

L'**e-business on demand** può essere definito come la capacità di soddisfare le esigenze dei clienti distribuendo prodotti e servizi personalizzati in modo dinamico e in tempo reale. La capacità di offrire a dipendenti, fornitori e partner le informazioni e le competenze necessarie a migliorare lo svolgimento delle attività aziendali e commerciali, riducendone tempi e costi.

Qual è dunque l'elemento che distingue l'era dell'e-business on demand da quelle passate? I risultati. Un ROI (utile sul capitale investito) significativo e misurabile. RDS e i clienti di RDS si rendono conto che non è possibile ottenere un ROI senza intraprendere il percorso verso l'e-business.

Prima fase: Accesso

La fase di accesso rappresenta il punto iniziale del percorso verso l'e-business on demand. In tale fase, le aziende trasformano i propri metodi di comunicazione, abilitando l'accesso a Internet e avvalendosi della posta elettronica quale mezzo di comunicazione quotidiano. Il sito Web, da singola pagina contenente le informazioni sui contatti, diventa una brochure elettronica in cui vengono promossi prodotti e servizi, consentendo a utenti e potenziali clienti di raccogliere informazioni. In seguito, vengono rese possibili semplici transazioni Web; ad esempio, i potenziali dipendenti non solo possono visualizzare eventuali posti di lavoro, ma anche fare domanda per un impiego on line. I clienti possono verificare i bilanci ed effettuare trasferimenti di fondi tra conti. Gli acquirenti possono effettuare gli ordini e controllarne il progresso on line.

Generalmente, le aziende che si bloccano alla fase di accesso lo fanno per timori inerenti la sicurezza, la privacy, i rischi finanziari, la qualità del supporto del fornitore, nonché le capacità esecutive dei fornitori.

È importante tenere presente che l'accesso costituisce la prima fase del percorso verso l'e-business on demand di un'azienda. RDS consiglia alle aziende impegnate in questa fase di continuare, in quanto si tratta di un investimento estremamente vantaggioso.

Nella scelta del partner, gli investimenti effettuati in questa fase non solo devono soddisfare le vostre attuali esigenze competitive, ma devono rappresentare solide basi da poter sfruttare nelle fasi successive, durante le quali verranno conseguiti vantaggi sempre maggiori.

Seconda fase: Integrazione aziendale

Durante la fase di integrazione aziendale dell'e-business on demand, i nostri clienti iniziano ad acquisire un vantaggio competitivo. Infatti, non solo sono in grado di offrire ai propri clienti la possibilità di effettuare ordini on line, ma possono assicurare che questi ordini vengano gestiti in modo integrato lungo l'intero ciclo produttivo ed evasi senza intoppi. I sistemi IT (Information Technology) dei nostri clienti servono a questo punto un numero maggiore di clienti, in tempi più brevi e richiedendo meno interventi, contribuendo a migliorare la produttività aziendale. Per ottenere il successo in questa fase, è tuttavia necessario effettuare operazioni impegnative, quali l'integrazione dei processi aziendali più importanti e delle relative piattaforme tecnologiche: non solo quelle interne all'azienda ma anche quelle di partner e fornitori lungo l'intera catena del valore.

Una volta risolti i problemi inerenti i processi e i sistemi interni, un'azienda può proiettarsi oltre i propri confini per integrarsi con i fornitori e i partner principali.

Durante questa fase, non appena l'azienda si trova ad affrontare le sfide relative all'integrazione dei dati, delle applicazioni e dei sistemi utilizzati per l'esecuzione delle proprie attività, inizia una transizione di fondamentale importanza. Innanzitutto, vi è la presa di coscienza che, per riuscire ad operare in tempo reale, le informazioni aziendali non possono rimanere frammentate nelle applicazioni proprietarie dei vari reparti. Quindi, una volta creato l'ambiente di rete che consente l'accesso a dati, applicazioni e servizi aziendali da parte di dipendenti, partner, fornitori e clienti, si presenta la necessità di rendere tale accesso disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7 dall'ufficio, da casa, dagli hotel, dai portatili, dai PDA (Personal Digital Assistant), dai telefoni cellulari e perfino da dispositivi non ancora ideati.

Terza fase: e-business on demand

Una volta superata la fase di integrazione, l'azienda dispone delle basi che consentono di trasformare radicalmente il proprio modo di operare.

Mediante l'integrazione completa di dati, processi, sistemi e della rete del valore, i dirigenti dell'azienda ottengono una visione globale delle attività e sono in grado di gestirle in modo coordinato e dinamico. I modelli aziendali possono essere ottimizzati e le modifiche implementate in tutta la rete del valore nell'arco di settimane anziché di anni. Si tratta della fase in cui l'azienda supera la concorrenza per assumere il ruolo di leader.

