



La transizione digitale: il punto di vista delle imprese trentine

10 dicembre 2024

Agenda

- Obiettivi e metodologia di ricerca
- Lo stato della Trasformazione Digitale nelle aziende
- Le infrastrutture di rete fissa e mobile
- L'Industry 4.0
- Il Cloud
- L'Intelligenza Artificiale
- L'Internet of Things
- Il rapporto con i Servizi Digitali della PA
- La Cybersecurity
- La formazione e le competenze digitali
- Bisogni e sfide future

Obiettivi dell'indagine sulle imprese trentine



Dati tecnici della survey

Perimetro dell'indagine

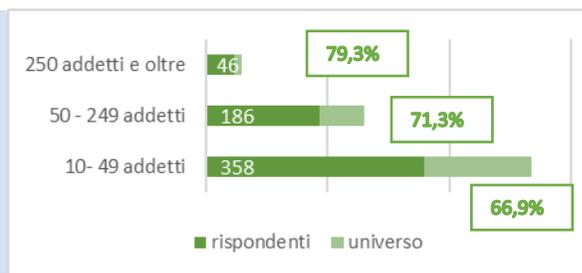
- 850 aziende con almeno 10 addetti
- Tutti i settori economici market (*esclusa l'agricoltura*)

Disegno campionario

- Universale al di sopra dei 50 addetti
- Campione stratificato imprese 10-49 addetti

Tasso di risposta

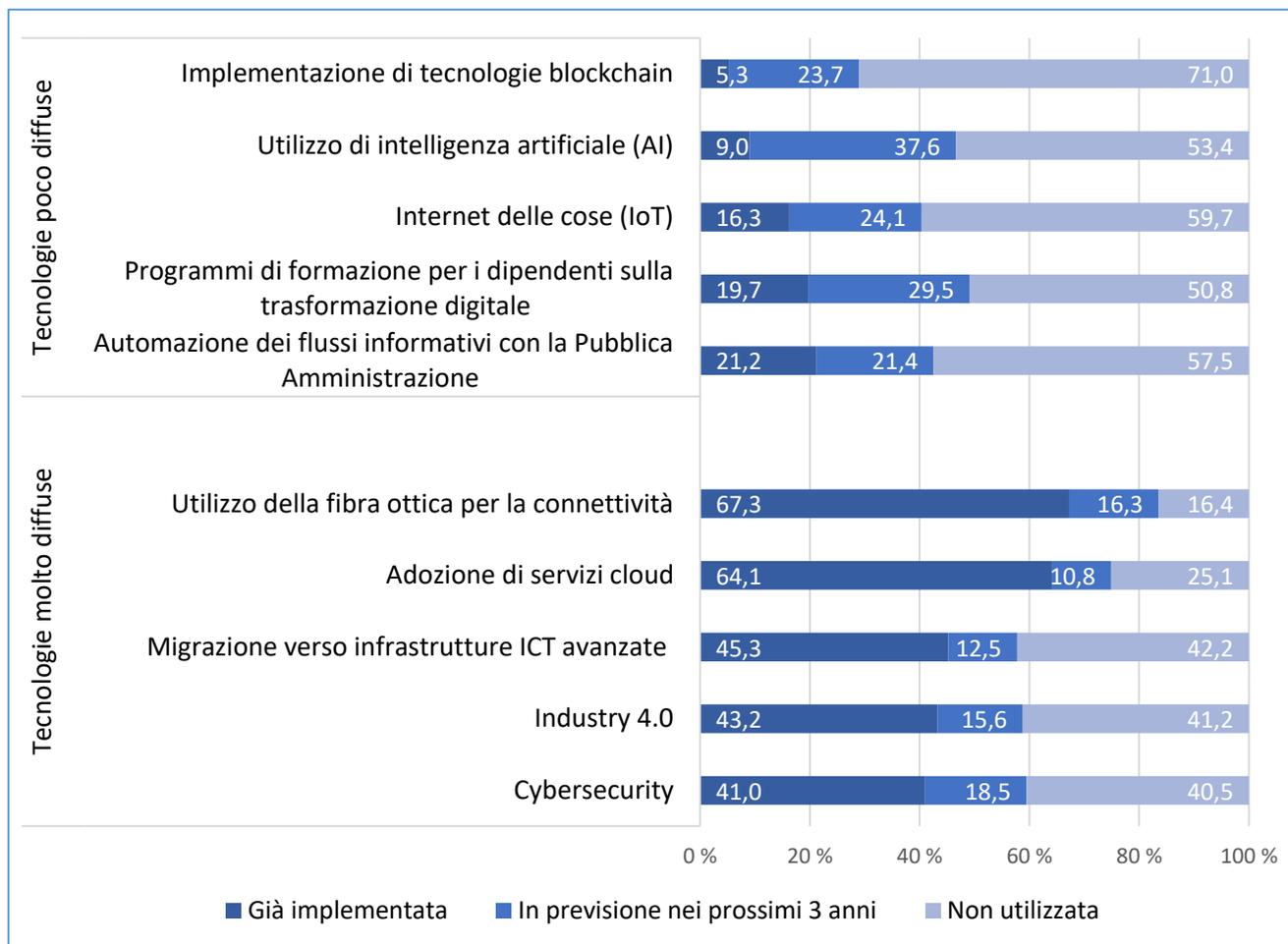
- 590 imprese
- 70%



L'adozione di Tecnologie Digitali nelle aziende del Trentino...

Quali iniziative specifiche di trasformazione digitale ha già implementato la Sua azienda e quali ha in programma di utilizzare o potenziare?

