

Studio IBM: i vertici aziendali considerano la “Uberizzazione” come la principale minaccia per il business del futuro

Il 24 per cento dei CxO delle imprese di successo è più incline a concentrarsi sul Cognitive Computing

Milano - 03 nov 2015: Un nuovo studio di IBM (NYSE: IBM) evidenzia come il trend della “Uberizzazione”, ossia lo sconvolgimento di un settore causato da un concorrente imprevisto, sia diventato un problema dominante per i vertici aziendali. In soli due anni, la percentuale dei top manager che prevedono di dover affrontare un competitor proveniente dall'esterno del loro settore è aumentata di più di un quarto - passando dal 43 per cento del 2013 al 54 per cento attuale. Lo studio IBM, intitolato “*Redefining Boundaries: Insights from the Global C-suite Study*”, si basa su interviste raccolte da più di 5.200 fra CEO, CMO, CFO, CIO e altri dirigenti di vertice provenienti da oltre 70 paesi e 21 settori industriali. Gli intervistati - la maggior parte dei quali è stata coinvolta in interviste face-to-face - rappresentano un'ampia gamma di imprese del settore pubblico e privato.

Il report, condotto dall'[Institute for Business Value](#) di IBM, rivela che attualmente i CxO prevedono che la convergenza industriale sarà la forza principale che influirà sulle loro attività nei prossimi tre-cinque anni e che le imprese con le migliori prestazioni daranno maggiore priorità al cognitive computing rispetto alle imprese con minore successo (definite market-follower).

“Quando si tratta di concorrenza, i top manager hanno una nuova minaccia da tenere in considerazione, che spesso è difficile da identificare fino a quando ormai è troppo tardi rimediare” afferma Bridget van Kralingen, senior vice president di IBM Global Business Services. *“Al contempo, i performer migliori vedono progressi in aree come il cognitive computing che possono aiutare a gestire eventi “disruptive”, fornendo indicazioni utili a tutti gli executive.”*

I top manager delle società con le performance migliori sono il 24 per cento più inclini a focalizzarsi sul cognitive computing. Lo studio consiglia alle imprese di usare la predictive e la cognitive analytics per prevedere cosa potrebbe accadere con maggiore precisione e per affrontare i competitor imprevisti.

Attenzione agli “intrusi” indesiderati

Il rischio maggiore per le attività di business solitamente era costituito da un nuovo concorrente con un'offerta migliore oppure più economica, il che rendeva relativamente facile modificare le strategie. Oggi gli operatori storici sono minacciati da nuovi concorrenti con business model completamente diversi, e da attori

più piccoli e più agili che non sono gravati dal peso di una vecchia infrastruttura.

“La minaccia più grande è rappresentata dai nuovi concorrenti che non sono ancora classificati come tali” afferma Piotr Ruszowski, CMO di Mondial Assistance.

Il quarantotto per cento dei CxO riconosce l'esigenza di una maggior decentralizzazione del processo decisionale. Il cinquantaquattro per cento sta cercando di integrare l'innovazione da fonti esterne e il 70 per cento ha in programma di ampliare il network dei suoi partner.

Utilizzare e sfruttare il feedback dei clienti, non limitarsi a richiederlo

Molti CxO intervistati hanno ammesso spontaneamente che hanno difficoltà a intuire cosa succederà in futuro. Eppure, quando si tratta di identificare ed esplorare nuove tendenze e tecnologie, si scopre che solo la metà degli intervistati utilizza il feedback dei propri clienti. Questo nonostante il fatto che nella [IBM Global C-Suite Study del 2013](#) il 60 per cento dei CEO aveva affermato di avere in programma di coinvolgere direttamente i propri clienti e di applicare attivamente quanto appreso per fissare le rispettive agende aziendali. Due anni dopo, questa resta ancora una lacuna che attende di essere colmata.

La maggior parte dei CxO prevede di cambiare il modo in cui la propria organizzazione si relaziona con i clienti. Il sessantasei per cento dei CxO si aspetta di concentrarsi sui clienti come singoli individui - il 22 per cento in più rispetto al 2013 - e l'81 per cento ha in programma di favorire una maggiore interazione digitale, con un incremento del 19 per cento rispetto a due anni fa.

“Prevediamo di fare un maggiore affidamento su partnership e collaborazioni, e sull'innovazione ascoltando i clienti e sviluppando delle soluzioni insieme” sostiene David Mills, CEO di Ricoh Europe, Regno Unito.

Ruolo e rischi della tecnologia

Negli ultimi tre studi sui C-suite realizzati dall'IBM Institute for Business Value, i CEO hanno posto la tecnologia in cima all'elenco dei fattori esterni che influiscono sulle loro organizzazioni. Attualmente, per la prima volta, tutti gli executive - indipendentemente dal ruolo - identificano la tecnologia come la forza esterna più importante che influisce sulla loro impresa.

I CxO ritengono che cloud computing, soluzioni mobile, Internet of Things e cognitive computing siano le tecnologie che più verosimilmente rivoluzioneranno la loro attività. Parlando di rischi, due anni fa l'IT security occupava una bassa posizione nel ranking dei problemi, mentre adesso il 68 per cento degli intervistati pone l'IT security al primo posto nella lista dei rischi aziendali.

Global C-Suite Study IBM

L'attuale Global C-suite Study è il diciottesimo della serie di studi C-suite di IBM. IBM ha condotto la sua

analisi con più di 5.200 top manager in tutto il mondo utilizzando un team globale di esperti di strategia aziendale, consulenti, data scientist e statistici. Ci si è avvalsi inoltre del rivoluzionario sistema cognitivo IBM Watson Analytics per trarre ulteriori informazioni da più di 7.600 risposte aperte.

Per accedere ai risultati completi dello studio: [IBM Global C-suite Study](#)

Per maggiori informazioni sull'IBM Institute for Business Value (IBV) visitate il sito www.ibm.com/iibv

Scaricate l'app dell'IBM IBV sul vostro tablet [Android](#) o [iOS](#).
