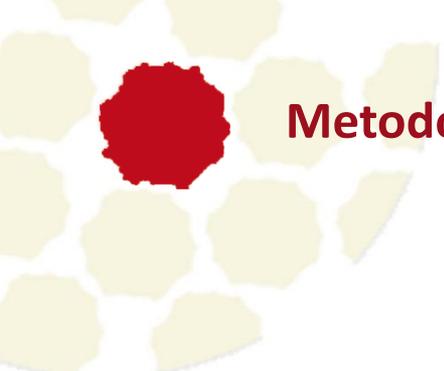


La digitalizzazione d'impresa e i processi decisionali aziendali

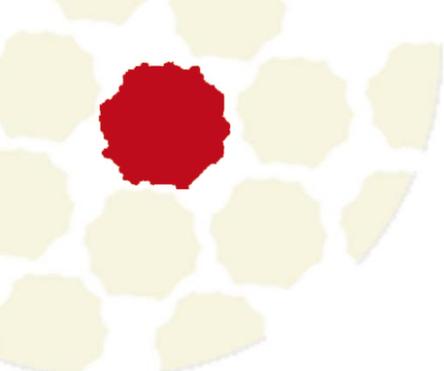
Sintesi dei risultati

Milano, Gennaio 2019



Metodologia

Target di indagine:	Aziende con fatturato 20-300 mil. euro
Metodo di campionamento:	Campione casuale stratificato per quote (fascia di fatturato) [Sono state definite quote di fatturato aziendale, in modo da sovrarappresentare (rispetto alla realtà italiana) le aziende più grandi]
Numerosità campione:	350 interviste così distribuite: 152 interviste → aziende tra i 20 e i 50 mil. € 94 interviste → aziende tra i 50 e i 100 mil. € 104 interviste → aziende tra i 100 e i 300 mil. €
Metodo di rilevazione:	Interviste telefoniche (CATI) ai responsabili della digitalizzazione d'impresa
Estensione territoriale:	Nazionale
Date di rilevazione:	3 ottobre – 21 novembre 2018