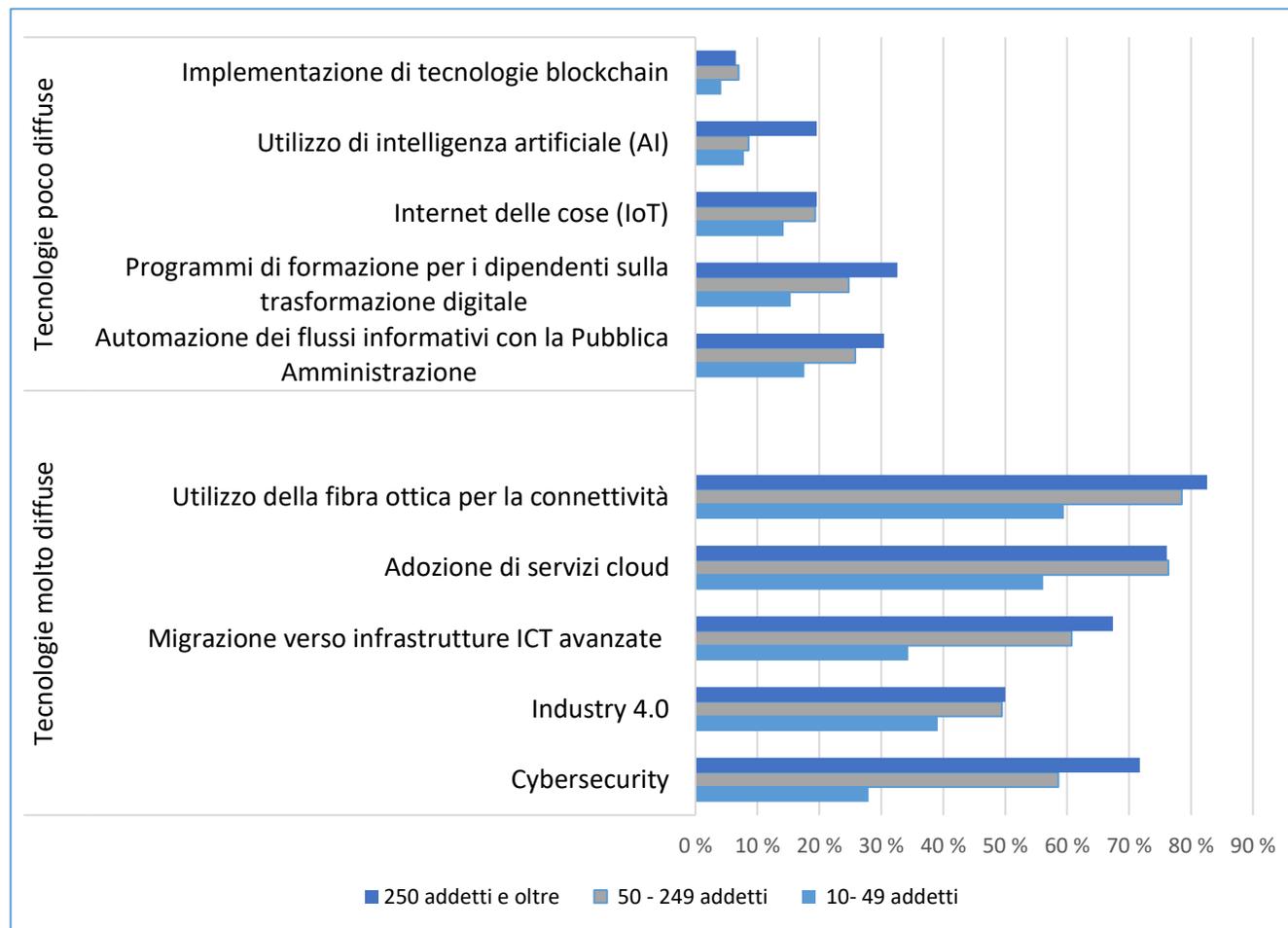
Valori %



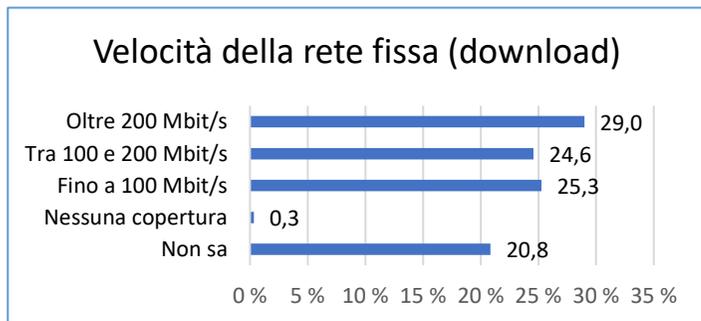
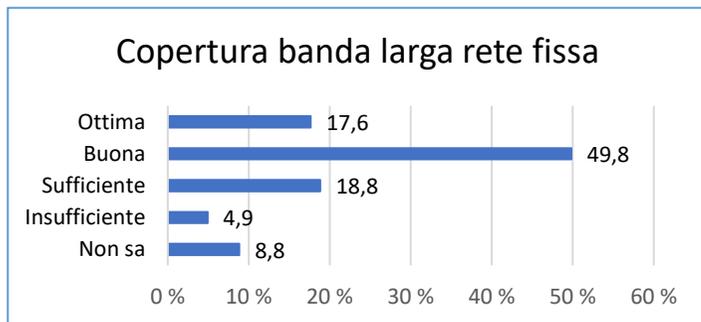
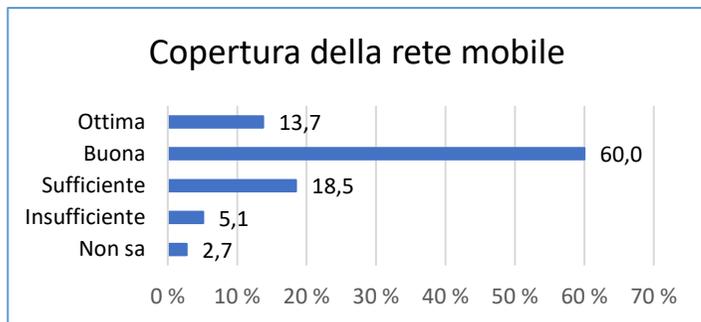
... e le differenze tra piccole, medie e grandi aziende oggi

Valori %

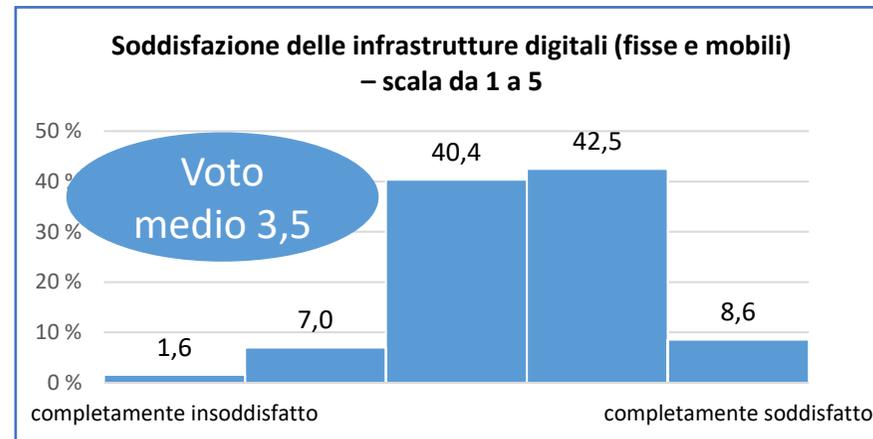
Quali iniziative specifiche di trasformazione digitale ha già implementato la Sua azienda e quali ha in programma di utilizzare o potenziare?



