



Lo stato della trasformazione digitale industriale

Craig Melrose

EVP, Digital Transformation Solutions

Nick Leeder

VP, Digital Transformation Solutions

David Immerman

Senior Research Analyst

WHITE PAPER



Introduzione

Nel 2020 le aziende di tutto il mondo hanno dovuto affrontare una crisi imprevista e senza precedenti. La pandemia da COVID-19 e la conseguente incertezza economica hanno messo a nudo le vulnerabilità delle aziende e costretto molte di esse a riflettere sulle strategie passate, presenti e future.

In questo periodo di crisi abbiamo tuttavia assistito a una progressiva diffusione delle tecnologie digitali. [Secondo una stima dell'istituto di ricerca IDC](#), gli investimenti mondiali in servizi e tecnologie di trasformazione digitale hanno raggiunto nel 2020 la cifra di 1.300 miliardi di dollari.

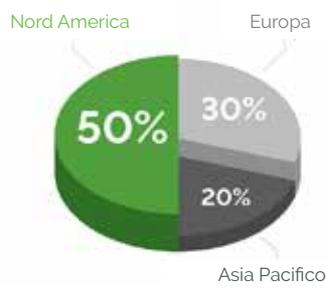
Questa stima è stata avvalorata da una nostra indagine, in base alla quale il 92% delle aziende industriali di tutto il mondo ha già intrapreso un percorso di trasformazione digitale. Ma la nostra analisi evidenzia anche alcuni aspetti critici nelle strategie di trasformazione digitale, rientranti in tre diverse fasi: pianificazione, test e attuazione. Gli schemi mentali per identificare il valore conseguibile cambiano in ciascuna fase e puntano a: comprendere dove si trova il valore (pianificazione), dimostrare che il valore esiste o è realizzabile (test) ed estendere il valore a tutta l'organizzazione (distribuzione).

In queste tre fasi, tuttavia, le aziende presentano esigenze, priorità di progetto e difficoltà diverse. In questo report, per ogni fase avalleremo le informazioni e i concetti basati sui dati estrapolati dalla nostra indagine globale con indicazioni basate su storie di successo. Ne risulterà un framework di riferimento che le organizzazioni industriali potranno utilizzare per valutare lo stato di avanzamento del proprio percorso di trasformazione digitale e confrontare le proprie priorità con quelle del mercato.

Metodologia e dati firmografici

PTC intervista ogni anno più di 360 dirigenti di società industriali per valutare lo stato del loro percorso di trasformazione digitale. Gli intervistati ricoprono in genere ruoli decisionali nel processo di trasformazione digitale delle rispettive società. Questi dirigenti costituiscono una rappresentanza delle aziende manifatturiere e di produzione per processo di tutto il mondo.