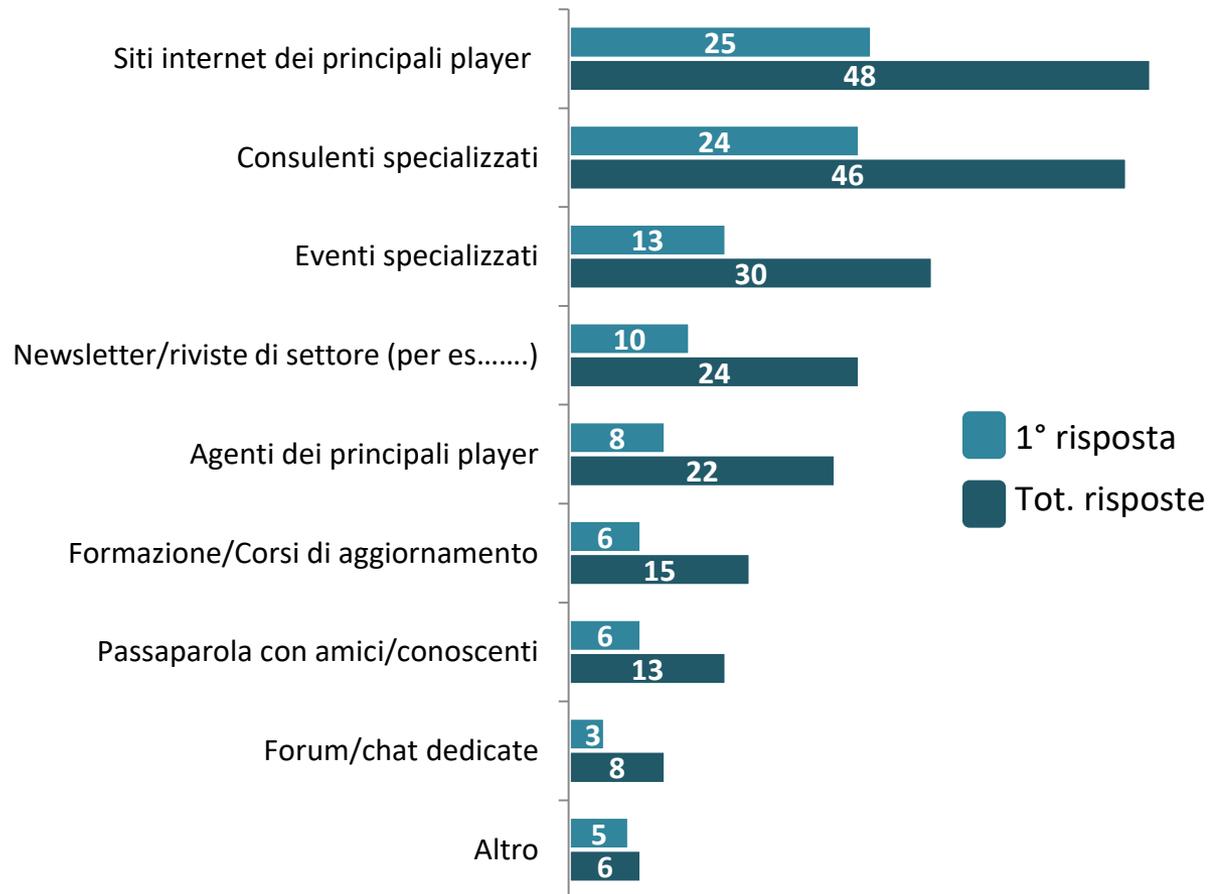


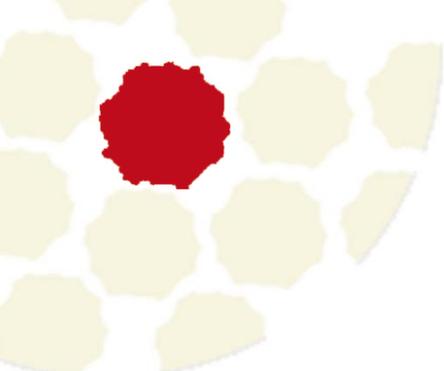
Come ci si tiene informati sulle soluzioni per la digitalizzazione d'impresa?

Quasi la metà del campione tiene monitorati i siti dei principali player del settore e/o si avvale della consulenza esterna di personale specializzato. Forum e chat di settore rivestono invece ancora un ruolo minoritario