Le infrastrutture digitali del Trentino sono solide, esistono comunque aree di miglioramento per garantire copertura e velocità adeguate a tutte le imprese



Valori %

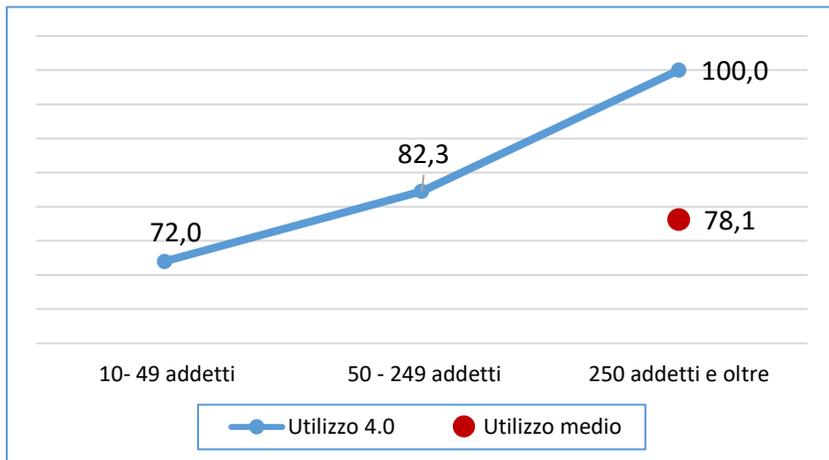


Cosa può fare la PAT?

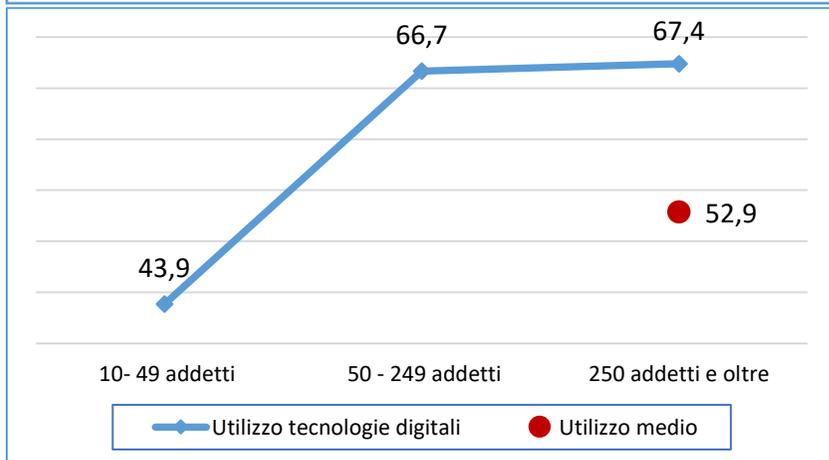
Migliorare i collegamenti digitali nelle aree territorialmente più marginali	33,3
Realizzare reti 5G pubbliche	15,0
Migliorare la diffusione delle reti in fibra ottica	34,5
Migliorare l'offerta commerciale	15,6
Altro	1,6

La PAT ha investito in fibra ottica e 5G, sono necessari ulteriori interventi per colmare il **digital divide** nelle aree meno servite

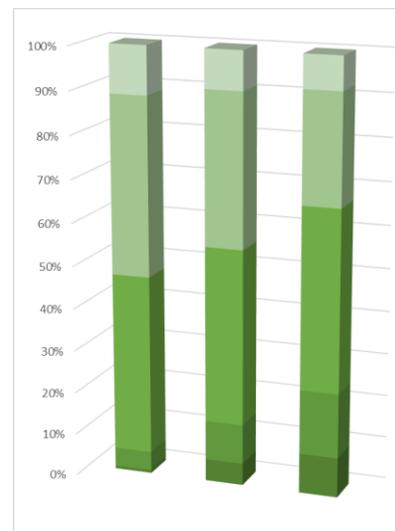
Utilizzo tecnologie Industria 4.0



Utilizzo tecnologie digitali per l'automazione dei processi



Efficienza Produttività Competitività



Ottimo miglioramento

Le tecnologie di Industria 4.0 stanno aumentando efficienza e produttività, con una maggiore adozione da parte delle grandi imprese

Nessun miglioramento

Cosa può fare la PAT?