Le aziende impegnate nell'e-business on demand presentano quattro caratteristiche comuni fondamentali:

- *Reattività. La capacità di percepire prontamente i cambiamenti nell'ambiente e di rispondere in modo dinamico alle oscillazioni imprevedibili dell'offerta e della domanda (necessità emergenti di clienti, partner, fornitori o dipendenti) o a mosse impreviste della concorrenza.*
- *Flessibilità. La capacità di adattare le strutture dei costi e i processi aziendali in modo flessibile, riducendo in tal modo il rischio e ottenendo livelli superiori di produttività, controllo dei costi, rendimento dei capitali e prevedibilità finanziaria.*
- *Focalizzazione. La capacità di concentrare l'attenzione sulle competenze fondamentali e di differenziare gli incarichi e i beni che richiedono la collaborazione con partner strategici strettamente integrati, per lo svolgimento di incarichi che includono le attività associate a produzione, logistica ed esecuzione, nonché risorse umane e settore finanziario.*
- *Rapidità di recupero. La capacità di affrontare cambiamenti inaspettati - pericoli e minacce di qualsiasi genere, come un virus informatico, un improvviso calo della domanda o un terremoto - e di riprendersi rapidamente.*

Ecco una breve descrizione delle caratteristiche di una vera **azienda on demand**: *Agisce con rapidità, ma ogni decisione è sempre ben ponderata. Ha l'agilità di una piccola impresa, ma la produttività di una grande organizzazione. E' in grado di avvistare ed evitare gli ostacoli prima della concorrenza, coglie le nuove opportunità prima di chiunque altro. Un minimo investimento produce il massimo profitto. Ma, ciò che più conta, è la sua produttività: senza intoppi. I clienti ritornano, i partner chiedono di ampliare gli accordi commerciali e gli azionisti sorridono, senza sollevare obiezioni.*

Cosa si attua L'azienda si concentra sulle attività che la differenziano dalla concorrenza, cioè sugli articoli e sui servizi che è in grado di produrre meglio degli altri e indirizza i consumatori che portano maggior profitto. Tutto il resto viene fornito in outsourcing da una fitta rete di partner strategici. Alla fine, l'azienda diventa una realtà in grado di produrre valore: le risorse vengono destinate direttamente alle attività che producono il massimo rendimento.

- **L'azienda può prevedere il futuro...** I dati provenienti da fornitori, clienti e da altre fonti arrivano in azienda in tempo reale. Le informazioni cruciali sono raccolte, analizzate e inviate tempestivamente alle persone competenti.

- **...e agire di conseguenza.** Negli stabilimenti si interviene immediatamente sulla produzione, senza dover attendere riunioni o documenti superflui. Le promozioni e altri incentivi semplificano le procedure d'inventario evitando che rallentino la gestione del magazzino. Ogni singolo segmento di mercato, piccolo o grande, può essere redditizio.

- **Accelerazione del processo di decision-making.** Gli strumenti di collaborazione online consentono di velocizzare e semplificare la comunicazione, sia quella "one-to-one" sia quella "one-to-million". L'integrazione dei processi aziendali comporta lo smantellamento dei silos. Ne consegue un aumento della produttività, una sensibile diminuzione della burocrazia e un notevole incremento della redditività per collaboratore.

- **Volatilità non è sinonimo di caos.** Le strutture a costo variabile, l'outsourcing e altri sistemi flessibili impediscono che i capovolgimenti esterni si ripercuotano all'interno. Il sistema legale e quello finanziario sono utilizzati per regolare in maniera dinamica i costi in base alle entrate. L'aspetto più importante è che questi cambiamenti avvengono prima che diventino inevitabili, evitando così licenziamenti di massa, sprechi di risorse e crisi aziendali.

- **L'innovazione rende.** La consapevolezza che i clienti vogliono e possono muoversi con rapidità implica che il settore R&S deve operare in sintonia con la realtà circostante. I prodotti sono commercializzati con maggiore rapidità e con minor impiego di risorse economiche.

Per **innovarsi** bisogna **trasformarsi**.

Ecco alcune delle sfide che la **business transformation** può aiutarti a vincere:

- I consumatori sono sempre più esigenti. Sanno quello che vogliono e quando lo vogliono. E se non sei tu a fornirglielo, si rivolgeranno alla concorrenza.
- La produttività è in crescita. Dalle videoconferenze all'outsourcing, i vantaggi sono tutti a portata di mano - ma solo per chi sa come coglierli.
- I pericoli sono spesso imprevedibili. Puoi anche non sapere cosa ti succederà domani, ma devi essere pronto ad affrontarlo.

La **business transformation** è un processo evolutivo. Non c'è sempre un punto fisso d'arrivo, ma ogni azione intrapresa, ogni processo snellito, ogni ostacolo rimosso si traduce in un vantaggio reale. Ecco qualche indicazione per sapere se stai procedendo nella giusta direzione:

- **Un impulso dall'alto.** Un vero processo di trasformazione richiede tempo e cooperazione. Questo tipo di cambiamento radicale deve essere guidato dall'alto, dal gruppo dirigente.
- **Uno sguardo attento.** Prima di imboccare una qualsiasi strada devi sapere esattamente a che punto ti trovi adesso. Qual è l'attività trainante della tua azienda? Quali le zavorre che le impediscono di decollare?
- **Una risposta ad alcune domande.** Qual è l'attività principale della tua azienda? Che struttura ti consentirebbe di concentrare la tua attenzione solo su questa attività? Una volta stabiliti gli obiettivi fondamentali puoi cominciare ad organizzare la tua attività attorno ad essi.
- **Una trasformazione auto-sostenibile.** Comincia con piccoli passi: individua una o due aree in cui la trasformazione è destinata ad avere l'impatto maggiore. Noi ti consigliamo l'area del "negozio on line" per vendere i tuoi prodotti e servizi ai Clienti ditte (B2B) o ai Consumatori finali (B2C). Una volta completata questa prima fase, utilizza il valore acquisito per finanziare la fase di trasformazione successiva : l'utilizzo di un CRM e poi della B.I.



e-Business

- **La business transformation è un processo in evoluzione.** Nel corso del processo potresti sentirti frustrato. Confuso. Oppure intrappolato in una strada senza uscita. Noi della RDS possiamo darti una mano.

Il materiale qui presente è stato preso da <http://www-5.ibm.com/e-business/it/>