Regione



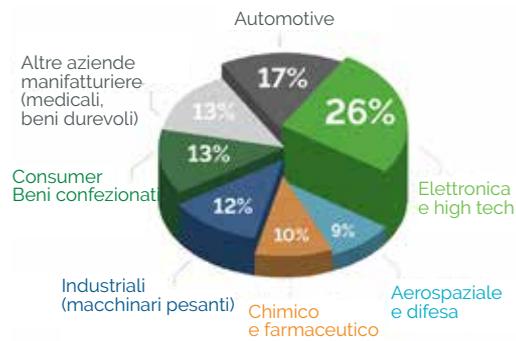
Posizione



Ruoli



Settore



Fatturato

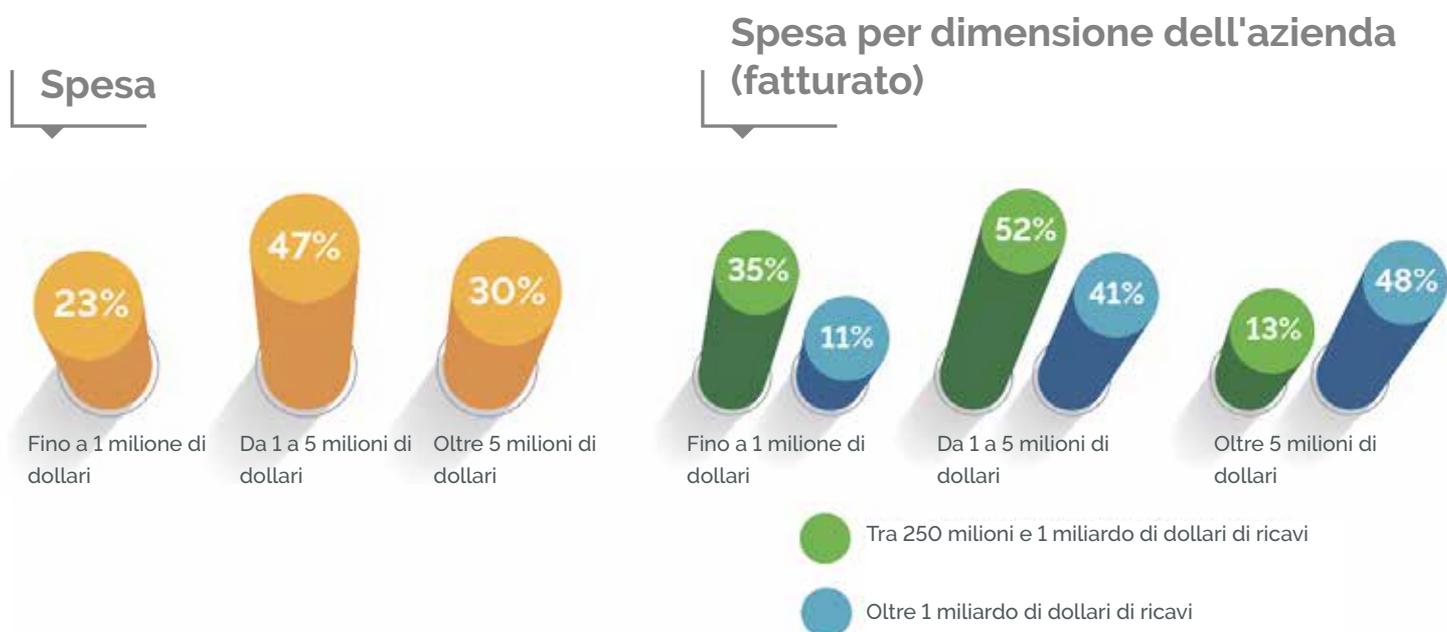


Autorità nei programmi di trasformazione digitale



Lo stato della trasformazione digitale industriale

Concetto chiave n. 1: la trasformazione digitale rappresenta un investimento annuale di almeno un milione di dollari



D: Nell'anno fiscale corrente, qual è stata la spesa approssimativa per le tecnologie di trasformazione digitale? Sondaggio condotto nel 2020. n=361

La maggior parte (70%) dei programmi di trasformazione digitale prevede una spesa annuale di oltre un milione di euro e il restante 30% di oltre 5 milioni di euro. Le grandi imprese (con un fatturato di oltre 1 miliardo di dollari) dispongono in genere di budget significativi da investire nella trasformazione digitale; quasi il 50% spende ogni anno oltre 5 milioni di dollari in progetti di trasformazione digitale.

I produttori di beni industriali (macchinari e apparecchiature pesanti) e le aziende manifatturiere (che producono dispositivi medici, beni durevoli, abbigliamento) costituiscono la maggior parte degli intervistati che ha dichiarato di investire oltre 1 milione di dollari (rispettivamente, l'83% e l'84%) e oltre 5 milioni di dollari (36% e 34%) in programmi di trasformazione digitale.

Concetto chiave n. 2: la proprietà del budget e della strategia di trasformazione digitale rimane ai dirigenti

Con investimenti annuali a sette cifre, è ragionevole che nelle grandi aziende le responsabilità dei budget e delle strategie di trasformazione digitale ricadano sui massimi dirigenti (CEO, CIO, CTO, ecc.). Quasi il 90% degli intervistati ha indicato i massimi dirigenti (denominati collettivamente CxO) come i responsabili delle strategie di trasformazione digitale, molti dei quali ne gestiscono anche i budget.

Leadership dei programmi di trasformazione digitale

Strategia di trasformazione digitale



D: Chi è responsabile della strategia e visione di trasformazione digitale nell'organizzazione? n=361

Budget per la trasformazione digitale



D: Chi è responsabile del budget per l'implementazione delle iniziative di trasformazione digitale nell'organizzazione? n=361

Nel 71% dei casi, i leader strategici dei programmi di trasformazione digitale sono CXO di indirizzo tecnologico (CIO, CTO, CDO), il 60% dei quali detiene anche la responsabilità del budget. Sebbene i leader tecnologici rivestano indubbiamente un ruolo fondamentale nei progetti digitali, i programmi prettamente tecnologici possono avere ripercussioni negative a livello commerciale. In genere, inoltre, i direttori generali e i responsabili operativi sono i beneficiari dei programmi di trasformazione digitale e, per questo motivo, devono avere potere decisionale.

Disponendo di un quadro completo dell'intera organizzazione, i CEO si trovano nella posizione ideale per promuovere questo cambiamento culturale in tutti i reparti e sfruttare al massimo i modelli aziendali e le best practice digitali.

