZZO, NON UN FINE**

**LUXOTTICA**  
**G R O U P**

Luxottica Group è leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con un portafoglio marchi forte e ben bilanciato sia di proprietà, tra cui Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples e Alain Mikli, sia in licenza, come Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino e Versace.

**Safilo**<sup>®</sup>  
GROUP

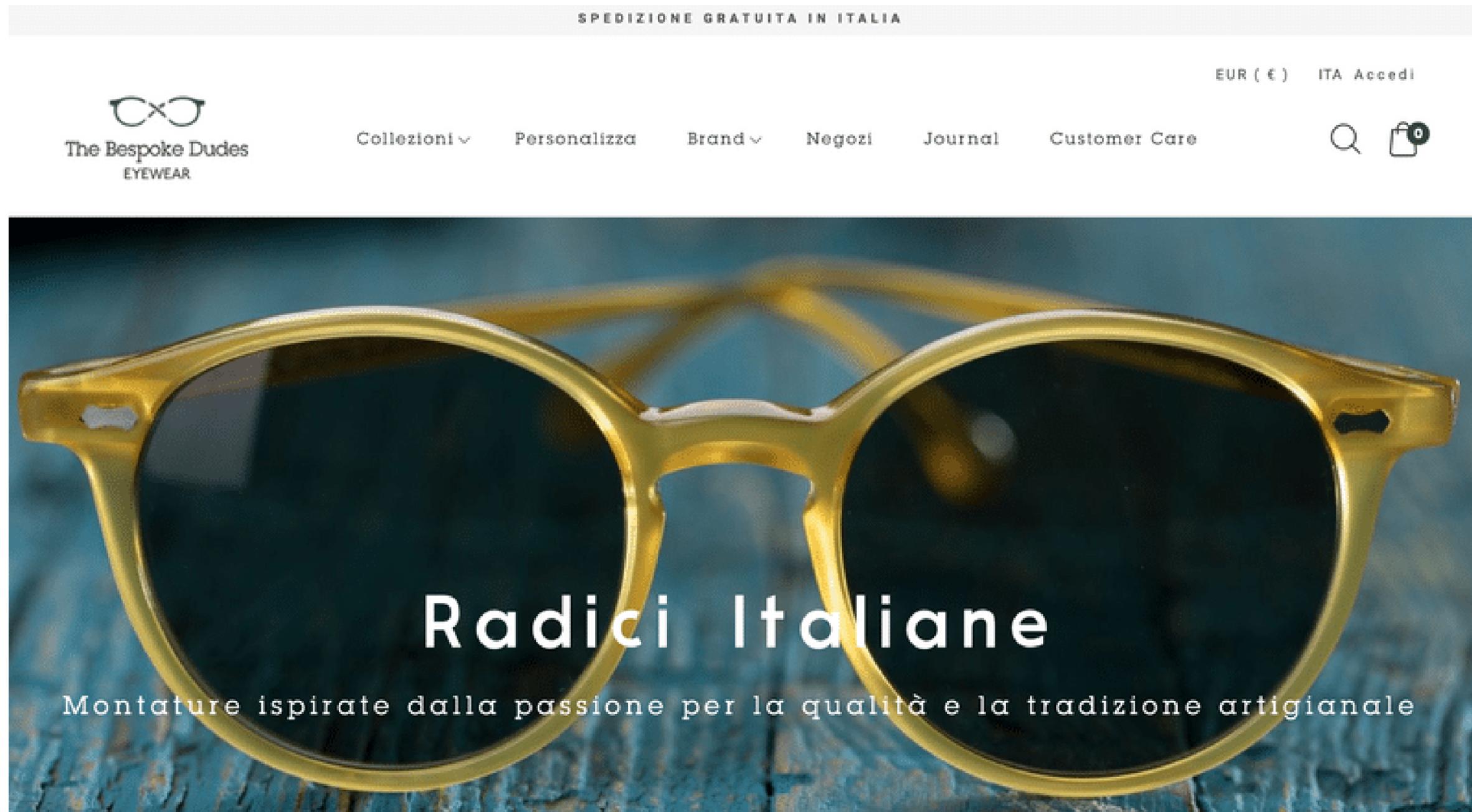


K E R I N G



The Bespoke Dudes  
EYEWEAR

Una giovane startup italiana, che oggi vende circa 10.000 paia di occhiali all'anno grazie