

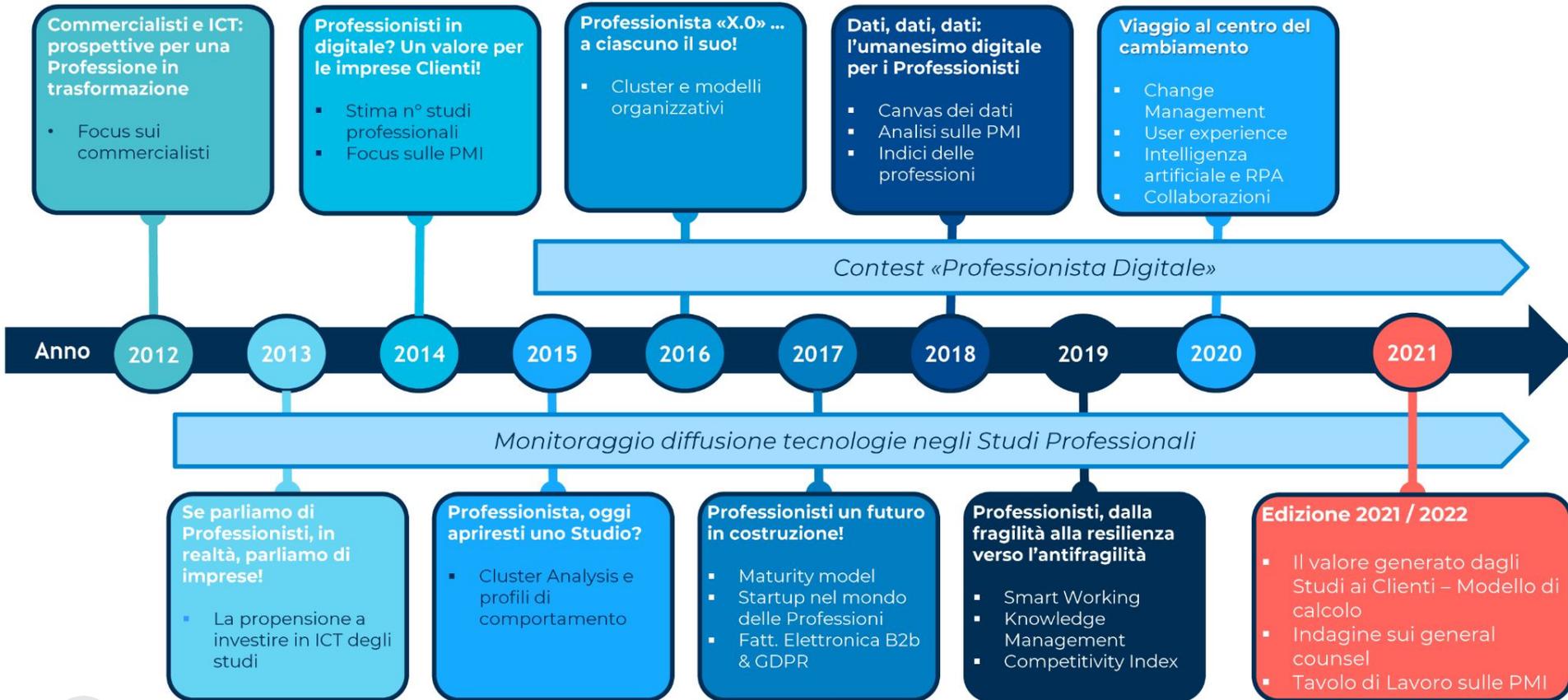


Prof. Simone Brancozzi

”

Organizzare i dati
per servire meglio
il cliente

L'Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale



Le domande di Ricerca

- Perché concentrarsi sulla valorizzazione dei **dati** presenti in Studio?
- Come trasformare i dati e le informazioni in **conoscenza** strutturata e formalizzata?
- Come andare oltre l'uso della tecnologia per finalità di **efficienza** interna? Quali **potenzialità** degli strumenti più evoluti?
- Quali opportunità in progetti di **collaborazione** e condivisione con i diversi stakeholder dello Studio?