Le fonti di informazione utilizzate

Valori %: prima e totale risposte



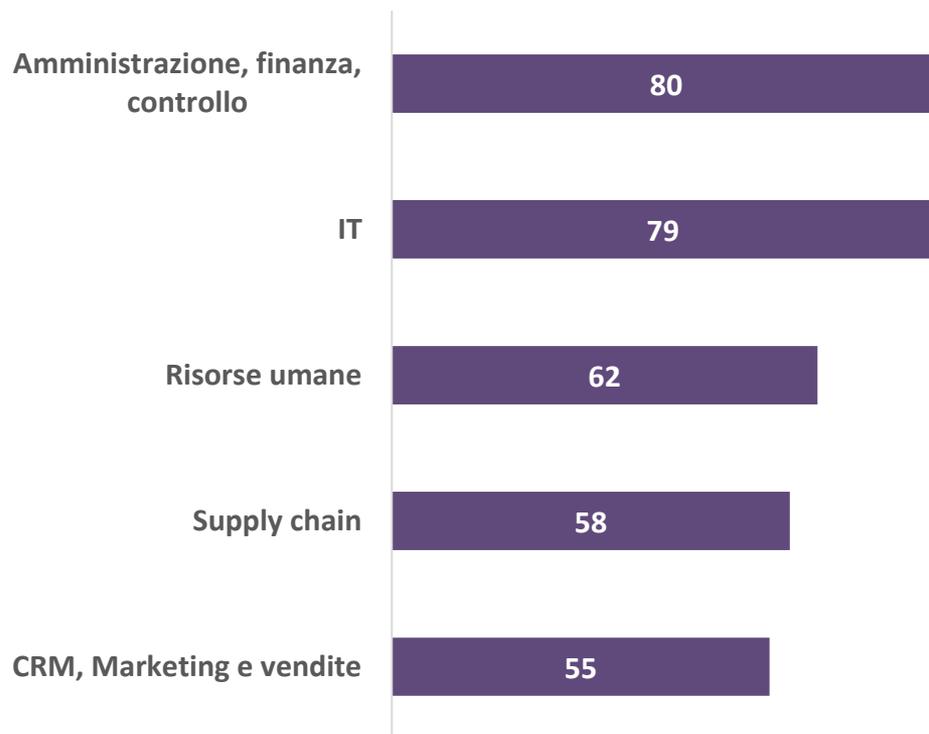


Aree aziendali e stadio di digitalizzazione

Tendenzialmente lo stato di digitalizzazione delle aziende risulta più elevato nell'area Amministrazione e IT, mentre è meno evoluto nelle aree Supply Chain e CRM. In molte aziende sembrano esserci ancora molti bisogni scoperti