all'online e ad una rete di 170 distributori in tutto il mondo, senza una rete di agenti di vendita.



- 1. NUOVI MODELLI DI SCAMBIO**
- 2. FREEMIUM**
- 3. PERSONALIZZAZIONE SPINTA**
- 4. DA POSSESSO AD ACCESSO**
- 5. DIRETTO AI CONSUMATORI**

Più efficiente di Google Maps fornisce in tempo reale la situazione del traffico sulla base delle segnalazioni degli utenti. L'auto diventa un partner media a tutti gli effetti grazie al marketing geolocalizzato



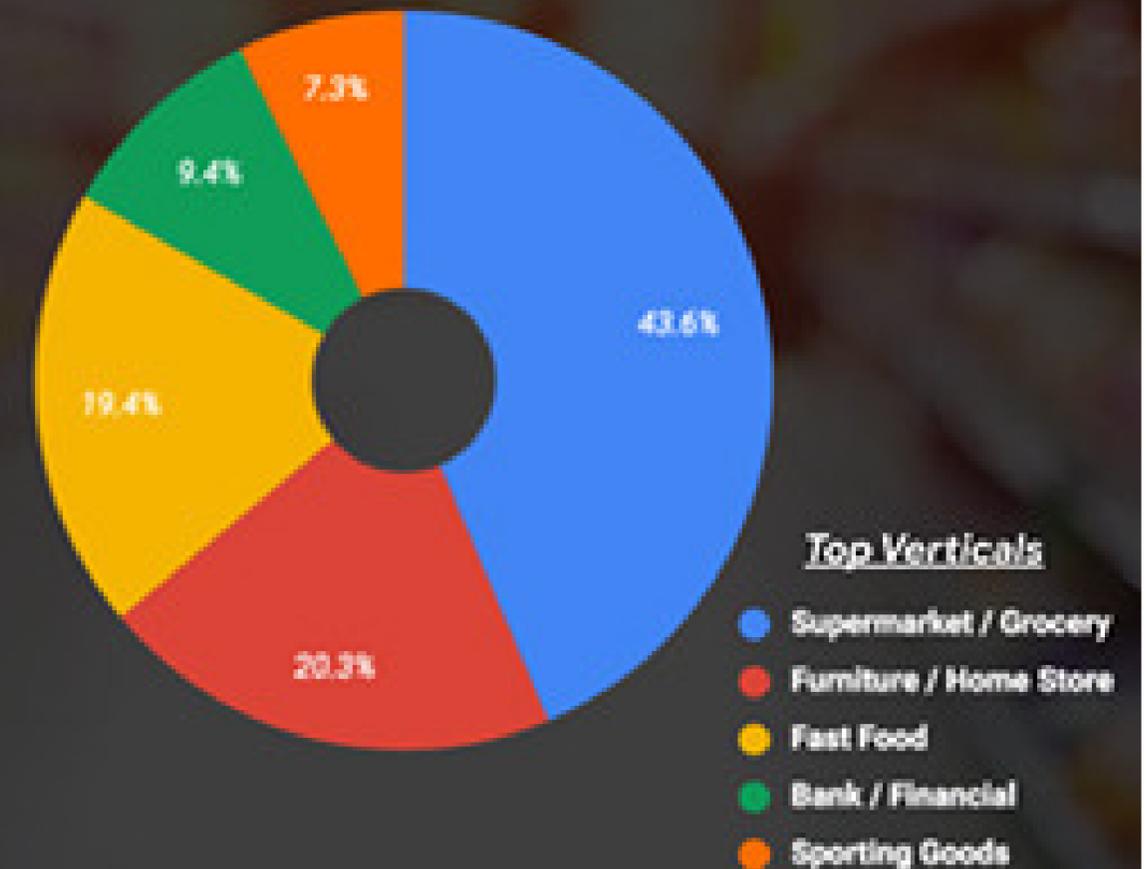
## The Community heavily relies on Waze to navigate to your Store