Perché il valore del dato?

- L'economia digitale è l'economia della **conoscenza**.
- Il dato è il **mattone** su cui costruiamo prima le informazioni poi la conoscenza.
- Trattare i dati significa porsi in modo osmotico:
 - sia all'**interno** della nostra realtà,
 - sia verso l'**esterno** con l'ecosistema di riferimento: supply chain, filiera, settore, distretto, ...
- Con i dati diamo e riceviamo. Ogni attore fornisce un contributo alla crescita della **conoscenza complessiva**, soprattutto se sappiamo come gestire i dati:

CREAZIONE



CODIFICA



SFRUTTAMENTO



Il valore dei dati all'interno dello Studio

Efficienza



Ridurre i costi

Ridurre gli errori

Liberare tempo

Relazione



Customer Experience

Condivisione

Collaborazione

Nuovi servizi

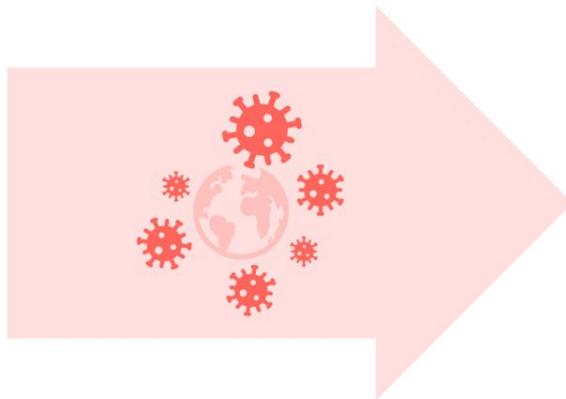


Insight

Supporto decisionale

Revenue stream

Il percorso innovativo degli Studi



**Efficienza
dei processi
interni**



**Relazione
con i clienti**



**Sviluppo
di nuovi
prodotti/servizi**



Processo di rinnovamento

L'efficienzamento dei servizi standard

Efficienza
dei processi
interni



Qual è l'approccio strategico dello Studio relativamente ai **servizi standard**?

Lo Studio non offre servizi classificabili come standard

Già automatizzati:
sono l'entry point nella relazione con il Cliente

Già automatizzati
e con minimi spazi di miglioramento

11%

32%

Nessun cambiamento sostanziale
nella modalità di produzione ed erogazione

48
%

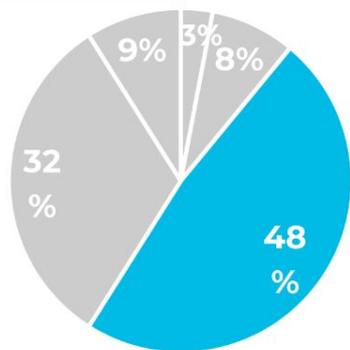
Intrapreso un percorso di efficientamento,
grazie alle tecnologie

Gli strumenti tecnologici per l'efficienza interna

Efficienza
dei processi
interni



Quali sono le **tecnologie**
più utilizzate?



Intrapreso un percorso di efficientamento,
grazie alle tecnologie

Gestione Elettronica Documentale +34%

Workflow +57%

CRM +120%

Business Intelligence +86%

Machine Learning +120%

Le tipologie di dati in Studio

Efficienza
dei processi
interni



**DATI
INTERNI**

Hanno origine all'interno dello Studio o sono prodotti direttamente da esso, anche a favore di soggetti esterni (ad es.: dati anagrafica cliente, storico acquisti, campagne adv, dati di customer care, ecc.)

Relazione
con i clienti



**DATI DI
PARTNER**

Provengono dall'interazione dello Studio con l'ecosistema di appartenenza (ad es.: dati di intermediari, preferenze del Cliente, ecc.)

Sviluppo
di nuovi
prodotti/servizi



**DATI
ESTERNI**

Includono dati che possono essere acquistati da terze parti (ad es.: rating e reputation dei clienti su marketplace, dati socio-demografici, dati social, meteo, ecc.)