Lo stato di digitalizzazione per ciascuna area aziendale
valori %

% di **Attrezzati e soddisfatti**

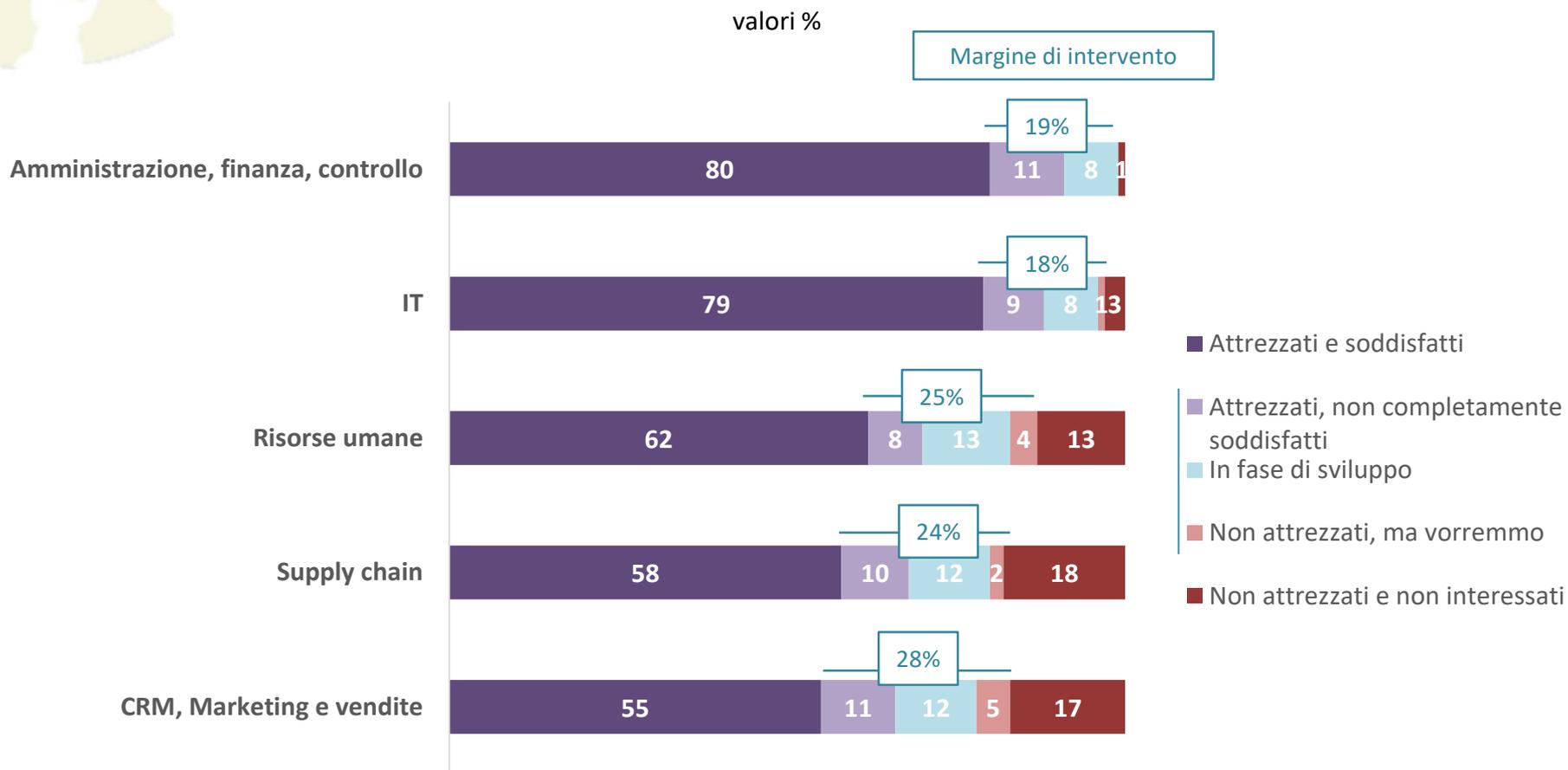


32%
Sono digitalizzate
(e soddisfatte)
su tutte le aree

Domanda: «Sul mercato esistono diverse soluzioni sviluppate dai principali player e per lo più orientate a specifiche funzioni aziendali... Per ciascuna area aziendale che ora le leggerò, può dirmi come descriverebbe la situazione di digitalizzazione della sua azienda?»

CRM e Supply Chain sono le aree in cui c'è anche un maggior grado di 'disinteresse', ma restano, insieme alle risorse umane, i settori in cui quasi un quarto delle aziende esprime un desiderio di sviluppo

Lo stato di digitalizzazione per ciascuna area aziendale



Domanda: «Sul mercato esistono diverse soluzioni sviluppate dai principali player e per lo più orientate a specifiche funzioni aziendali... Per ciascuna area aziendale che ora le leggerò, può dirmi come descriverebbe la situazione di digitalizzazione della sua azienda?»



Circa la metà delle aziende intervistate esprime qualche desiderio di sviluppo

Il livello complessivo di digitalizzazione delle aziende
valori %

32% Sono digitalizzate (e soddisfatte) su tutte le aree

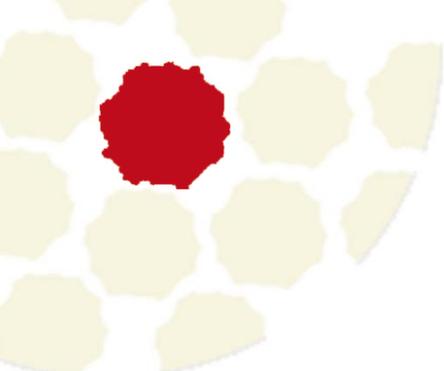
52% Presentano 'desiderio di sviluppo'

21% su un'area

31% su più di un'area

33% Hanno almeno un'area a cui si dichiarano disinteressate
(praticamente nessuno è disinteressato a tutto)

Domanda: «Sul mercato esistono diverse soluzioni sviluppate dai principali player e per lo più orientate a specifiche funzioni aziendali... Per ciascuna area aziendale che ora le leggerò, può dirmi come descriverebbe la situazione di digitalizzazione della sua azienda?»



Conoscenza e valutazione dei principali partner per la digitalizzazione d'impresa