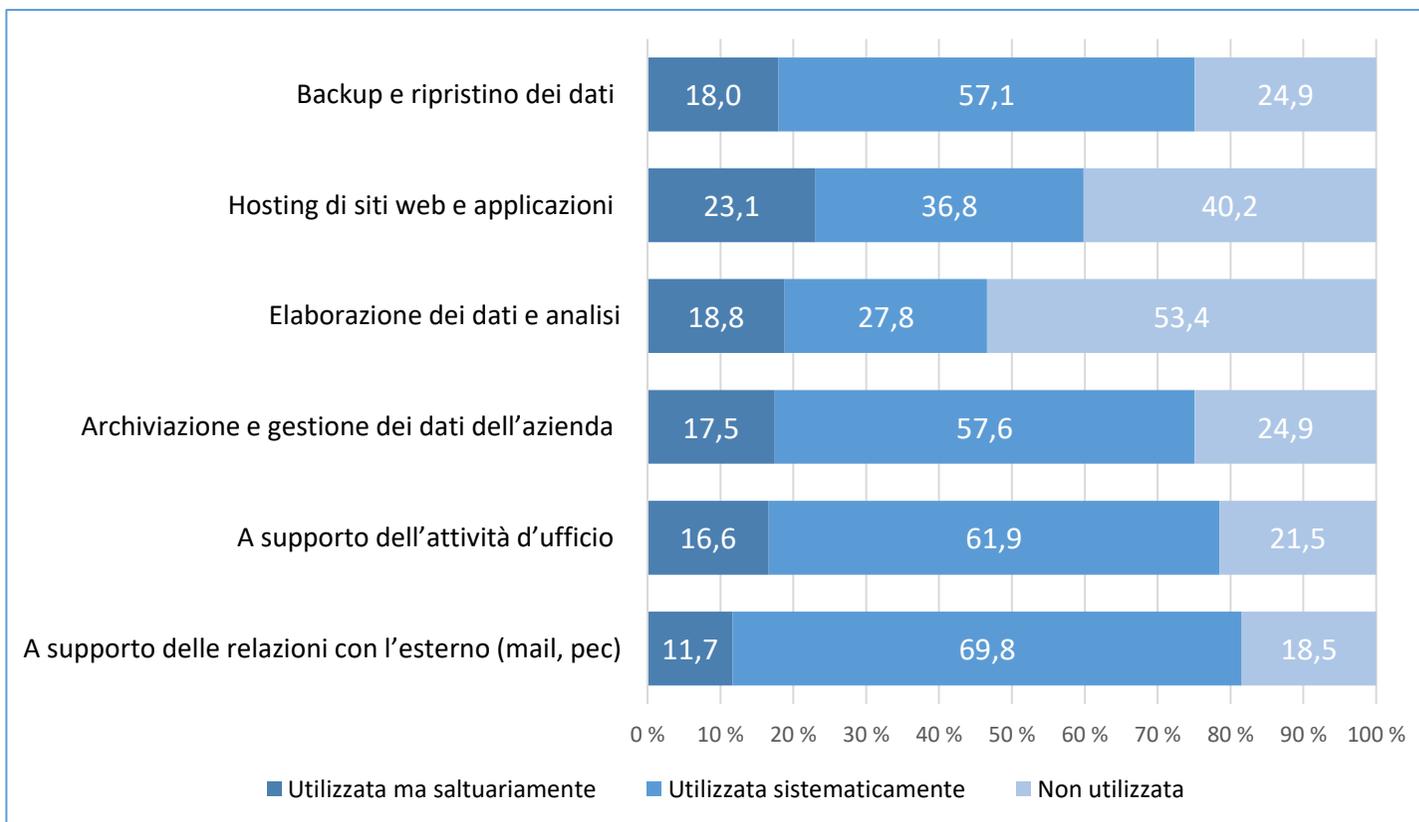
Potenziare gli sgravi fiscali governativi attraverso misure di credito d'imposta per chi investe in nuove tecnologie	45,3
Organizzare attività consulenziale mirata che aiuti gli imprenditori a comprendere come le nuove tecnologie possono essere tradotte e integrate nel proprio business	23,6
Creare o potenziare percorsi formativi specifici all'interno dell'istruzione secondaria	14,1
Accompagnare la pianificazione delle imprese nel processo di transizione digitale	15,6
Altre proposte	1,4

Il Cloud

L'utilizzo del cloud principalmente per archiviazione sicura dei dati o applicazioni collaborative. Più evoluta con la dimensione delle aziende. Si conferma un pilastro fondamentale della transizione digitale, abilitando flessibilità, innovazione e riduzione dei costi

Valori %

Rispetto alle attività della Sua azienda, in che misura vengono adottate le seguenti soluzioni cloud?

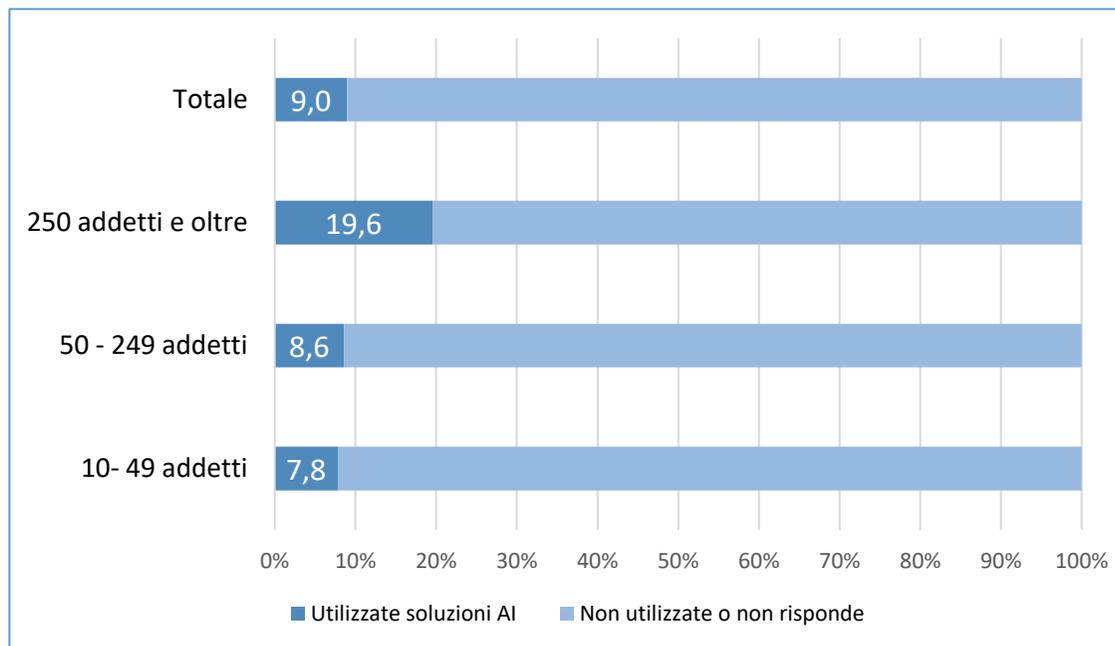


L'Intelligenza Artificiale: ancora un utilizzo limitato, oltre metà delle imprese non sa rispondere

Utilizzo dell'Intelligenza Artificiale

Valori %

**Il 53,4%
non sa
rispondere**

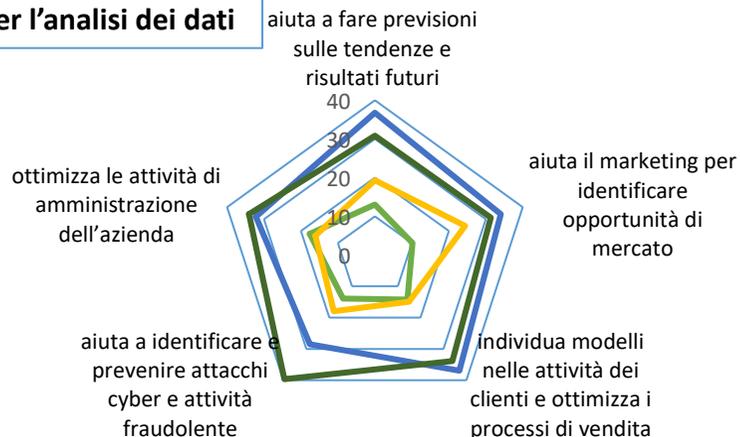


L'intelligenza artificiale e la blockchain offrono opportunità strategiche, ma la loro adozione è limitata da scarsa conoscenza e costi