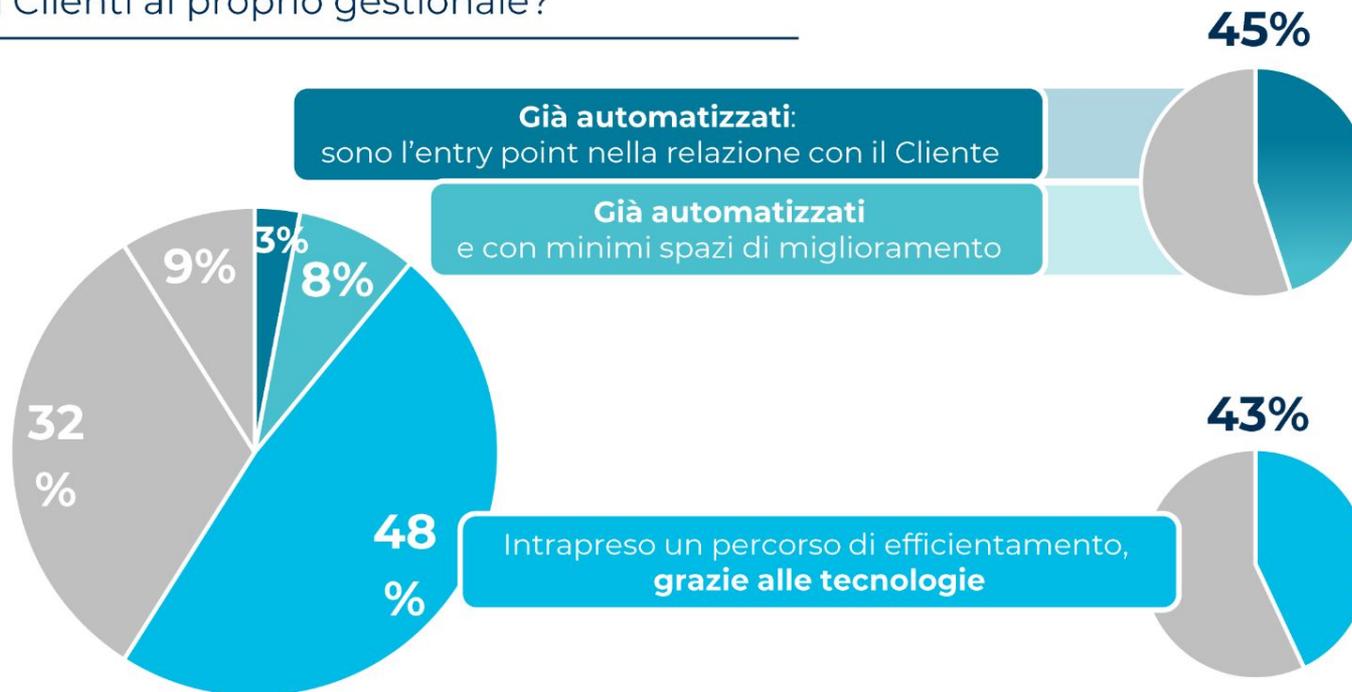
Le organizzazioni più evolute riescono a **integrare le diverse fonti**, utilizzando i dati in modo trasversale ai processi lavorativi, producendo analisi avanzate e complesse

Nuovi modelli di relazione con i Clienti

Relazione con i clienti



Quali Studi **consentono l'accesso** ai Clienti al proprio gestionale?



Nuovi modelli di relazione con i Clienti

Condivisione della conoscenza: terreno di sperimentazione



per nuove modalità di relazione

Lo Studio **consente ai propri Clienti**
l'accesso al gestionale di Studio
per gestire in modo condiviso i documenti?