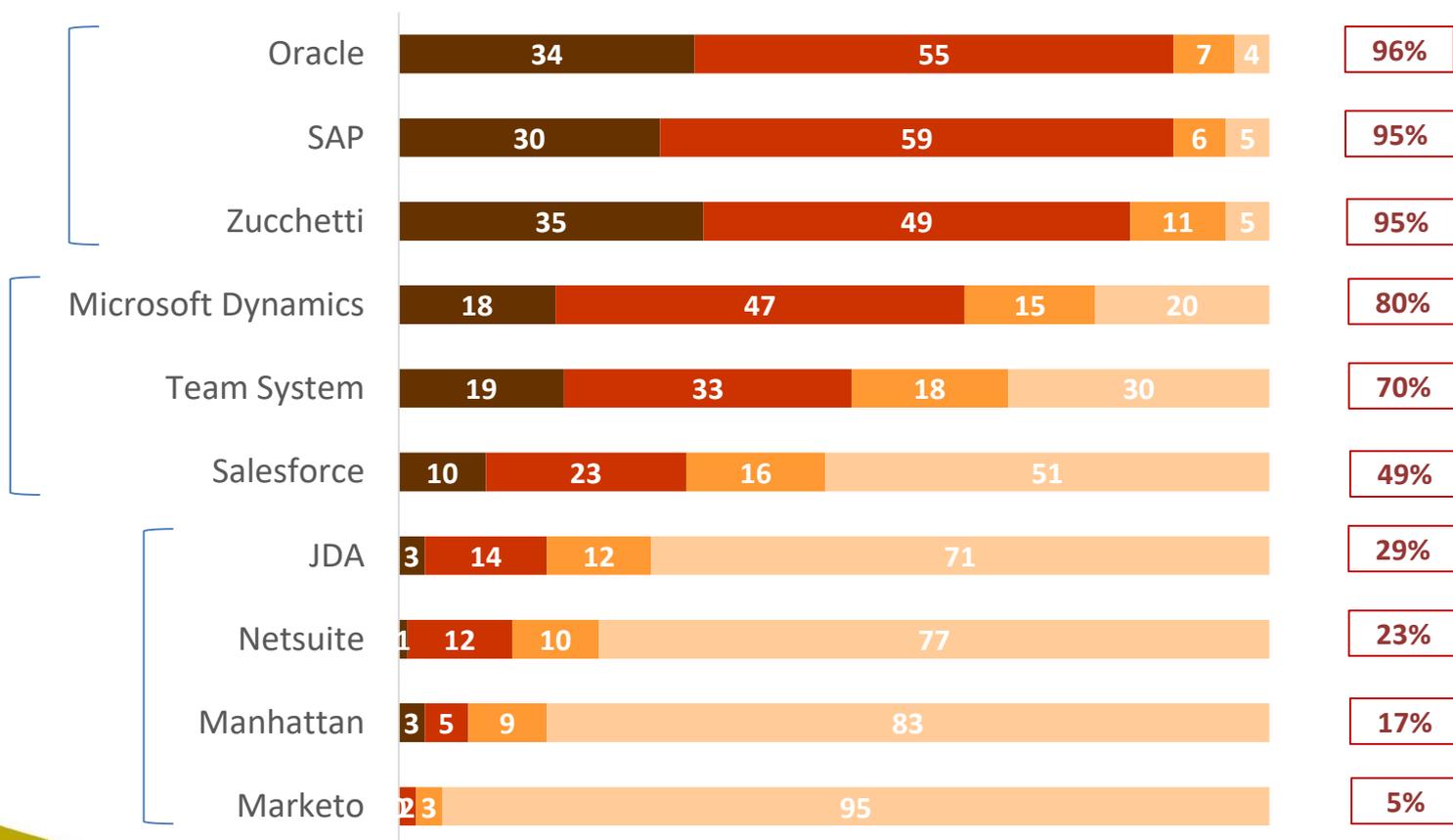
Il mercato è caratterizzato (in termini di notorietà dei brand) da 3 grandi player noti a tutti (ORACLE, SAP, ZUCCHETTI), da una fascia media (Microsoft Dynamics, Team System, Salesforce), e da piccoli player sconosciuti ai più

Conoscenza dei principali player di settore

valori %

CONOSCE

■ Si conosco e possediamo ■ Non abbiamo, ma conosco bene ■ Conosco per sentito dire ■ Non conosco