Concetto chiave n. 3: gli obiettivi di trasformazione digitale sono equamente divisi tra costi, crescita ed esperienza

Un percorso di trasformazione digitale realmente efficiente presenta obiettivi di alto livello in ambito finanziario e operativo. Gli obiettivi di trasformazione digitale espressi dagli intervistati possono essere raggruppati in tre categorie: costi/benefici, crescita e qualità/esperienza. I risultati sono stati pressoché uniformi, dimostrando la vasta applicabilità delle iniziative di trasformazione digitale.

Obiettivi strategici basati sulla trasformazione digitale



D: Quale aspetto meglio descrive la strategia principale alla base delle iniziative di trasformazione digitale dell'organizzazione? n=361

Le aziende che fin da subito hanno finalizzato le iniziative di trasformazione digitale al miglioramento dell'efficienza operativa si trovano ora in una posizione di vantaggio per il raggiungimento degli obiettivi di crescita ed esperienza. Data l'attuale crisi economica generata dal COVID-19, la maggior parte delle aziende ([il 62% secondo la ricerca Gartner](#)) sta adottando un approccio orientato alla riduzione dei costi.

Riduzione dei costi per migliorare l'efficienza, la produttività e i margini

Le imprese industriali sono costantemente alla ricerca di nuovi modi per tagliare i costi e aumentare i margini di guadagno. Attraverso la trasformazione digitale si stanno incentrando essenzialmente su cinque aree:

- 1. Efficienza degli asset:** migliorando la disponibilità, l'affidabilità e le prestazioni di macchine, apparecchiature e altri asset industriali, in modo da migliorare il tasso OEE (Overall Equipment Effectiveness) di una percentuale compresa tra l'11 e il 30% e riducendo il periodo di inattività fino al 30%.
- 2. Produttività della forza lavoro:** assunzione più efficiente di nuovi dipendenti con una conseguente riduzione dei tempi di impatto. Semplificando e ottimizzando il lavoro dei dipendenti attuali con attività di assemblaggio, gestione, manutenzione e assistenza che migliorano l'efficienza della manodopera.
- 3. Costo dei beni venduti:** riducendo i costi diretti, ad esempio i materiali e la manodopera necessari per produrre i beni venduti dall'azienda.
- 4. Costi operativi e di produzione:** riducendo i costi generali e di produzione associati al mantenimento della continuità operativa o le spese correlate alla fabbricazione di un prodotto. Altri criteri di misurazione pertinenti includono la manodopera, i materiali, l'energia elettrica, le utenze e le spese in conto capitale.
- 5. Costi dell'assistenza:** riducendo i costi relativi alla manodopera, agli asset, alle parti di ricambio e ai clienti lungo l'intero ciclo di vita dei servizi. Migliorando i criteri di misurazione propri dei team di assistenza, come gli spostamenti, la percentuale di risoluzione al primo tentativo e l'inattività delle risorse.



Promuovere la crescita esponenziale attraverso l'innovazione dei prodotti

Le organizzazioni stanno effettuando investimenti significativi nelle aree emergenti in cui sono ancora disponibili quote di mercato ad alto potenziale di crescita. [Deloitte ha rilevato](#) che i leader del settore industriale sono i più inclini a dare la priorità alla crescita piuttosto che ai costi.

1. **Time-to-market:** riducendo la quantità di tempo necessaria per fornire prodotti nuovi ed esistenti ai clienti, tenendo conto anche delle fasi di sviluppo prodotto (riduzione dei tempi di iterazione dei progetti) e di produzione (throughput, tempo ciclo).
2. **Introduzione di nuovi prodotti:** riducendo il tempo allocato ai processi di sviluppo prodotto, tenendo conto dei tempi di sviluppo e introduzione dei prodotti.
3. **Introduzione di nuovi modelli di business:** definendo metodi alternativi per generare nuovi ricavi, ad esempio proponendo prodotti come servizi.
4. **Throughput:** riducendo i tempi del processo di produzione dei prodotti attraverso l'aumento della velocità e dei volumi di produzione.



Miglioramento della qualità e coinvolgimento dei clienti

Diventare aziende incentrate sui clienti è un obiettivo da tempo ambito dai produttori, che per raggiungerlo possono prendere varie strade.