+57% growth of Navigations towards Retailers in 2018

Retail Navigations Trend In Italy - 2018



Navigations Share In Italy - 2018



## It's all about **Growth!**

Strong yearly growth in Navigations on many Retail categories

**55%**

Supermarket/  
Groceries



**57%**

Fashion &  
Clothing



**41%**

Furniture/  
Home Store



**59%**

QSR



**40%**

Shopping  
Center



**57%**

Electronics



**Le funzionalità base sono gratuite, diventano a pagamento seconda di utenti, opzionalità e contenuti**

The screenshot shows the Xtensio pricing page. At the top, there is a navigation bar with links for Tour, Templates, Community, Pricing, Sign In, and a prominent 'Get Started - Free' button. The main content area is titled 'Simple Pricing' and includes a note: 'No credit card required. Cancel any time.' Below this, there are radio buttons for 'Pay yearly' and 'Pay monthly'. The pricing table consists of four columns representing different plans: FREE, PRO, BUSINESS, and ENTERPRISE. Each plan column lists its price, a description, and a call-to-action button. Below the pricing table, there is a table of features and their availability across the plans.

	FREE	PRO	BUSINESS	ENTERPRISE
	Ideal for teams getting started	A branded, collaborative workspace for freelancers and micro teams	Xtensio's most powerful features for small to medium sized teams	Let's discuss your needs
	<b>\$0</b> /person/month	<b>\$15</b> /person/month paid annually	<b>\$25</b> /person/month paid annually	<b>Custom</b>
	<a href="#">Get Started - Free</a>	<a href="#">Get started and upgrade as needed</a>	<a href="#">Get started and upgrade as needed</a>	<a href="#">Schedule a Demo</a>
USAGE				
Folios	2	10	Unlimited	Unlimited
Seats	Unlimited	\$15/person/month	\$25/person/month	Custom
Image Upload Limit	1 MB/image	5 MB/image	5 MB/image	10 MB/image
Revision History	2 weeks	3 months	6 months	Unlimited
Remove Xtensio Branding	—	✓	✓	✓

Search

CONVERSE

Log In / Sign Up My Account Order Status Wishlist Cart (0)