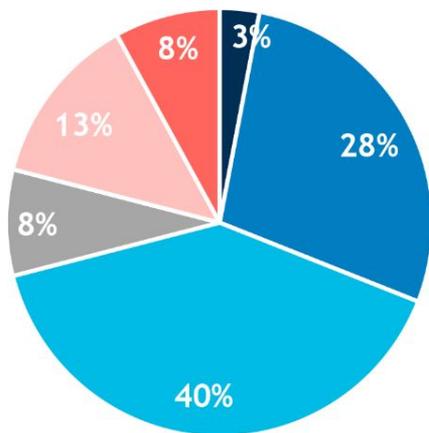


Lo Studio **condivide con l'esterno**
la conoscenza prodotta
(con altri Studi, altri professionisti, clienti, ...)?



Da condivisione a collaborazione

Lo Studio collabora con altri Studi Professionali?



Pre-pandemia (Ricerca 2019)

Campione: 2644 Studi professionali

- Sì, attraverso un accordo **FORMALIZZATO**
- Sì, in modo **STABILE** ma **INFORMALE**
- Sì, ma **OCCASIONALMENTE**
- Sì, **SOLO PER CONDIVIDERE** spazi/strutture
- No, ma ne **sento l'esigenza**
- No, **non mi interessa**

L'economia digitale



è di tipo collaborativo

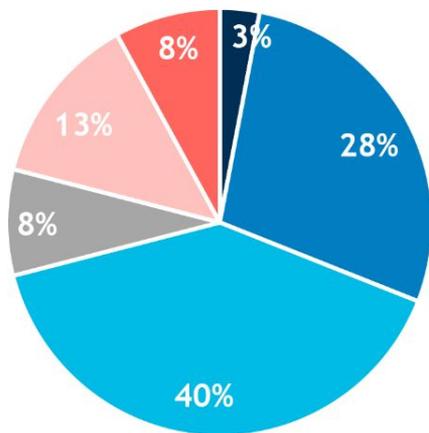


Oggi non essere collaborativi espone al rischio di **autoemarginarsi**



Da condivisione a collaborazione

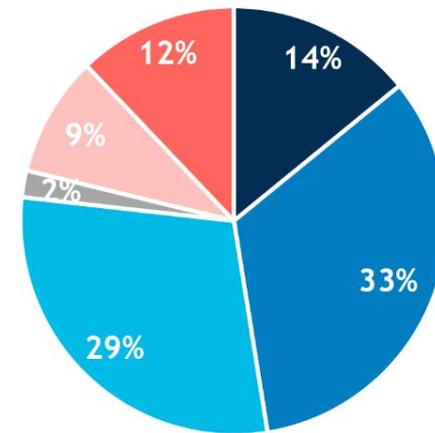
Lo Studio collabora con altri Studi Professionali?



Pre-pandemia (Ricerca 2019)

Campione: 2644 Studi professionali

- Sì, attraverso un accordo **FORMALIZZATO**
- Sì, in modo **STABILE** ma **INFORMALE**
- Sì, ma **OCCASIONALMENTE**
- Sì, **SOLO PER CONDIVIDERE** spazi/strutture
- No, ma ne **sento l'esigenza**
- No, **non mi interessa**