1. **Qualità dei prodotti:** creando continuamente prodotti personalizzati di alta qualità e conformi alle prestazioni attese. Riducendo gli scarti di fabbricazione e, quindi, le conseguenze operative per i clienti, ad esempio difetti dei prodotti e richiami.
2. **Coinvolgimento e feedback dei clienti:** prodotti, funzionalità o servizi aggiunti ai modelli di consegna esistenti, in modo da migliorare il coinvolgimento e il feedback dei clienti. È compresa anche la percezione di prodotti e servizi da parte dei clienti tramite Net Promoter Score (NPS), tassi di utilizzo e feedback vocale.
3. **Qualità del servizio:** operazioni di assistenza più affidabili, rapide ed empatiche. Questo elemento influisce sui criteri di misurazione sia dei team di assistenza interni (spostamenti) sia dei servizi ai clienti, migliorando ad esempio il tempo medio di riparazione dell'83%.

Concetto chiave n. 4: il 92% delle imprese industriali ha intrapreso



D: In quale fase del percorso di trasformazione digitale si trova attualmente l'organizzazione? n=392

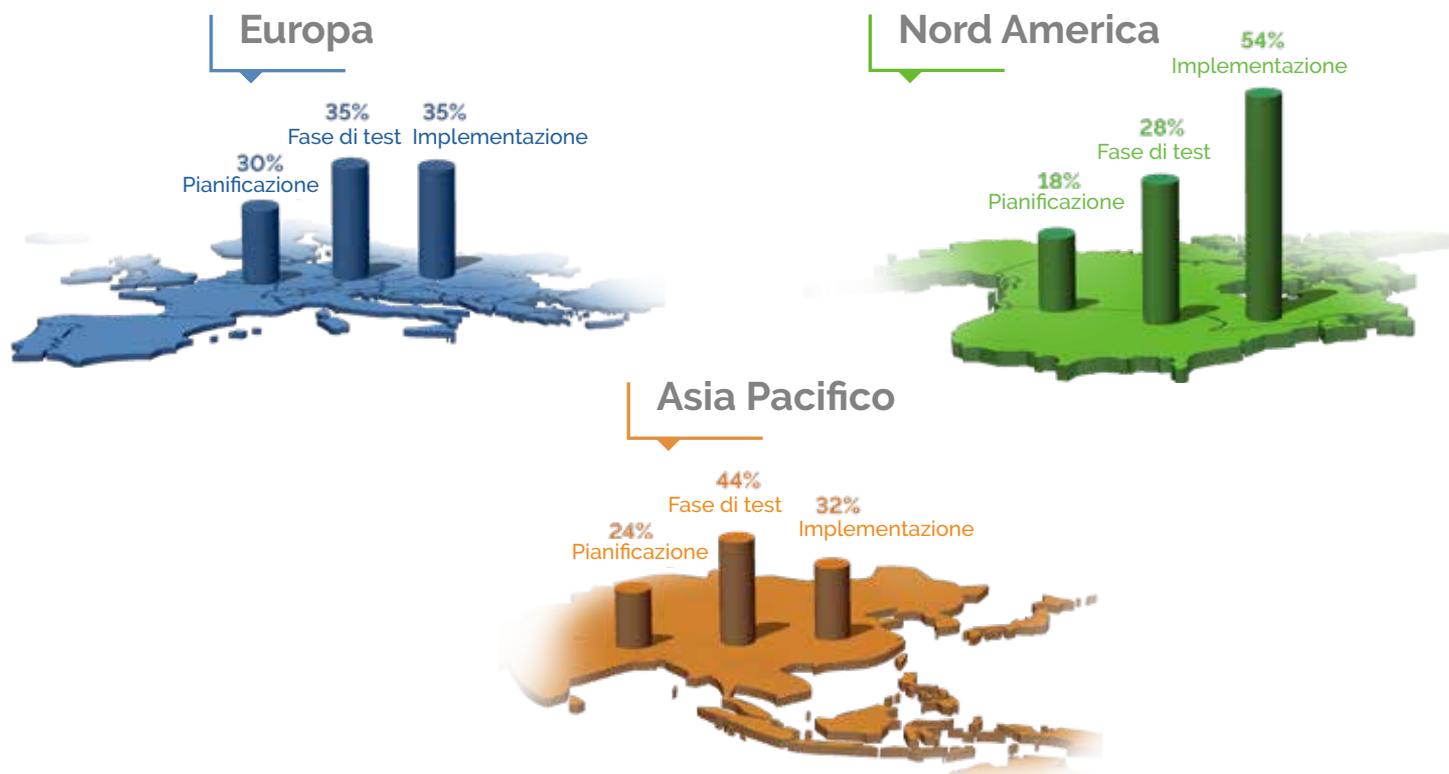
un percorso di trasformazione digitale

La stragrande maggioranza delle organizzazioni (92%) ha già intrapreso un percorso digitale ma non tutte si trovano allo stesso stato di avanzamento. Circa la metà (51%) si trova ancora in fase di valutazione (pianificazione) e sperimentazione (test), ma è vicina a un punto di svolta. La percentuale dei "ritardatari digitali" sta diminuendo; [IDC prevede che](#) il 75% delle organizzazioni avrà messo a punto una roadmap di implementazione della trasformazione digitale entro il 2023 (ad oggi è solo il 27%).