Shop Create

Start Over 10/18 Completed

Color Print

Choose a color or print

Choose a color

Star Player EV  
Ox Canvas

\$70.00

Add To Cart

Save

Share

Get Image

More Views

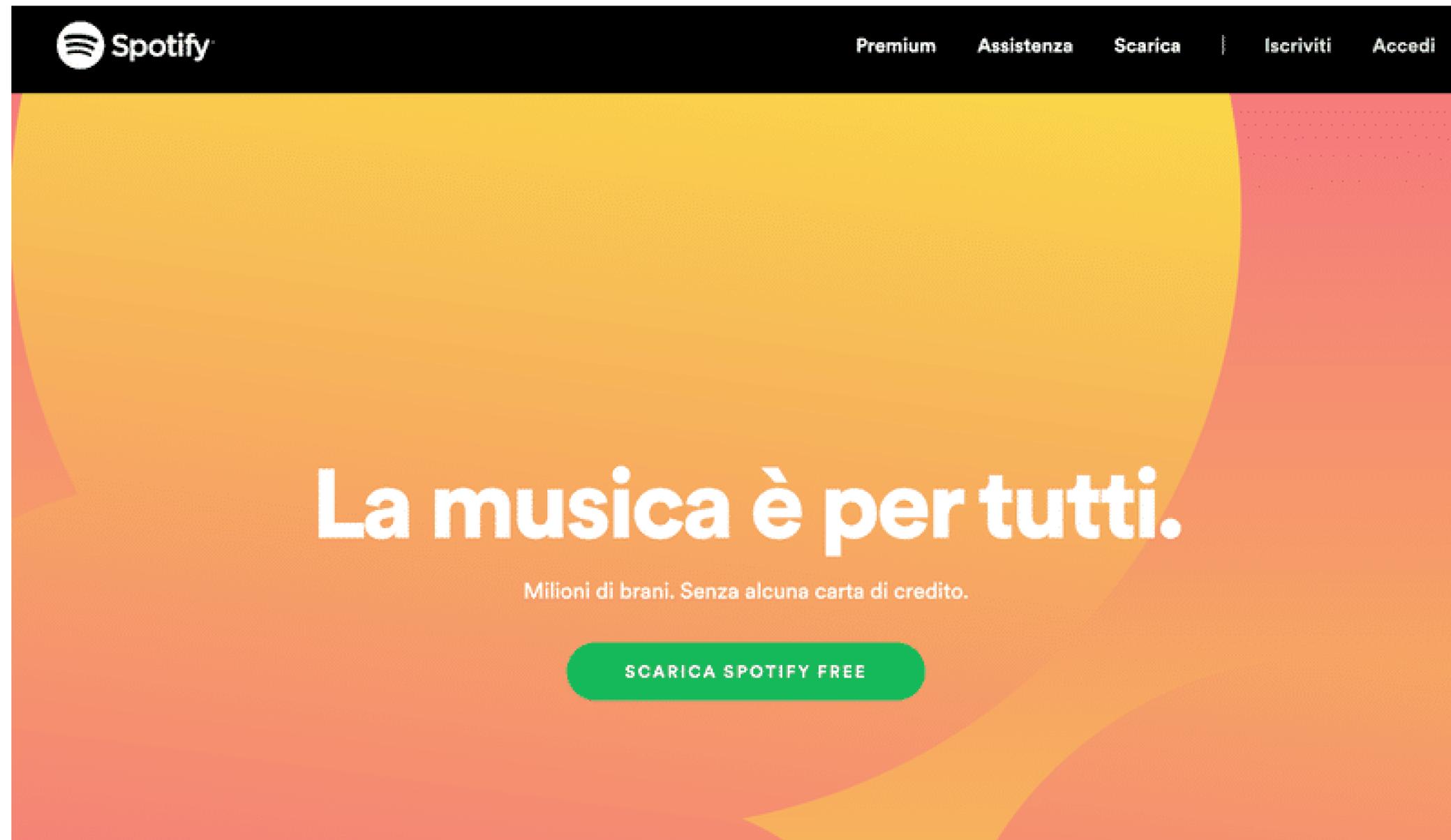
CONVERSE Design Your Own

The DNA of the original, changed up. Inspired by the All Star sneaker with the addition of an eyerow, padded collar and a Star Chevron logo. Canvas upper.

ESTIMATED DELIVERY  
2 TO 3 WEEKS  
CONVERSE

**E' possibile "creare"  
il proprio prodotto  
su misura**

**La fruizione del prodotto diventa un "servizio".  
Il cliente richiede solo l'utilizzo e non il trasferimento di proprietà**



**La marca di piumini di New York, Buffy, offre un piumino alternativo ad un prezzo accessibile di \$120.**

**L'azienda consente di provare la merce per 30 giorni prima dell'addebito: se si decide di non confermare, è possibile restituire la merce.**



L'INTERPRETAZIONE DEL DIGITALE OFFRE QUINDI DELLE GRANDI CHANCE.  
MA A COSA BISOGNA PRESTARE ATTENZIONE?