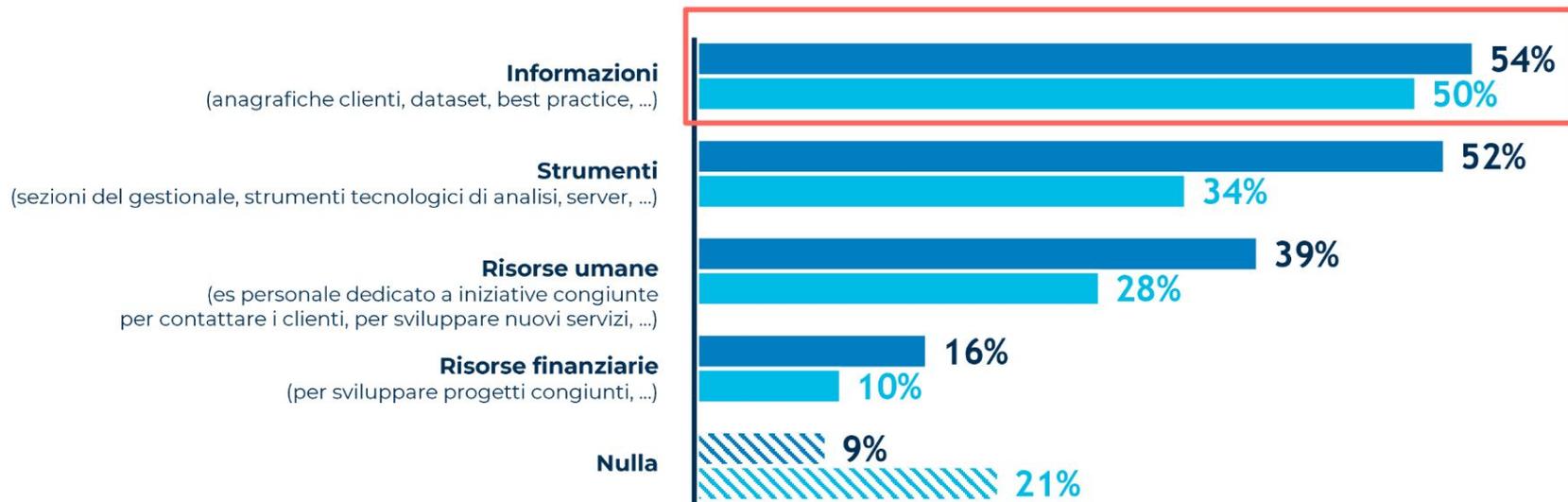


Post-pandemia (Ricerca 2021)

Campione: 3089 Studi professionali

Condividere il valore delle informazioni

La collaborazione prevede la condivisione di:



■ Sì, attraverso un accordo
FORMALIZZATO

■ Sì, in modo
STABILE ma **INFORMALE**

■ Sì, ma
OCCASIONALMENTE

■ Sì, **SOLO PER CONDIVIDERE**
spazi/strutture

■ No, ma ne **sento l'esigenza**

■ No, **non mi interessa**

Post-pandemia (Ricerca 2021)

