

Social Business Forum 2013, il futuro digitale è oggi

La trasformazione è in atto, perderla significa venire surclassati. Come la Social Business Transformation cambia "la pelle" delle aziende italiane. E sullo sfondo, il cliente attende poco paziente...



Rosario Sica, Ceo e
Co-founder di Openknowledge

3600 partecipanti, oltre 150 speaker e 60 casi aziendali: il mondo digitale, che vuole interrogarsi sull'azienda sempre più "social" si incontrerà, con numeri importanti, il 12 e 13 giugno 2013 a Milano, presso l'Hotel Marriott. Per capire per quale motivo questo evento è oggi il riferimento europeo in tema di Social Business Transformation, è necessario andare alla genesi del convegno.

Si è nel 2008, il forum nasce in occasione del decennale di fondazione dell'Università dell'Insubria. Al tempo si parlava di evento sul web 2.0 e sull'enterprise 2.0. Il successo fu subito importante, e arricchito dalla presenza di esperti di livello mondiale (i famosi evangelist). Oggi l'evento, emanazione dalla società di consulenza in tema di web 2.0 OpenKnowledge, tocca con mano l'evoluzione che concetti come collaboration, communication e innovation hanno all'interno delle aziende italiane. L'evento sarà diviso in Keynote Speech, con esperti e visionari provenienti da tutto il mondo, case history e workshop tematici.

Diverse le aree tematiche sulle quali si discuterà: innanzitutto la Social Business Transformation, e le strategie per svilupparla; seguono poi l'ambito della collaboration interna all'azienda,

ossia tra dipendenti, e il customer engagement. Inoltre, ampio spazio verrà dedicato alle tecnologie, quali fattori abilitanti dei nuovi processi.

Durante tutta la durata del Social Business Forum 2013, sarà attiva l'Expo Pavilion, un'area dedicata ad accesso libero, dove provare e testare con mano le soluzioni leader di enterprise social software.

Innovare per capire il mercato

Lo "stato di salute" delle aziende italiane, in tema di innovazione digitale e apertura al Social è difficilmente definibile. Vi sono infatti aziende, come spiega Rosario Sica, Ceo e Co-founder di Openknowledge: "Che hanno implementato progetti di modernizzazione a 360 gradi, come Barilla. In altri casi, invece, sarà interessante raccontare come le aziende sono riuscite a ottenere buoni risultati su aspetti o progetti specifici. Si veda il caso - che sarà raccontato nella due giorni - del learning di Zegna o della comunicazione interna di Illy".

Un altro tema di stretta attualità è quello della gestione dei Big Data: "Da noi considerato molto importante, in quanto in grado di organizzare in modo intelligente le aziende, che potranno conoscere in modo più approfondito sia i dati elaborati 'fuori', dal Social web, che dentro, attraverso le piattaforme di Social Collaboration. Tool analitici sono già a disposizione per capire come si modificano le relazioni tra i dipendenti e tra l'azienda e i suoi clienti; tool che possono agire e fornire informazioni sia a consuntivo che preventive".

Nel panorama merceologico italiano attuale, Sica non individua particolare categorie più sensibili alla Social Business Transformation.

Preferisce invece parlare di funzioni aziendali più o meno progressiste, in merito al tema. "Per esempio, il marketing è la funzione aziendale che per prima ha iniziato a guardare fuori dai confini dell'impresa, al comportamento dei clienti, per questo possiede una maturità maggiore e strumenti tecnologici più avanzati. Altre funzioni, come le risorse umane, sono invece in posizione più attendista".

Il cliente è già oltre

Come si comportano, invece, i clienti? Qual è il loro percepito delle aziende che cambiano? Secondo Sica, i clienti possiedono aspettative altissime, che non sempre le aziende riescono a soddisfare. Sono ancora troppe le aziende che sono nella prima fase di approccio alla Social Business Transformation. Ma i clienti, spiega il manager: "Sono già più avanti. E se l'azienda propone un servizio di customer care su Facebook, l'utente si attende trasparenza, puntualità, servizio. Se non si intende rispettare questo livello di qualità attesa, meglio che lasci perdere. Per fortuna sono molte le aziende che hanno avvertito questa urgenza di rinnovamento, e si sono messe a disposizione del cambiamento. Certo, occorre modificare approccio, per arrivare a risultati soddisfacenti, e per esempio smettere di considerare il responsabile It come separato dalle altre aree aziendali. Questa visione ancora per silos è penalizzante e non aiuta l'integrazione digitale".

Cosa si deve attendere, chi sarà presente alla due giorni milanese? "Di partecipare - conclude Sica - all'evento più importante, in Europa, sul futuro del Social Business, che a breve non avrà più necessità dell'aggettivo 'social'".

E. G.