L'intelligenza Artificiale: per le imprese è utile ma non è chiaro come e cosa si può fare

Valori %

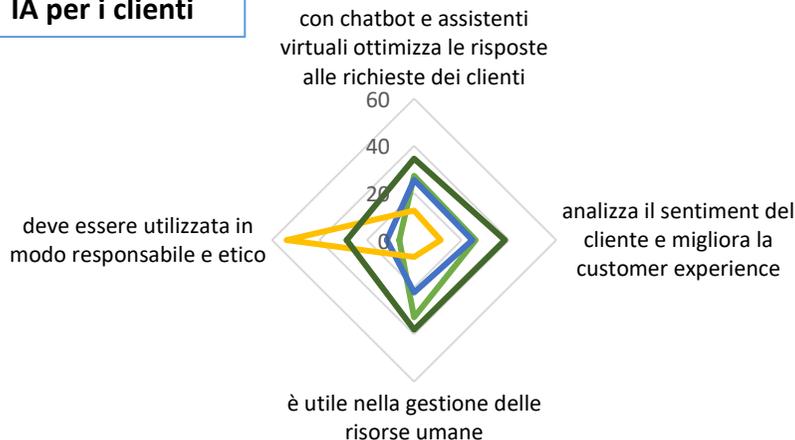
IA per l'analisi dei dati



IA per i processi aziendali



IA per i clienti



- Oltre la metà delle aziende non sa valutare o non è d'accordo
- Concordi per l'utilizzo «responsabile ed etico»

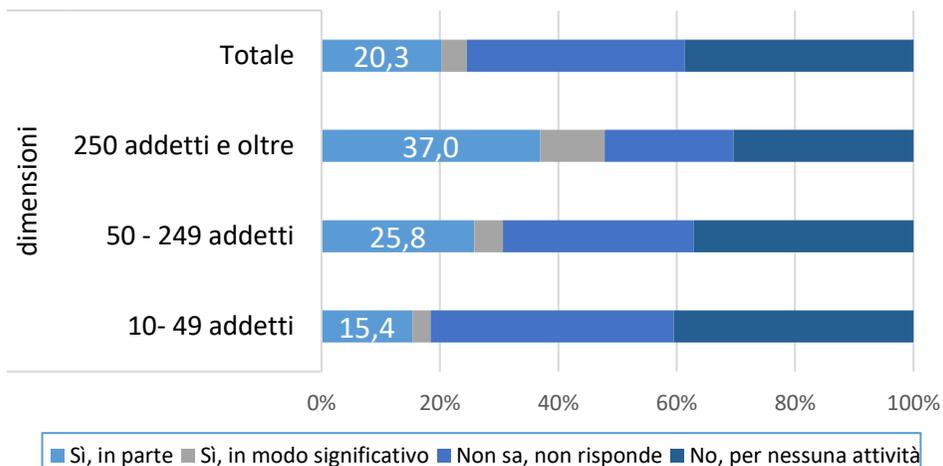


Internet of Things (IoT): utilizzo ancora limitato e il 40% delle imprese non sa rispondere