Campione: 3089 Studi professionali

Efficienza



Ridurre i costi

Ridurre gli errori

Liberare tempo

Relazione



Customer Experience

Condivisione

Collaborazione

Nuovi servizi



Insight

Supporto decisionale

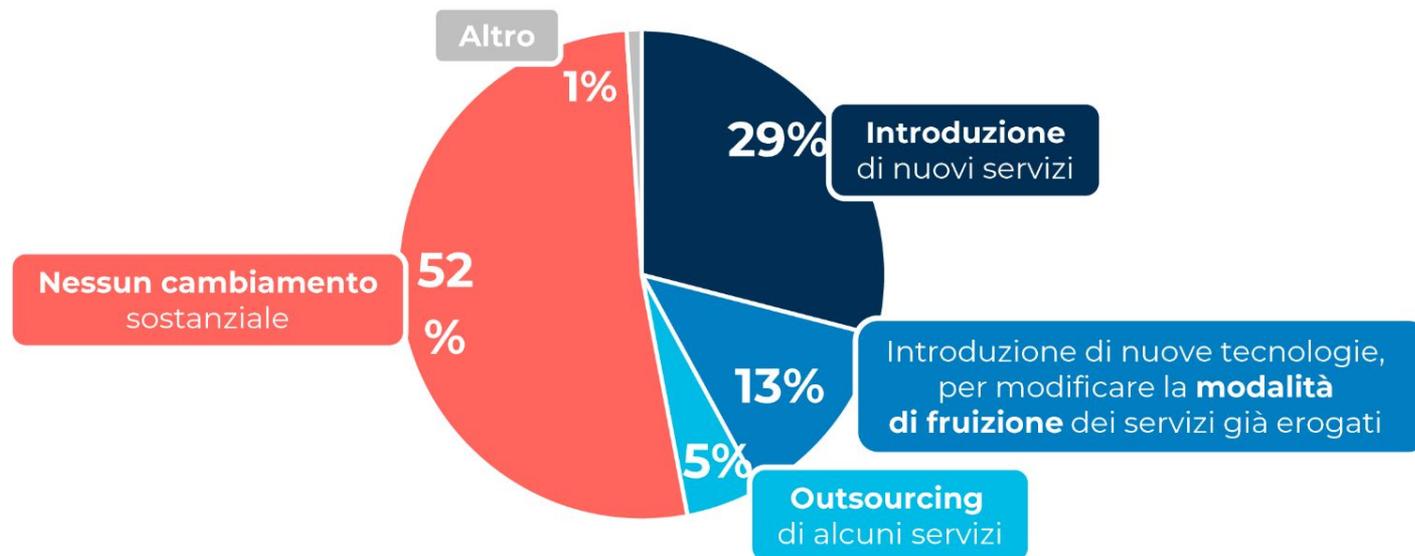
Revenue stream

Gli Studi hanno modificato il proprio portafoglio servizi...