Concetto chiave n. 5: le priorità e le difficoltà dipendono dallo stato di avanzamento del percorso di trasformazione digitale

Lo stato di avanzamento del percorso di trasformazione digitale delle aziende dipende sia dalla posizione geografica che dal settore operativo. La maggior parte degli intervistati residenti in Nord America si trova già nella fase di implementazione del percorso di trasformazione digitale, mentre in Asia si trovano per lo più in fase di test e in Europa sono equamente bilanciati tra le due fasi. La maggior parte delle imprese industriali (57%), inoltre, si trova in fase di implementazione e solo il 30% in fase di test. Le aziende che operano nei settori automotive e dei beni di consumo confezionati sono pressoché equamente suddivise tra la fase di test (36% e 38%, rispettivamente) e la fase di implementazione (39% e 40%).

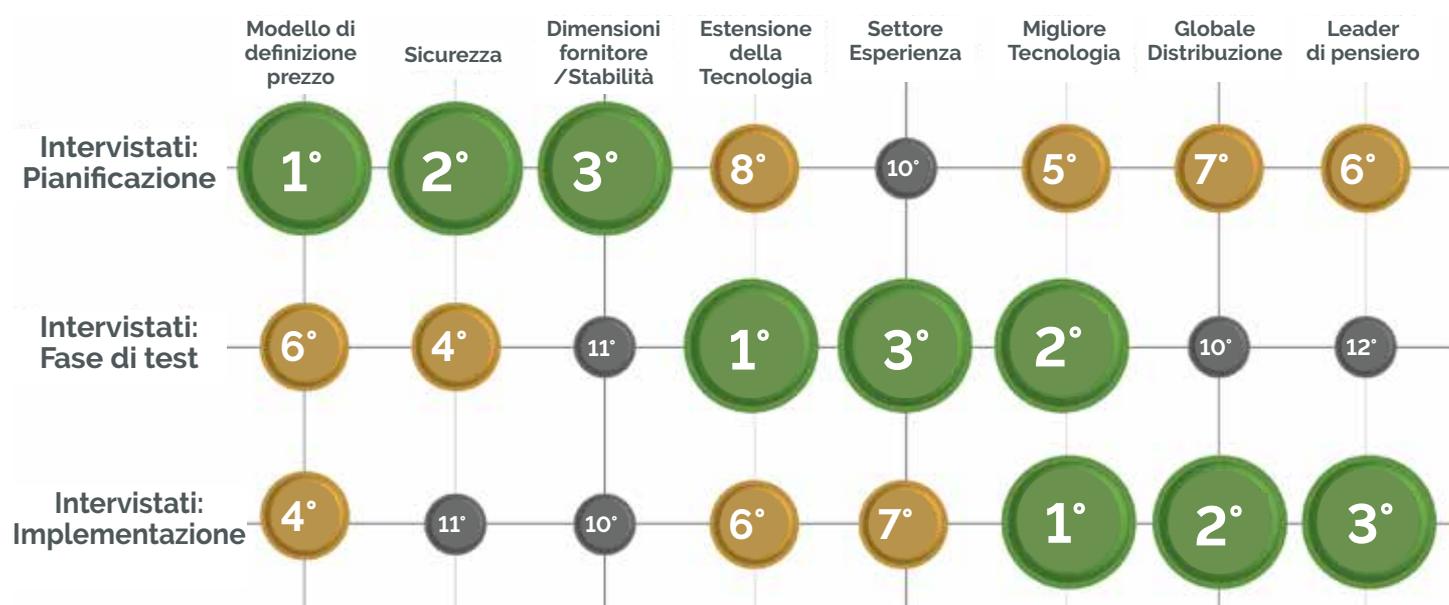
Distribuzione delle fasi del progetto tra le aree geografiche



D: In quale fase del percorso di trasformazione digitale si trova attualmente l'organizzazione? Sondaggio condotto nel 2020. n=361

La fase del percorso di trasformazione digitale in cui si trova un'azienda ne determina le priorità. Di seguito sono state messe a confronto le priorità delle aziende intervistate, suddivise in base allo stato di avanzamento del percorso di trasformazione. I responsabili della trasformazione digitale devono essere a conoscenza delle tendenze relative ad ogni fase e capire quali sono le esigenze della fase successiva.

