



## Web 2.0 all'opera: gli strumenti che consentono ai CIO (Chief Information Officer) di contribuire ai risultati dell'azienda migliorando l'efficienza organizzativa.

Senza l'accesso alle informazioni storiche, oggi le aziende non avrebbero la capacità e gli strumenti necessari a prendere decisioni giuste e informate sugli aspetti anche più elementari del proprio business. Ma raccogliere, codificare e distribuire queste informazioni può rivelarsi un'impresa quasi impossibile. La risposta per molte aziende e i rispettivi CIO è il Web 2.0 adattato all'azienda - un ambiente di social networking ricco di strumenti di collaborazione sicuri e integrati che permettono al personale di sfruttare appieno le conoscenze dell'intera azienda.

Jim, agente di vendita, sta aggiornando l'applicazione CRM (Customer Relationship Management) dell'azienda inserendo i dati relativi all'esito positivo di un recente incontro di lavoro. Il cliente vuole procedere speditamente e ha richiesto un'offerta entro la fine della settimana. Mentre Jim effettua l'aggiornamento, accade qualcosa di insolito. Compare a video una finestra contenente un elenco di colleghi che hanno già lavorato con clienti che operano nello stesso settore o che hanno esigenze di prodotti e servizi analoghe. Portando il mouse sul nome di Barb, una collega in particolare, Jim vede una lista di offerte formulate in precedenza e simili a quella che lui stesso deve preparare, insieme a documenti che descrivono strategie di successo e appunti inseriti da Barb nel suo blog relativi a tecniche vincenti e servizi offerti a clienti simili a quello di Jim. Jim clicca sulla foto di Barb per chiamarla o per inviarle un messaggio in tempo reale, qualora fosse online.

### **Favorire l'innovazione**

Secondo i CEO di tutto il mondo, l'innovazione è un elemento di importanza cruciale in una moderna impresa dotata di flessibilità. Da un recente studio condotto da IBM tra i CEO emerge che, insieme all'integrazione globale e a un modello di business dirompente, l'innovazione è fra i tratti salienti dell'Impresa del Futuro.<sup>1</sup> Alla domanda su come realizzare tale innovazione, i CEO hanno risposto indicando, ai primi posti, la collaborazione e l'uso di strumenti Web 2.0.<sup>2</sup>

### ***I quattro segreti del successo***

Sono quattro le regole che, secondo IBM, permettono di adottare un ambiente Web 2.0 sostenibile, capace di promuovere la crescita aziendale.

#### **1. Il business al primo posto**

Per risultare utili a chi li userà, gli strumenti Web 2.0 di un'azienda devono avere meccanismi e modalità di funzionamento già familiari, in situazioni in cui l'utente possa facilmente ritrovarsi.

#### **2. Integrazione dei tool**

Una strategia di integrazione degli strumenti Web 2.0 nelle applicazioni e nei processi già esistenti risolve due grandi sfide legate alle iniziative di social networking aziendali: consente di vincere la resistenza all'adozione e di realizzare vantaggi tangibili.

#### **3. Accento sui ruoli**

L'uso di tool basati sui ruoli permette di abbattere le tradizionali barriere che si trovano all'interno di un'azienda, a livello di uffici, distanze geografiche e procedure, per offrire agli utenti libero accesso a fonti di know-how e informazioni alle quali non sarebbe possibile pervenire, se non più lentamente.

#### **4. Promuovere una cultura collaborativa**

Per invogliare il personale ad adottare il social networking, l'azienda deve incentivare determinati comportamenti - come la condivisione delle esperienze e il riutilizzo di risorse aziendali già esistenti.



## Il risultato? Un'impresa più flessibile

Secondo l'IBM Global Human Capital Study 2008, le aziende 'davvero capaci di adattarsi a condizioni di business mutevoli' hanno le seguenti caratteristiche:

- Sanno prevedere le competenze di cui avranno bisogno in futuro
- Riescono a individuare gli esperti
- Collaborano in modo efficace.<sup>3</sup>

Come spiegato, implementare in modo serio un ambiente Web 2.0 orientato al business consente alle aziende di acquisire tali caratteristiche di adattabilità. Tra gli altri potenziali vantaggi, anche la possibilità di ridurre il time-to-market, apportare cambiamenti di successo e incrementare l'efficienza operativa.

## Il ROI del Web 2.0

Sulla base delle vaste esperienze interne e delle strategie web implementate per i suoi clienti, IBM ha potuto accertare che il ROI (redditività dell'investimento) del Web 2.0 si concretizza attraverso quattro aspetti:

- Maggiore crescita attraverso l'innovazione
- Maggiore velocità operativa
- Più efficienza
- Più strumenti a disposizione delle risorse principali.

Con un framework costituito da questi elementi, IBM ha creato il primo modello ROI per la collaborazione. Un modello che illustra i vantaggi del Web 2.0 derivanti dalle interazioni fra i vari ruoli presenti in seno all'azienda.

### Per saperne di più

Per richiedere una copia del white paper completo intitolato 'Web 2.0 all'opera: gli strumenti che consentono ai CIO (Chief Information Officer) di contribuire ai risultati dell'azienda migliorando l'efficienza organizzativa', o per maggiori informazioni su Web 2.0, sull'iniziativa Web 2.0 Goes to Work di IBM, o sui prodotti e servizi di IBM per il social networking, contattate il rappresentante marketing IBM o Business Partner IBM di zona, oppure visitate il seguente sito Internet: [ibm.com/cio/uk/empower](http://ibm.com/cio/uk/empower).

Inoltre, per soluzioni di finanziamento studiate a misura delle vostre specifiche esigenze IT, potete rivolgervi a IBM Global Financing. Per informazioni su tassi vantaggiosi, finanziamenti e prestiti flessibili e sui servizi di buyback e smaltimento risorse, visitate: [ibm.com/financing/uk](http://ibm.com/financing/uk).

### IBM Italia S.p.A.

Circonvallazione Idroscalo  
20090 Segrate (MI)  
Italia

IBM Ireland Limited iscritta in Irlanda presso il registro delle imprese con il numero 16226.

La home page IBM è disponibile all'indirizzo **ibm.com**

IBM, il logo IBM e [ibm.com](http://ibm.com) sono marchi registrati della International Business Machines Corporation negli Stati Uniti e/o in altri Paesi.

I nomi di altre società, prodotti e servizi potrebbero essere marchi registrati o marchi di servizio di altri.

<sup>1,2</sup> IBM Global CEO Study 2008, <http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/ceostudy2008.html>.

<sup>3</sup> IBM Global Human Capital Study 2008, <http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/2008ghcs.html>.

© Copyright IBM Corporation 2009  
Tutti i diritti riservati.