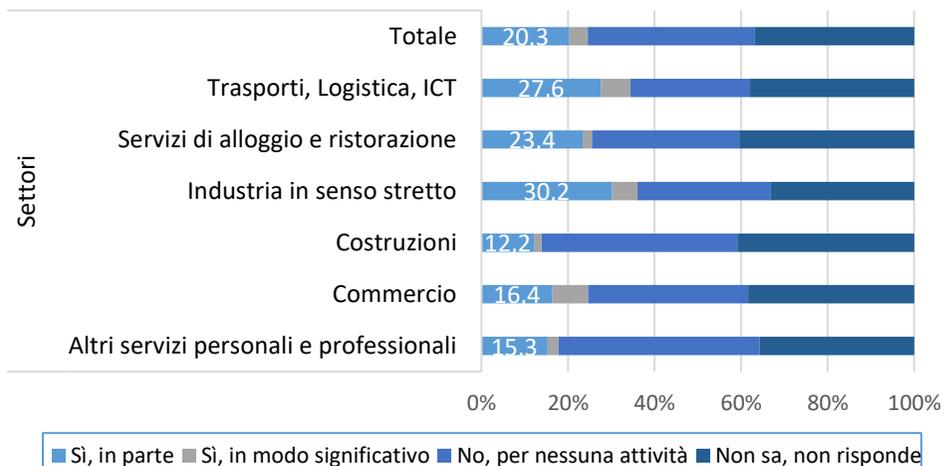
Il 40% non sa rispondere

Valori %

Utilizzo dell'IoT per dimensione aziendale

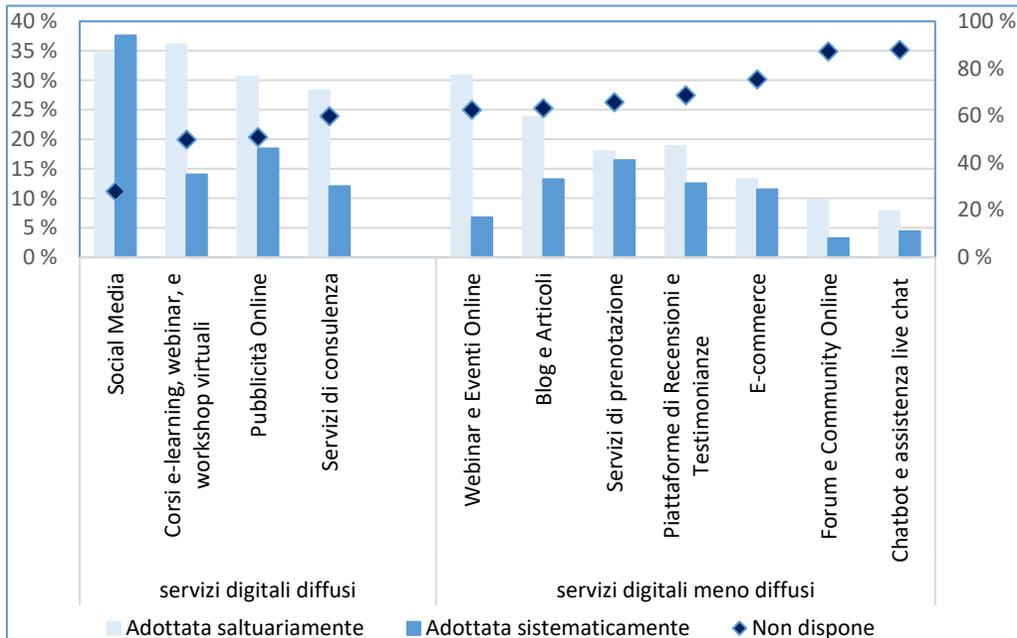


Utilizzo dell'IoT per macro settore

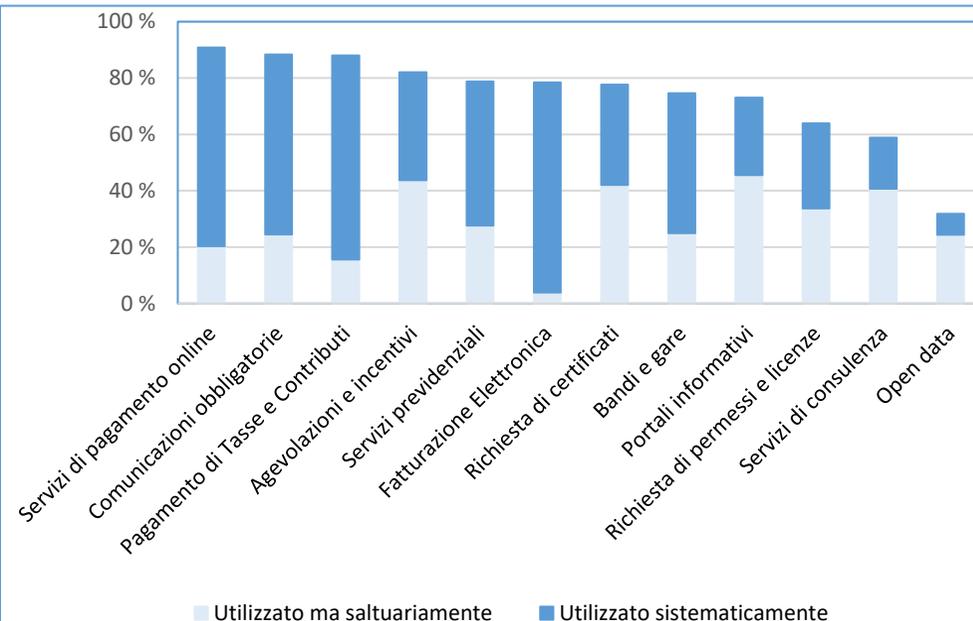


I servizi Digitali utilizzati dalle imprese e forniti dalla PA locale

Adozione di servizi digitali per i rapporti con la clientela



Utilizzo di servizi digitali offerti dalla PA locale

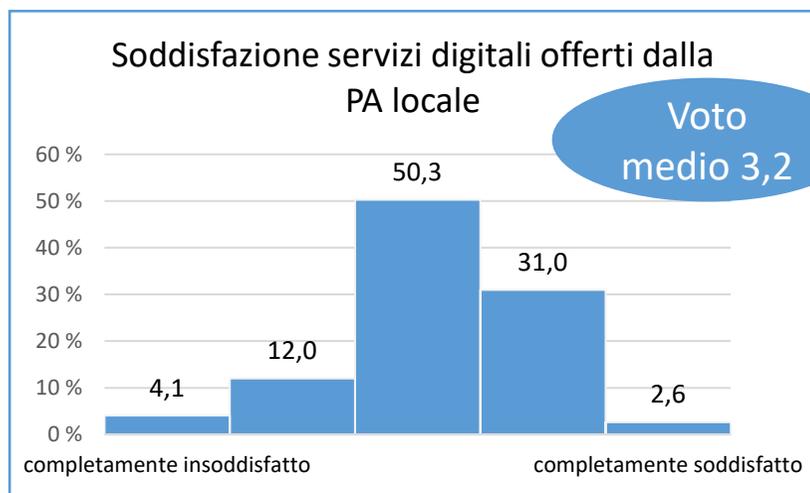


Valori %

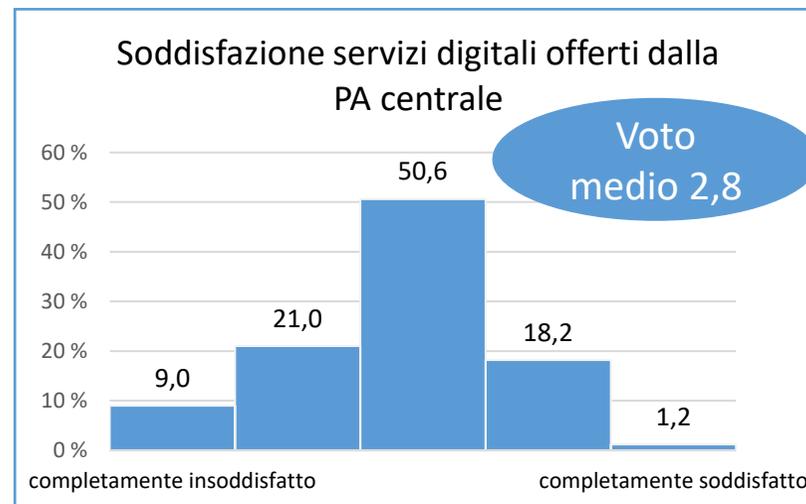
Le aziende utilizzano sempre più strumenti digitali per migliorare gestione interna e relazione con i clienti, ma l'adozione varia in base alla dimensione aziendale

I servizi Digitali della PAT: grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)

I servizi digitali della PA locale sono apprezzati ma si richiede maggiore semplificazione, accessibilità e velocità per rispondere alle esigenze delle imprese



Scala da 1 a 5



Valori %

1° posto

Cosa può fare la PA?

Semplificazione degli iter, 73

Possibilità di fruire dei servizi in modalità mobile (app), 60

Implementazione di punti di contatto con referenti accessibili e non di call center filtro irraggiungibili, 44