Gli intervistati nelle varie fasi del progetto valutano l'importanza delle capacità dei fornitori



D: Rispetto ai fornitori, quali criteri vengono considerati più importanti in azienda nella fase attuale del percorso di trasformazione digitale? Sondaggio condotto nel 2020. n=361

Nella sezione successiva verranno esaminate le domande che si pongono le aziende (con le relative priorità) nelle varie fasi del percorso di trasformazione digitale e verranno offerte alcune indicazioni strategiche.

Fasi del percorso di trasformazione digitale

Pianificazione



1. Modello di definizione prezzo



2. Protezione affidabile



3. Dimensioni fornitore/
Stabilità finanziaria

Modello di definizione prezzo: quanto costerà?

La classica domanda che i CxO pongono per qualsiasi investimento significativo è: quanto ci costerà? Non è una sorpresa, quindi, che il modello di definizione del prezzo sia il criterio più menzionato dagli intervistati che si trovano nella fase di pianificazione. Le iniziative di trasformazione digitale prevedono molti nuovi investimenti in software, hardware e servizi, che rendono la definizione dei costi un esercizio complesso ma necessario. Una tendenza in rapida diffusione è l'adozione dei modelli di sottoscrizione "pay as you go" del software, che evitano i consistenti investimenti di capitale anticipati tipici delle tradizionali licenze perpetue. [IDC stima che, entro il 2022, il 53%](#) dell'intero fatturato software verrà generato da un modello di sottoscrizione.

Protezione affidabile: qual è il livello di rischio?

La pressoché illimitata accessibilità a Internet, unita a una forza lavoro mobile e a una proprietà intellettuale digitale sensibile, aumenta i rischi di attacchi informatici e determina quindi l'assoluta necessità di una strategia di sicurezza. A causa del COVID-19, i rischi di sicurezza informatica sono stati [nel 2020 una delle cinque principali preoccupazioni](#) e la [maggiore priorità tecnologica delle aziende](#); la valutazione delle funzionalità di sicurezza informatica costituisce quindi un importante prerequisito per la scelta del software di trasformazione digitale che verrà associato ai sistemi aziendali strategici.

Dimensione/stabilità finanziaria del fornitore: solidità proiettata nel prossimo futuro

Molte organizzazioni tengono conto delle dimensioni e della solidità finanziaria dei fornitori per valutare se saranno in grado di contribuire agli obiettivi di trasformazione digitale presenti e futuri. Poiché la maggior parte dei [progetti di trasformazione digitale dura più di cinque anni](#), gli acquirenti di soluzioni di trasformazione digitale devono tenere conto anche della probabile longevità dei fornitori per capire se potranno supportare progetti a lungo termine.

Consigli di pianificazione: valutazione interna con criteri molto severi

Le aziende devono necessariamente sottoporre i potenziali partner delle iniziative di trasformazione digitale a severi criteri di valutazione. Tuttavia, anche le aziende che utilizzano questi tradizionali criteri di acquisto devono sottoporsi a una rigorosa procedura di valutazione basata sulle domande seguenti:

- In che modo questa strategia può facilitare o accelerare la strategia o gli obiettivi aziendali?
- Qual è l'impatto finanziario previsto di questo investimento?
- In che modo si prevede di conseguire questo valore?

I leader dei nuovi programmi di trasformazione digitale devono riuscire a collegare gli obiettivi di trasformazione digitale alle proprie strategie aziendali. Allineando le priorità aziendali e i relativi strumenti finanziari all'iniziativa di trasformazione digitale è possibile infatti ottenere più facilmente il consenso e il coinvolgimento della dirigenza. Gli esercizi sul valore dell'impatto finanziario consentono di misurare in anticipo l'impatto economico del programma di trasformazione digitale.

Lo svolgimento di questi intensi esercizi interni consente di definire una roadmap tangibile per ottenere il valore previsto e seguire correttamente i consigli sulle risorse necessarie. Pianificando il valore attraverso progressivi incrementi lungo la roadmap è possibile rispettare più facilmente la tabella di marcia e allocando le risorse corrette è possibile mantenere il passo.

Se, ad esempio, la differenziazione strategica di un'azienda automobilistica richiede che venga mantenuta invariata la qualità di prodotti e servizi (che gli intervistati hanno inserito al primo posto tra gli obiettivi della trasformazione digitale), allora il piano di trasformazione digitale dovrà facilitare o accelerare questo obiettivo. In questo ambito, la riduzione dei costi di fabbricazione correlati a scarti e rielaborazioni è un indicatore importante a livello finanziario, così come eventuali difetti dei prodotti, richiami e, ovviamente, la soddisfazione dei clienti.