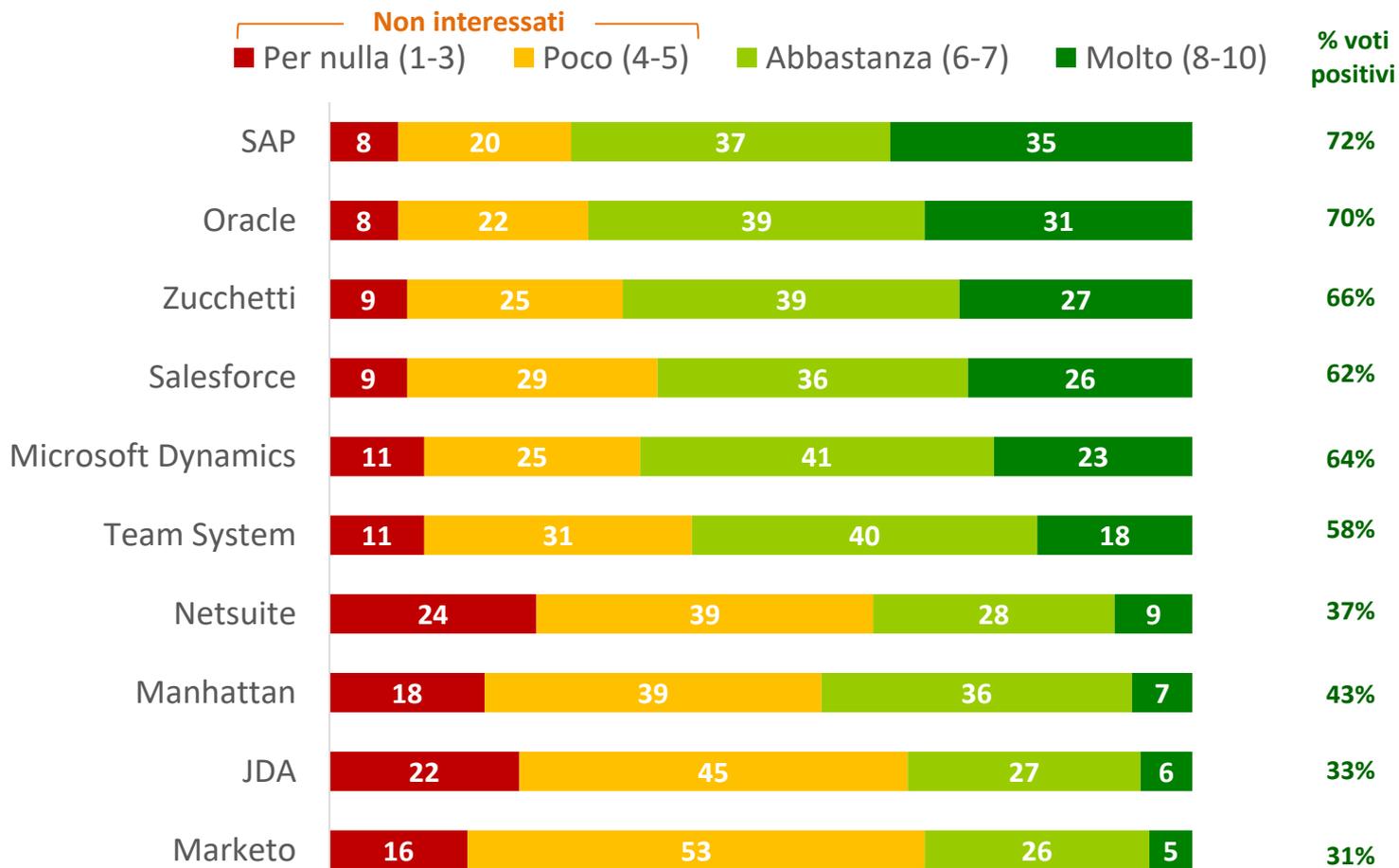


Domanda: «Le cito ora i nomi di alcune delle maggiori soluzioni presenti sul mercato. Per ciascuna di esse può dirmi in che misura la conosce e se la giudica molto, abbastanza, poco o per nulla interessante per un'azienda come la vostra?»

SAP e Oracle emergono come i brand più attrattivi per i conoscitori e distaccano, di poco, ma significativamente, il competitor Zucchetti

I principali player di settore: quanto sono interessanti?

valori % (tra i conoscitori di ciascun brand)