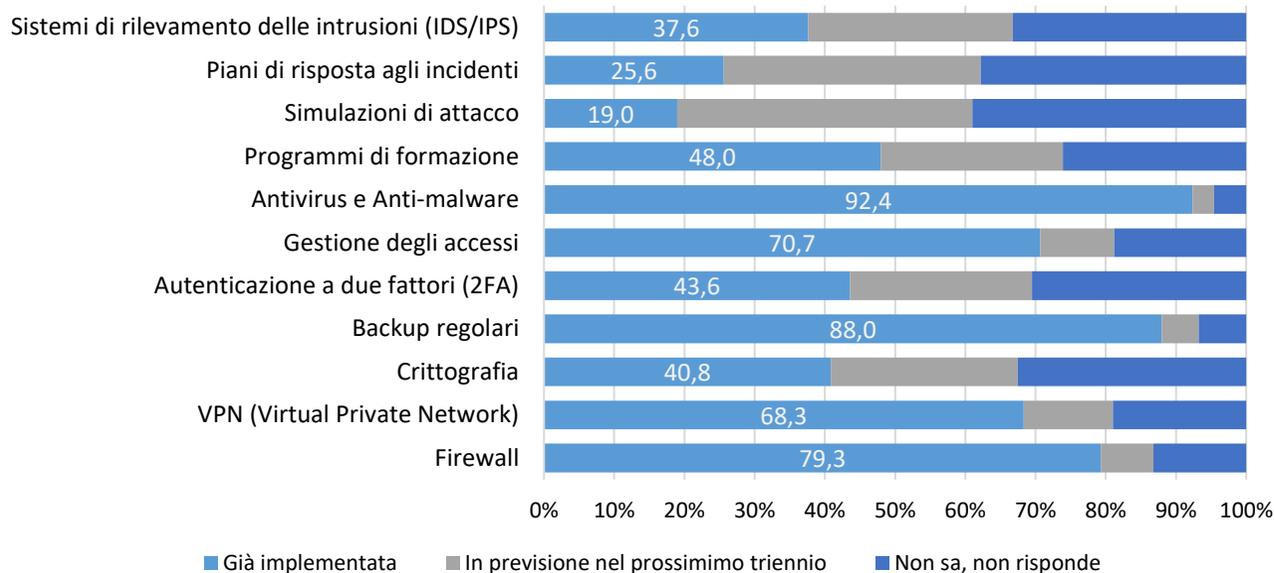
Portali user-friendly, 43

Guide, mappe o demo con la spiegazione chiara e accessibile dei passaggi per perfezionare le richieste, sapere già quali...

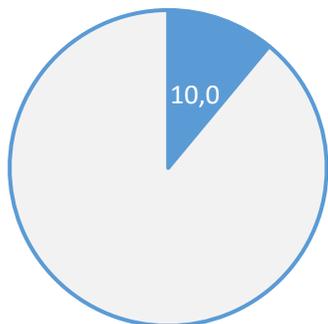
La Cybersecurity

Valori %

Cybersecurity: livello di adozione sistemi di sicurezza digitale



La cybersecurity è una priorità per le imprese, con diverse aziende che hanno già implementato soluzioni per proteggersi da minacce crescenti. Ma c'è ancora molto da fare



Imprese che hanno subito attacchi informatici (%)

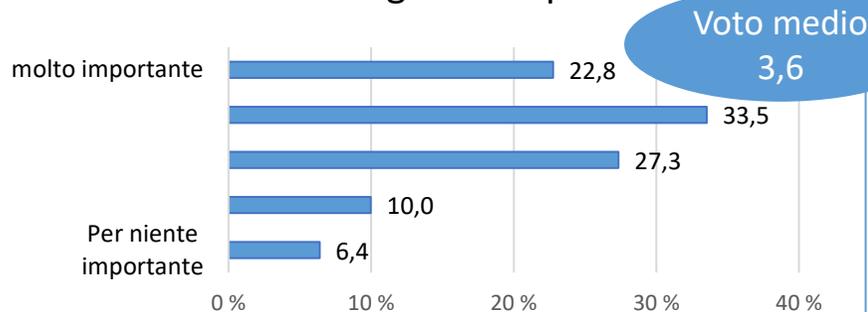
Cosa può fare la PAT?

Campagne di sensibilizzazione	15,8
Programmi di formazione avanzata	21,9
Sviluppo di standard di sicurezza	14,7
Servizi di audit	3,4
Incentivi fiscali e finanziamenti	29,9
Supervisione e controllo	5,0
Condivisione di best practice	8,6
Altro	0,8

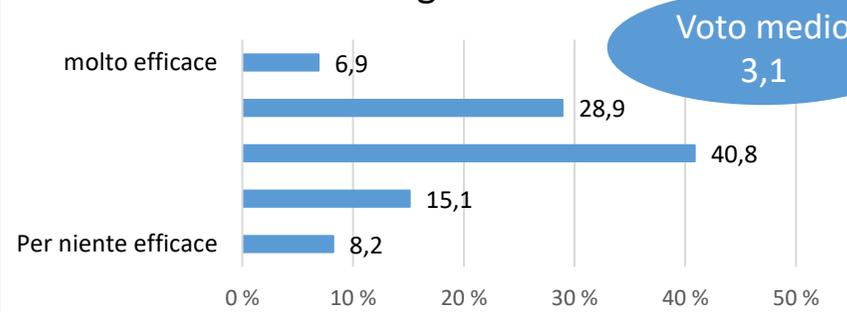
La formazione digitale

La formazione digitale è considerata essenziale per le imprese, ma i programmi attuali non sempre rispondono alle esigenze specifiche

Formazione digitale: importanza



Formazione digitale: efficacia



Programma formativo preferito

Corsi online, webinar e conferenze virtuali	66,3
Corsi in Aula, Workshop e Seminari	37,1
Certificazioni professionali	15,1
Formazione On-the-Job	30,0
Programmi di Apprendimento Continuo	18,8
Collaborazioni con affiancamenti Aziende Tecnologiche	17,1
Nessuna	7,6

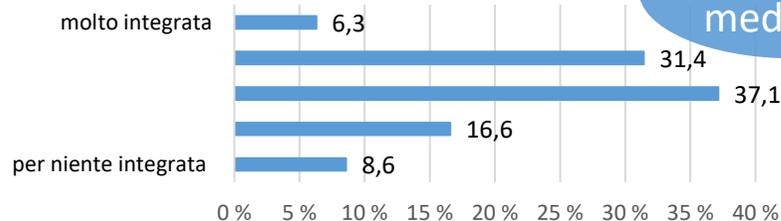
Cosa può fare la PAT?