Sviluppo
di nuovi
prodotti/servizi

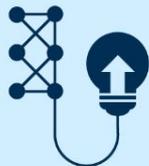


Le variazioni nel **portafoglio servizi**
degli Studi

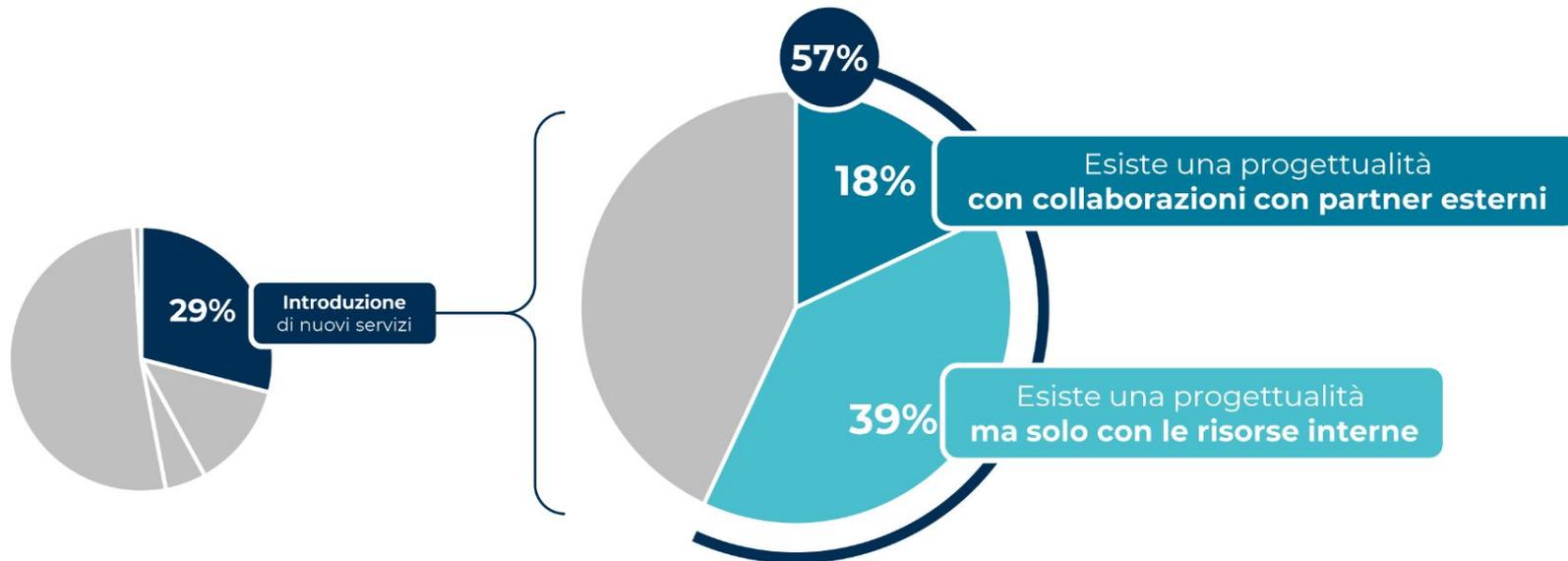


...valorizzando i propri dati

Valorizzazione
del dato

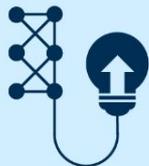


L'analisi e valorizzazione dei dati in Studio



Gli Studi più virtuosi

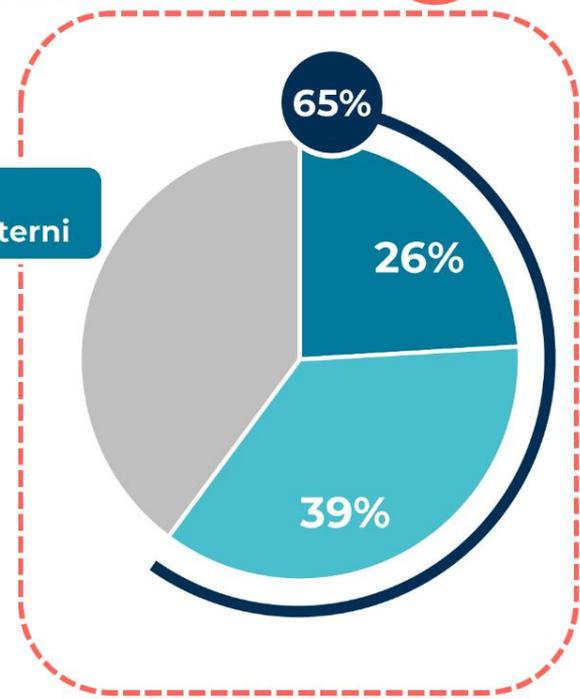
Valorizzazione del dato



L'analisi e valorizzazione dei dati in Studio

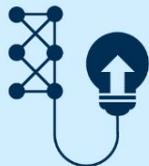


STUDI MULTIDISCIPLINARI

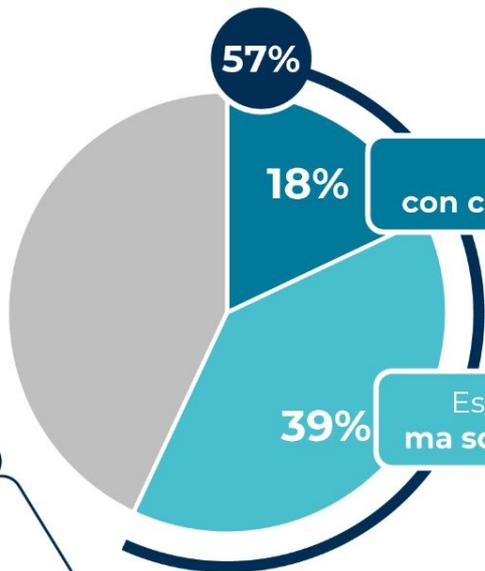


Le tecnologie protagoniste

Valorizzazione del dato

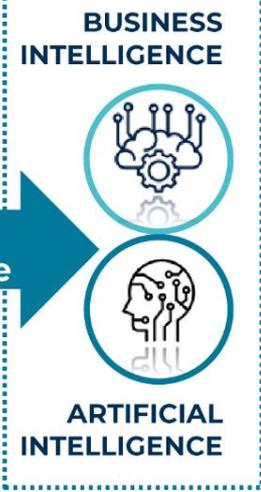


L'analisi e valorizzazione dei dati in Studio



Esiste una progettualità con collaborazioni con partner esterni

Esiste una progettualità ma solo con le risorse interne



STRUMENTI TRADIZIONALI



BI e AI fanno efficienza

Efficienza
dei processi
interni