## COMPLESSITA'

I cambiamenti sono guidati  
oggi dai dati

## MENTALITA'

Le logiche tradizionali sono  
messe in discussione. La  
sfida più grande è andare  
oltre, i nuovi player hanno un  
nuovo approccio

## VELOCITA'

Sbagliare in ambiente  
controllato e anticipare la  
concorrenza.

## CREDIBILITA'

Occorre consapevolezza: il  
mercato si accorge se non  
stiamo facendo sul serio



## BENEFICI

Non sono chiari i benefici di una piena partecipazione di tutte le persone nell'azienda

## RESPONSABILITA'

Manca una chiara assegnazione delle responsabilità, si perde tempo in inutili riunioni poco efficaci

## CONVINZIONE

Le nuove regole richiedono un nuovo sforzo e modalità di pensiero, spesso chi detiene la leadership è il primo a non supportare

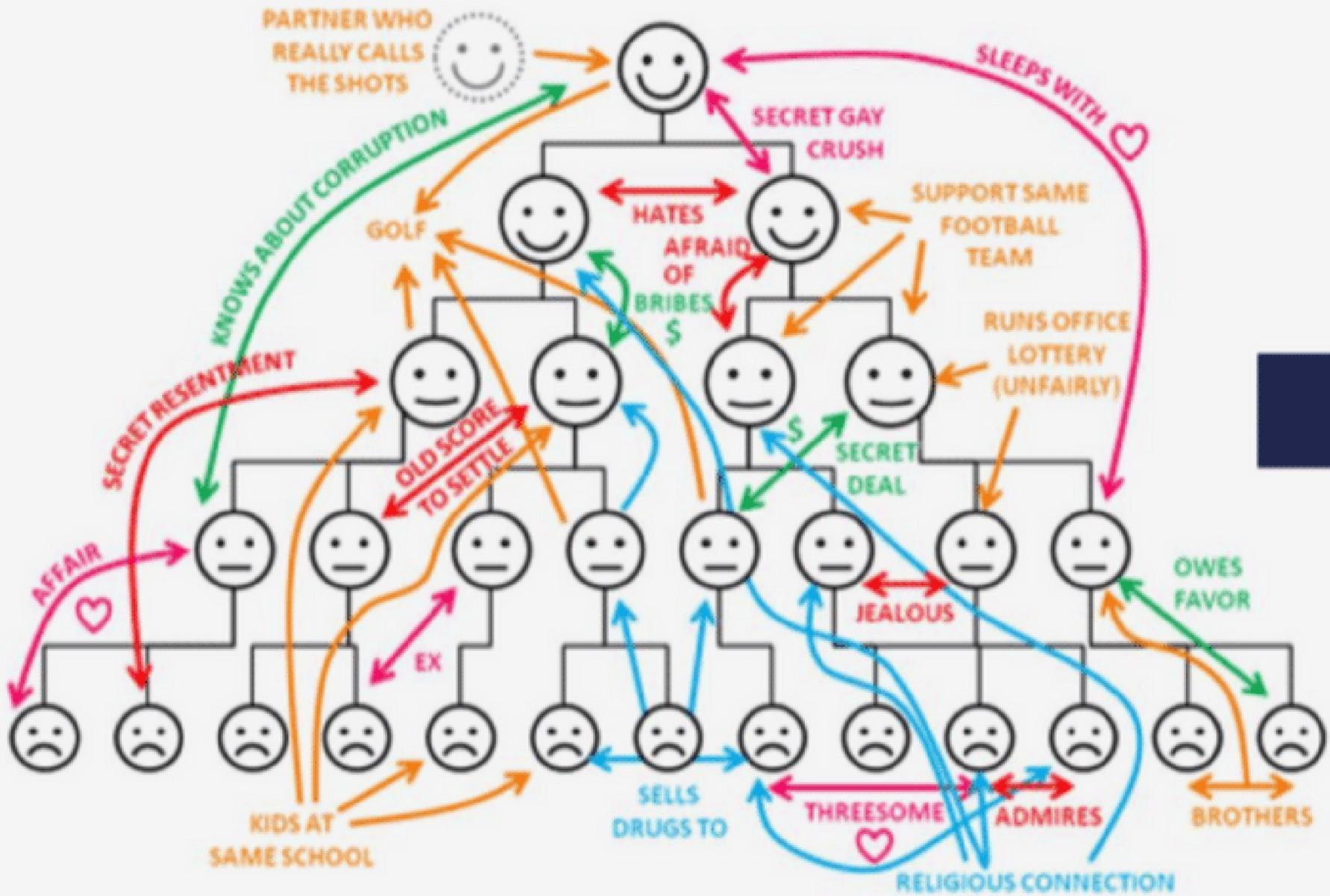
## COINVOLGIMENTO

Spesso le persone non sono al corrente dei piani e delle attività da seguire

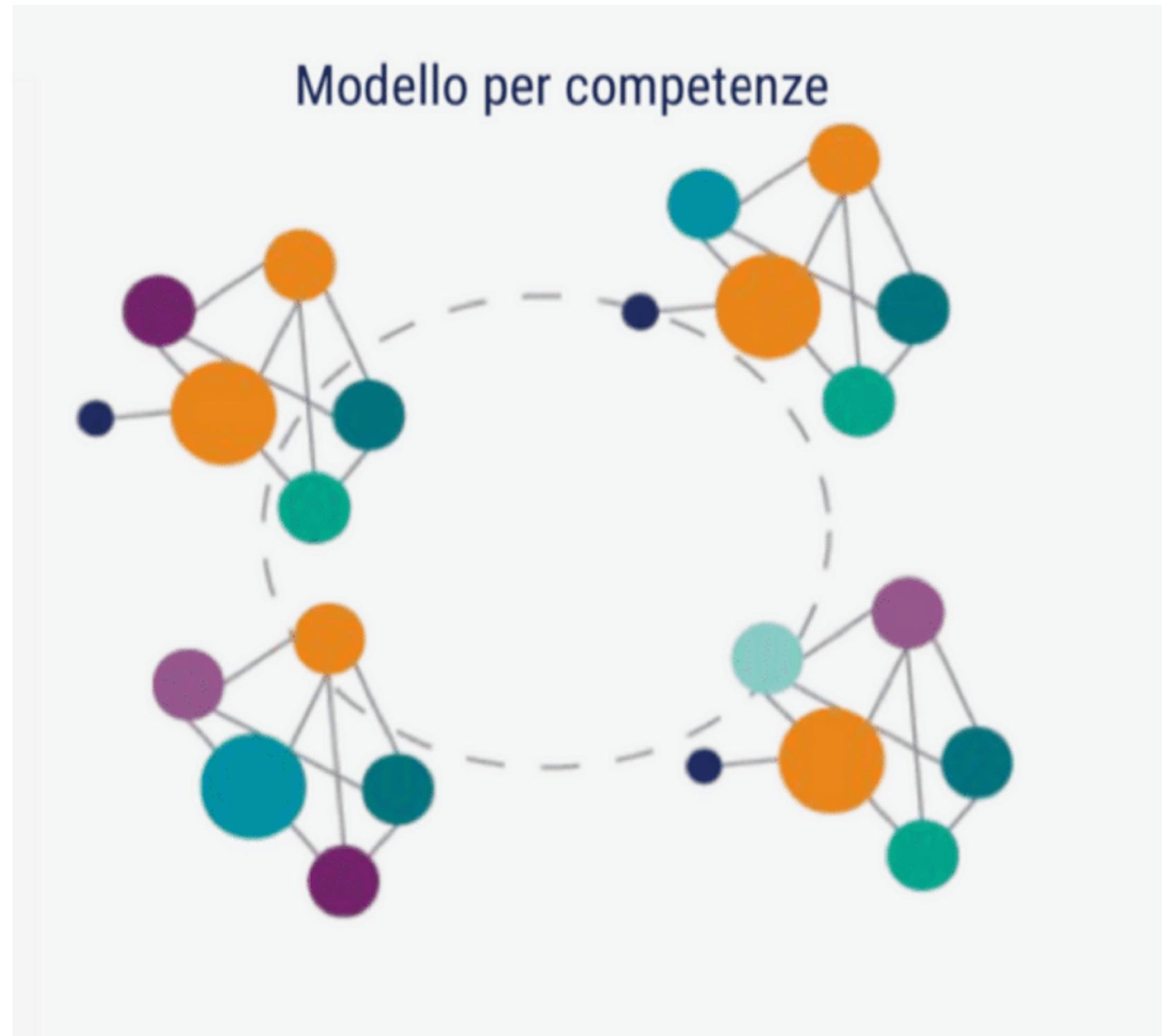
- 1. QUALITATIVO:** si tratta di interviste dirette, approfondite entrando in empatia con i clienti (interni ed esterni). Attraverso queste indagini è possibile scovare bisogni nascosti e i comportamenti naturali delle persone.
- 2. QUANTITATIVO:** si tratta di interviste su larga scala, di solito in seguito a quelle qualitative e in grandi numeri, attraverso piattaforme on line. Da queste si ottengono dati più solidi, utili ad esplorazioni approfondite su base statistica.