Fase di test



1. Estensione della tecnologia
Funzionalità



2. Migliore Tecnologia



3. Esperienza nel settore/
Esperienza verticale

Estensione della tecnologia: in quali altri ambiti è possibile applicare la tecnologia?

Molte aziende utilizzano la fase di test per sperimentare il conseguimento di vari obiettivi, con i relativi casi d'utilizzo, in scenari simulati all'interno dell'azienda. Le aziende, quindi, in questa fase prediligono fornitori tecnologicamente avanzati, in grado di supportare i vari test e fornire le numerose tecnologie necessarie.

Tecnologia all'avanguardia: è la migliore soluzione tecnologica disponibile sul mercato?

Per eseguire i test pilota, le aziende desiderano avvalersi di tecnologie innovative e all'avanguardia. Molte di esse si rivolgono a risorse esterne per definire i criteri di valutazione da utilizzare per determinare le tecnologie più innovative, ma ogni azienda deve tenere conto delle proprie variabili specifiche per stabilire le tecnologie migliori per i propri requisiti.

Esperienza nel settore/esperienza verticale: è già stata maturata esperienza?

Dovendo sperimentare più casi di utilizzo, le aziende prediligono fornitori che vantano già esperienza nell'implementazione di queste soluzioni nel mondo reale e, pertanto, possono completare i progetti in un anno, anziché in cinque, o garantire vantaggi finanziari modesti piuttosto che rilevanti. I fornitori con esperienza nel settore e competenze verticali possiedono infatti il know-how necessario per superare le difficoltà che possono sorgere nei test pilota.

Consigli per la fase di test: dare la priorità ai casi d'uso ad alto valore

La fase di test è quella in cui, sfortunatamente, si blocca la maggior parte dei progetti di trasformazione digitale; solo il [30% dei programmi digitali sperimentati](#) supera infatti la prova di fattibilità. Questi insuccessi hanno origine principalmente da due schemi mentali errati: l'attribuzione della priorità ai casi d'uso incentrati sulla tecnologia e il perseguimento di troppi casi d'uso paralleli. Le aziende possono confutare queste proiezioni negative rispondendo alle seguenti domande:

- Come dovrebbe essere valutato e misurato il successo dei programmi pilota?
- Come è possibile dimostrare il valore di un programma digitale?

Molti team di lavoro dei progetti di trasformazione digitale aprono il "vaso di Pandora" e rimangono affascinati dai numerosi casi d'uso in cui vengono utilizzate tecnologie innovative. In media, i produttori iniziano con [otto progetti pilota digitali e il 75% di questi non riesce](#) ad applicarli su larga scala. Per invertire questa tendenza, le aziende devono definire i criteri di successo in modo che venga data priorità ai casi d'uso in grado di apportare il maggior valore aziendale.

Per evitare il purgatorio dei test pilota, le aziende devono quindi definire una roadmap allineata che preveda l'attuazione in tempi brevi di uno o due casi d'uso ad alto valore. In questo processo di assegnazione delle priorità possono tuttavia emergere molti fattori di inibizione che influiscono sul time-to-value. Soppesando subito i lati positivi e quelli negativi, è possibile evitare problemi postumi, come la necessità di integrare tecnologie esistenti in apparecchiature obsolete, con conseguenti tempi di inattività, o di raccogliere dati operativi eterogenei per poter compilare un modello analitico nell'ambito del caso d'uso di trasformazione digitale.

Dimostrare precocemente il valore di un caso d'uso misurandone l'impatto effettivo costituisce un gesto importante per rafforzare l'investimento e l'espansione di un programma in corso. Implementando dei benchmark che quantifichino il valore e misurino i miglioramenti dei KPI è possibile inoltre dimostrare l'impatto del caso d'uso sulle parti coinvolte.

Implementazione



1. Migliore Tecnologia



2. Distribuzione globale
Modello



3. Precursori/Leader
di pensiero

Tecnologia all'avanguardia: si sta utilizzando la migliore tecnologie sui prodotti, i processi e le persone?

Sebbene i casi d'uso debbano avere una copertura finanziaria, è la tecnologia l'elemento fondamentale dei programmi di trasformazione digitale. Per poter usufruire dei potenziali miglioramenti, tuttavia, è necessario che la tecnologia utilizzata nel caso d'uso sia scalabile e intuitiva.

Modello di distribuzione globale: È possibile espandere il programma a livello globale?

Se un caso d'uso viene correttamente implementato e apporta vantaggi riconoscibili, è possibile estenderlo a livello globale. In fase di distribuzione, le aziende che stanno seguendo un percorso di trasformazione digitale prediligono i fornitori che vantano un modello di distribuzione globale e possono quindi estendere il caso d'uso a più aree geografiche, sedi e reparti. Questi metodi prevedono in genere tecnologie più scalabili come il cloud computing e alleanze strategiche con partner regionali e di settore.