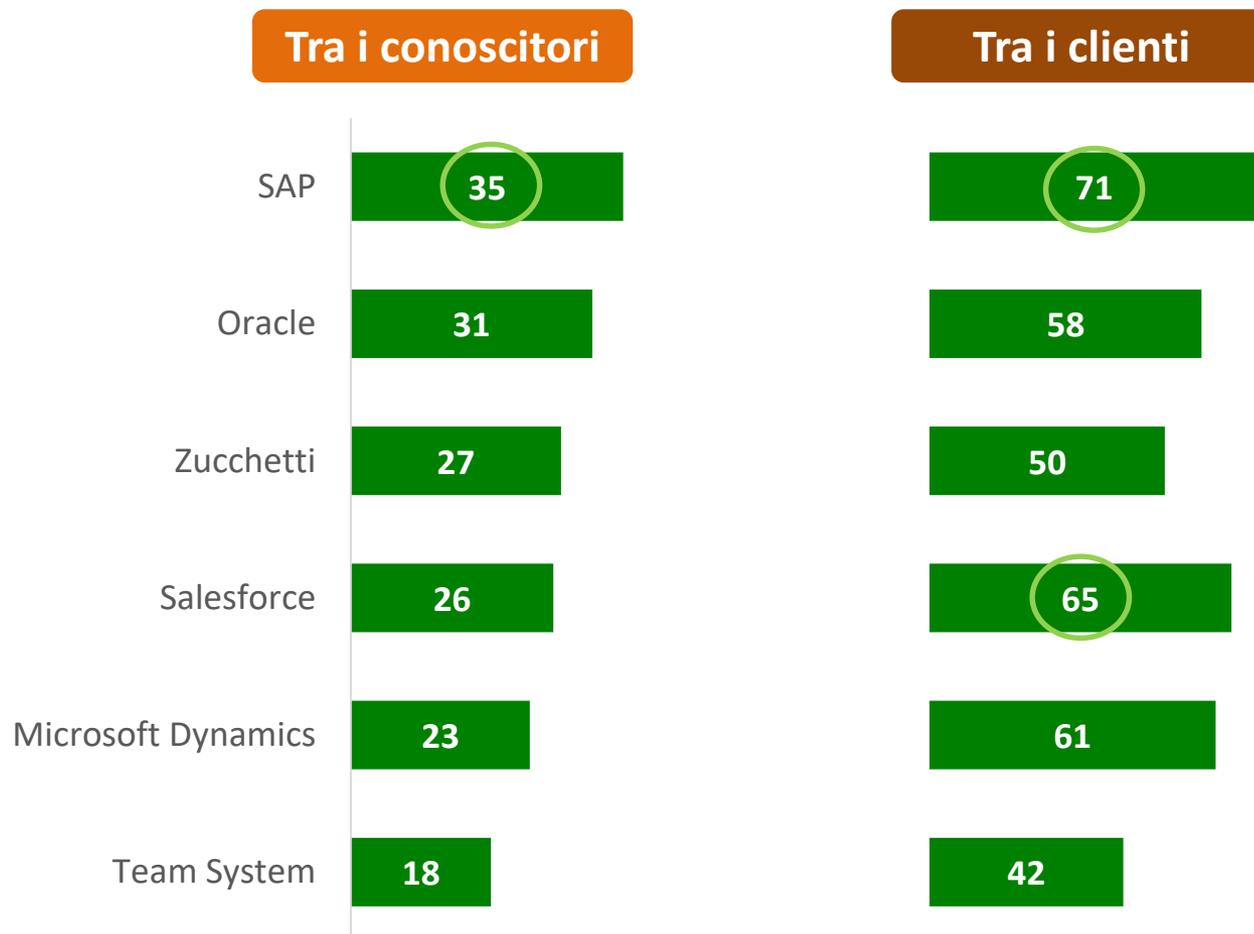


Domanda: «Le cito ora i nomi di alcune delle maggiori soluzioni presenti sul mercato. Per ciascuna di esse può dirmi in che misura la conosce e se la giudica molto, abbastanza, poco o per nulla interessante per un'azienda come la vostra?»

SAP e Salesforce si distinguono in positivo anche per i giudizi raccolti tra i clienti. Più deboli, su entrambi questi ruoli, gli altri big player

Giudizi molto positivi sui player più noti

% di 'Molto'