# I MODELLI DI RELAZIONI

Modello tradizionale



# I NUOVI MODELLI DI RELAZIONI



# OBIETTIVI DELL'ASSESSMENT

## **CONSAPEVOLEZZA COMPETENZE**

Si scoprono opportunità di nuove figure da inserire nell'organizzazione

## **CONSAPEVOLEZZA CONOSCENZE**

Si mappa la presenza di conoscenze presenti, aprendo spiragli per l'aggiornamento

## **CONOSCENZA STATO DELL'ARTE**

Si delineano meglio gli obiettivi per il futuro

## **CONOSCENZA STATO DELLE RESISTENZE**

L'apertura al cambiamento è il caposaldo della trasformazione

**IMPLEMENTAZIONE**

**ESECUZIONE**

**ORGANIZZAZIONE**

**STRATEGIE**

**ASPETTATIVE**

**OBIETTIVI**

**MENTALITA'**

**VANTAGGIO  
COMPETITIVO**

**VANTAGGIO  
FINANZIARIO**

**VANTAGGIO  
CULTURALE**

**INCREMENTO  
PROFITTI**

**INCREMENTO  
EFFICIENZA  
AZIENDALE**

**MIGLIORAMENTO  
TIME-TO-MARKET**

## **CUSTOMER DISCOVERY JOURNEY:**

- **interviste ai clienti**
- **mappa dei punti di contatto**
- **sviluppo personas**

## **ASSESSMENT:**

- **qualitativo**
- **quantitativo**

## **ANALISI DELLA CONCORRENZA**

- **diretti, indiretti**
- **potenziali mercato attuale**
- **potenziali mercati attigui**

**ROME WASN'T BUILT  
IN A DAY!**

**DOMANDE?**



# Il Punto Impresa Digitale: contatti

[www.puntoimpresadigitale.camcom.it](http://www.puntoimpresadigitale.camcom.it)

## **Responsabile Punto Impresa Digitale**

Luisa Silvestro

Tel 0171 318765

Mail: [pid.cciaa@cn.camcom.it](mailto:pid.cciaa@cn.camcom.it)

## **Digital Promoter**

Cristian Ranallo

Tel. 0171 318704

Mail: [cristian.ranallo@cn.camcom.it](mailto:cristian.ranallo@cn.camcom.it)



**GRAZIE!**