Precursori/Leader di pensiero: come si evolverà il programma nel tempo?

In considerazione dell'andamento altalenante a livello economico, aziendale e tecnologico, è fondamentale che i partner dei progetti di trasformazione digitale siano all'avanguardia e ritenuti precursori o leader di pensiero. Collaborando e definendo la roadmap con fornitori lungimiranti è possibile ridurre l'entità di queste alternanze.

Consigli per la fase di distribuzione: perseguire la crescita con supporto, velocità e scalabilità del programma

In molti casi, le aziende distribuiscono un singolo caso d'uso e poi si domandano: "e ora?". Non sono infatti preparate a duplicare i successi iniziali in altri reparti dell'organizzazione e a riconoscere i possibili vantaggi finanziari. I programmi che rallentano progressivamente il completamento delle varie fasi dei casi d'uso non riescono in genere a produrre risultati trasformativi e, non offrendo vantaggi percepibili, rischiano di perdere finanziamenti. Di seguito sono elencate alcune domande che le aziende dovrebbero porsi per identificare i vantaggi in fase di distribuzione:

- **L'infrastruttura tecnologica disponibile è sufficiente a supportare l'espansione del programma?**
- **In che modo il programma in atto riuscirà a mantenere la velocità su vasta scala?**
- **Come è possibile garantire la governance del programma?**

Con la collaborazione di partner di settore, le aziende devono riuscire a integrare nuove tecnologie e formare così infrastrutture tecnologiche, essenziali per potere creare architetture aziendali in grado di supportare un'ampia gamma di casi d'uso lungo la catena del valore. L'adozione di un'infrastruttura cloud scalabile e di piattaforme IIoT (Industrial Internet of Things) tramite partner nativi digitali è un fattore comune alle architetture delle società industriali.

Il fine ultimo delle iniziative di trasformazione digitale deve essere quello di raggiungere una velocità su scala globale senza precedenti, in modo da poter sbloccare vantaggi finanziari sempre più importanti.

Questa scalabilità può essere favorita dalla definizione di processi di trasformazione digitale ripetibili che possano essere facilmente adottati da più reparti. La creazione di "playbook" consente inoltre di definire procedure standard per l'adozione dei casi d'uso in vari tipi di scenari e di fornire risorse di apprendimento per best practice, ruoli e responsabilità degli utenti, modelli di governance e roadmap.

Questi playbook possono essere quindi uniti a metodi di processi agili, caratterizzati da cicli di due-quattro settimane, in cui i team interfunzionali si impegnano per il raggiungimento di obiettivi mirati e di "prodotti minimi funzionanti". L'instaurazione di attività parallele tramite la collaborazione con altri team impegnati nello stesso caso d'uso favorisce inoltre un effettivo cambio di mentalità. La possibilità per i team leader di assistere all'attuazione dei casi d'uso in altri reparti aumenta la visibilità del processo e promuove la condivisione delle conoscenze all'interno dell'organizzazione.

Man mano che il programma si espande, la gestione in parallelo di più distribuzioni globali tramite un unico modello di governance è di fondamentale importanza per favorire la scalabilità. La formazione di un comitato direttivo di personale interno e di partner esterni consente infine di creare uno statuto che garantisca l'allineamento e la collaborazione tra i team di lavoro e semplifichi la transizione dalla fase di pianificazione a quelle di test e distribuzione.

Il digitale è il nuovo elemento strategico delle organizzazioni

Nonostante abbia generato una forte incertezza economica, il COVID-19 non ha ritardato i progetti digitali e, anzi, in molti casi li ha accelerati. Il [41% delle aziende](#) sta seguendo la tabella di marcia originale e il 25% dichiara di averla perfino accelerata o di aver implementato nuovi progetti di trasformazione digitale. Il [93% dei leader](#) ha affermato inoltre che gli investimenti digitali effettuati prima della pandemia hanno garantito loro una maggiore flessibilità di risposta.

Il settore digitale è destinato a consolidarsi e, nel prossimo decennio, il panorama competitivo virerà in favore dei "leader digitali" a discapito dei "ritardatari digitali". In sintesi, è necessario utilizzare i dati a disposizione per valutare lo stato corrente del programma di trasformazione digitale, verificare che le priorità e gli obiettivi siano allineati alla fase in corso e adottare i consigli forniti per conseguire il massimo vantaggio, una velocità senza compromessi e la migliore scalabilità possibile.



PTC, Inc.

Maggio 2021
Copyright © PTC, Inc.
www.ptc.com/it