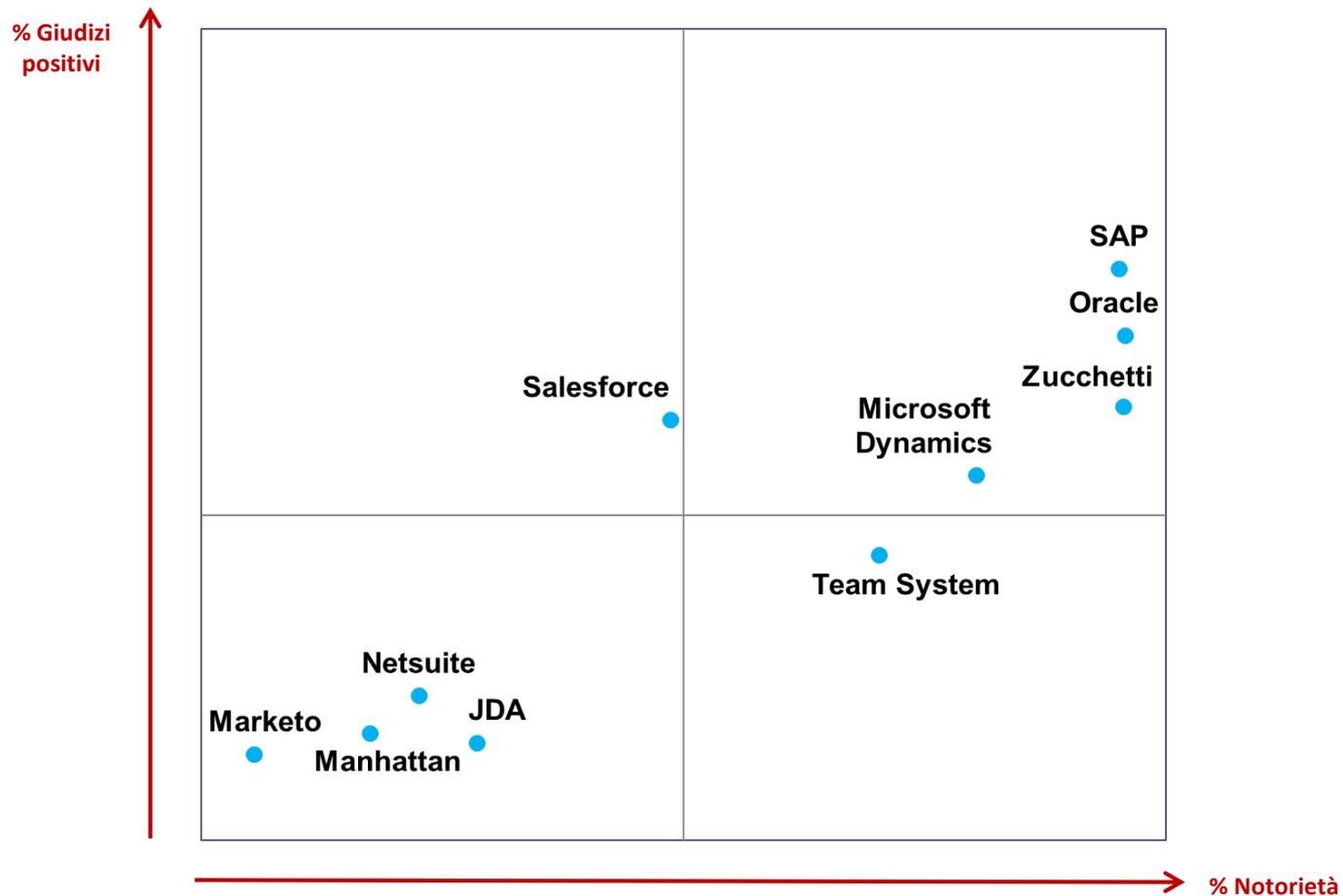


Domanda: «Le cito ora i nomi di alcune delle maggiori soluzioni presenti sul mercato. Per ciascuna di esse può dirmi in che misura la conosce e se la giudica molto, abbastanza, poco o per nulla interessante per un'azienda come la vostra?»

La mappa di posizionamento dei principali player

La mappa giudizio-notorietà

% di giudizi molto positivi (tra i conoscitori) e % di conoscenza (possediamo+conosco bene)



Domanda: «Le cito ora i nomi di alcune delle maggiori soluzioni presenti sul mercato. Per ciascuna di esse può dirmi in che misura la conosce e se la giudica molto, abbastanza, poco o per nulla interessante per un'azienda come la vostra?»

Grazie per aver partecipato allo studio.



Pepe Research srl
Via Villa Mirabello, 6
20125 Milano – Italy
info@peperesearch.it
Tel. + 39 02 36634633
P. IVA: 08009000962

www.peperesearch.it

Pepe Research is part of vm6
www.vm6.it