Scala da 1 a 5

Corsi di formazione specifici	57,6
Certificazioni professionali	12,0
portali di formazione online	33,6
Finanziamenti per la formazione e voucher formativi	41,4
Partnership con Università e scuole, stage, tirocini	11,2
Consulenza specializzata	12,0
Altro	1,2

La formazione e le lauree STEM

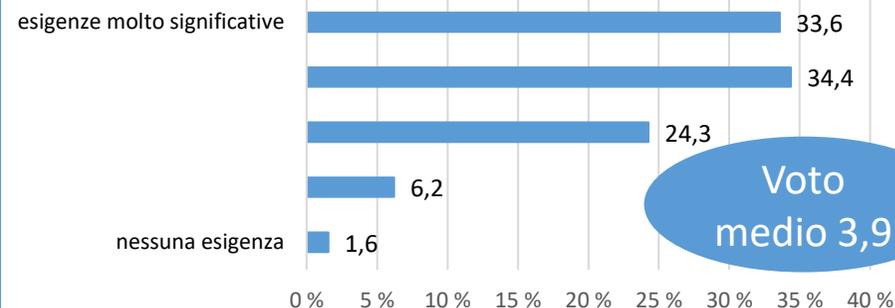
Formazione digitale: integrazione nei programmi universitari



Voto medio 3,1

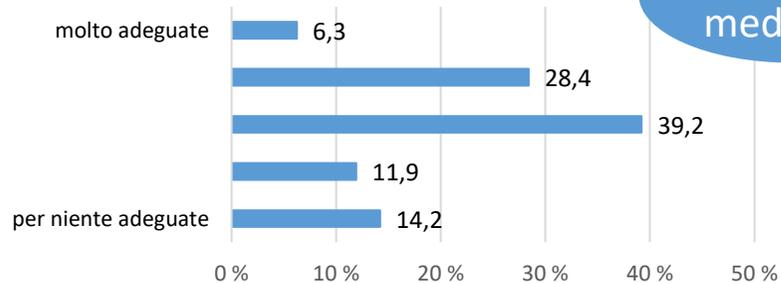
Le competenze dei laureati in discipline STEM sono fondamentali e si richiede un allineamento alle richieste del mercato per sostenere la trasformazione digitale

Esigenze di personale con competenze ICT



Voto medio 3,9

Formazione digitale: competenze discipline STEM



Voto medio 3,0

Cosa può fare la PAT?

Borse di studio, sovvenzioni per la ricerca	24,0
Corsi di laurea e master con curriculum aggiornato	14,9
Programmi di stage, apprendistato duale, programmi di inserimento lavorativo e orientamento scolastico	20,1
Centri di ricerca, laboratori tecnologici, incubatori e acceleratori	9,8
Competizioni per start-up	4,0
Conferenze e seminari	5,1
Agevolazioni fiscali	12,2
Corsi di aggiornamento Programmi di reskilling e upskilling	7,7
Altro	2,1

Scala da 1 a 5

Il «commento»

«Per il mio tipo di attività (Salone di Parrucchiere/Estetica) non è indispensabile il supporto digitale quindi non so rispondere a questa domanda e chiedo cortesemente che non mi vengano più inviati sondaggi di questo tipo. Grazie»

Cosa può fare per essere più competitivo, incrementare i ricavi e migliorare la qualità del servizio?

- Digitalizzazione e CRM: Personalizzazione dei servizi, reminder automatici, fidelizzazione.
- Efficienza operativa: Automazione ordini, riduzione sprechi, analisi costi.
- Marketing mirato: Campagne digitali, comarketing, social media.

Le possibili azioni con il «digitale» ...

1. CRM (Customer Relationship Management)

Gestione clienti personalizzata: Analisi dati dei clienti, come preferenze servizi, appuntamenti, compleanni e prodotti acquistati.

Promozioni personalizzate: promozioni su misura basate sul comportamento di acquisto e esigenze specifiche di ciascun cliente.

Reminder automatici: promemoria per appuntamenti o servizi (es. tagli di mantenimento, colore, trattamenti).

2. Pianificazione e ottimizzazione dei fornitori

Automazione degli ordini: SW per monitorare l'inventario e ordinare automaticamente prodotti quando le scorte sono basse.

Analisi dei costi fornitori più competitivi e rinegoziare contratti.

Riduzione sprechi: Monitorare i prodotti più usati e minimizzare le eccedenze di magazzino.

3. Pubblicità mirata

Digital Advertising: Campagne pubblicitarie su social media (Meta, Instagram, TikTok) per specifici segmenti di mercato come giovani, professionisti o eventi speciali.

Google Ads: Annunci locali per apparire nei risultati di ricerca quando un cliente cerca un salone nelle vicinanze.

Retargeting: Annunci seguiti online dai potenziali clienti che hanno visitato il sito o interagito con i social media.

4. Comarketing

Collaborazioni locali con altre attività come Spa, centri fitness o boutique di moda per promuovere pacchetti combinati.

Eventi in partnership: come giornate di bellezza o lanci di nuovi prodotti, condividendo i costi di marketing con i partner.

Gift card condivise: buoni regalo validi sia nel salone che presso le attività partner.

... e ancora altre possibili azioni con il «digitale»

5. Prenotazioni online

App per appuntamenti e prenotazioni online

Integrazione con calendari personali.

Lista d'attesa intelligente: Notifica quando si libera uno slot per un appuntamento.

6. Programmi di fidelizzazione

Punti fedeltà: per sconti o servizi gratuiti.

Referral program: Incentivare i clienti a invitare amici con promozioni o premi.

7. Digitalizzazione dell'esperienza nel Salone

Tablet interattivi: per mostrare look, colori e stili in modo virtuale, aiutando i clienti a scegliere i servizi.

Check-in senza contatto tramite app o QR code.

Wi-Fi e intrattenimento con contenuti personalizzati, come tutorial di bellezza o aggiornamenti sui prodotti.

8. Formazione digitale per il personale

E-learning: corsi online per aggiornare il personale su tendenze e tecniche.

App per la gestione personale: accesso ai propri orari, appuntamenti e richieste speciali dei clienti.

9. Social Media e content marketing

Creazione di contenuti foto e video dei lavori svolti, tutorial, consigli di bellezza e testimonianze clienti.

Live streaming: su Instagram o Meta per nuovi servizi o rispondere alle domande.

Micro Influencer marketing locali per promuovere i servizi e attirare nuovi clienti.

10. Analisi dei dati

Insight sulle preferenze per capire servizi e prodotti più richiesti.

Valutazione delle performance degli stylist e l'efficacia delle campagne promozionali.

Feedback clienti sondaggi digitali per migliorare la qualità del servizio.

11. E-commerce e upselling

Vendita online di prodotti per capelli e bellezza.

Suggerimenti personalizzati basati sui servizi ricevuti (es. shampoo, trattamento di colore).

Box personalizzati per occasioni speciali, acquistabili online o in salone.

Con l'integrazione di queste azioni, il «Salone di Parrucchiere/Estetica» può, non solo migliorare la propria efficienza e i ricavi, ma anche offrire un'esperienza superiore ai clienti, costruendo relazioni durature e aumentando la fedeltà dei clienti.