Studi che hanno **già automatizzato**
i servizi standard



AVVOCATI



COMMERCIALISTI



CONSULENTI DEL
LAVORO



MULTIDISCIPLINARI



GRANDI STUDI

BUSINESS
INTELLIGENCE



4%

5%

17%

13%

50%

ARTIFICIAL
INTELLIGENCE



4%

7%

4%

17%

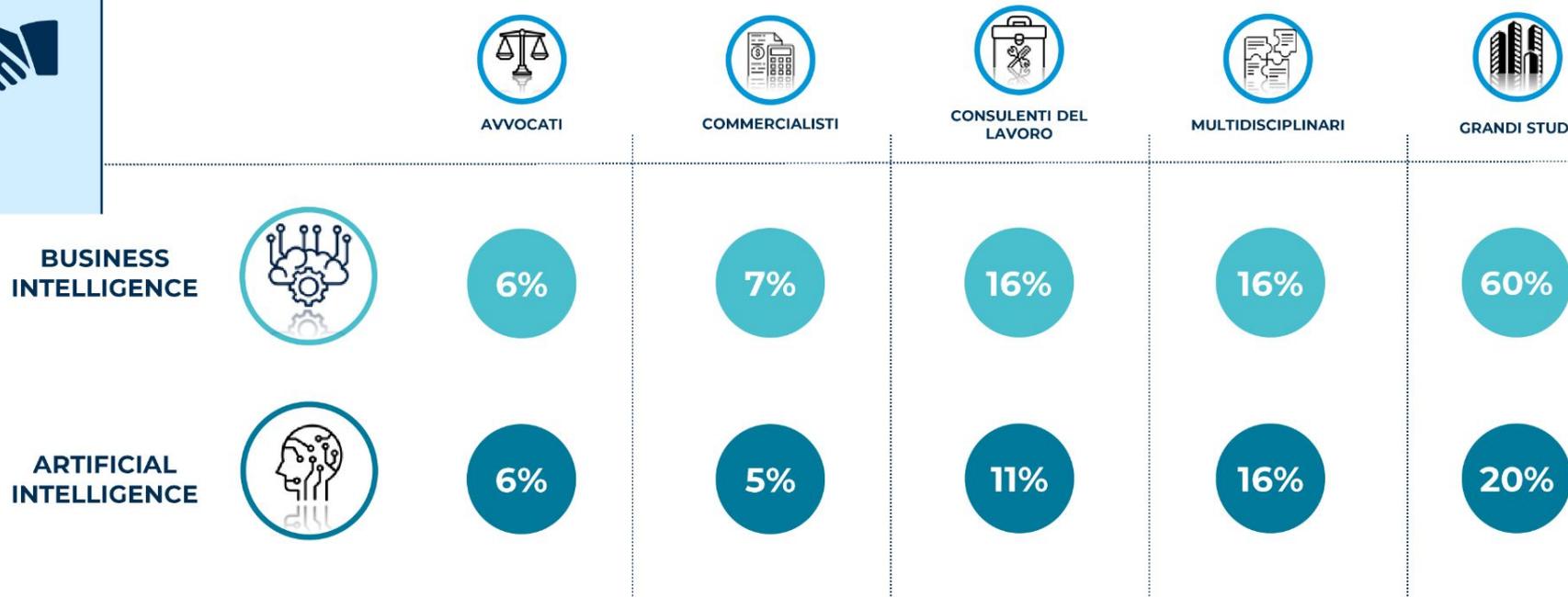
13%

BI e AI, comportamenti diversi nella relazione con i Clienti

Relazione
con i clienti



Studi che hanno introdotto **nuove tecnologie**,
per modificare la modalità di fruizione dei servizi già erogati



BI e AI per i nuovi servizi

Sviluppo
di nuovi
prodotti/servizi



Studi che hanno introdotto
nuovi servizi



AVVOCATI



COMMERCIALISTI



CONSULENTI DEL
LAVORO



MULTIDISCIPLINARI



GRANDI STUDI

BUSINESS
INTELLIGENCE



5%

10%

9%

9%

48%

ARTIFICIAL
INTELLIGENCE



3%

4%

6%

6%

10%



DATI



La differenza tra dati e informazioni
consiste nel fatto essenziale che queste
ultime sono dati **organizzati** per un
particolare **scopo**

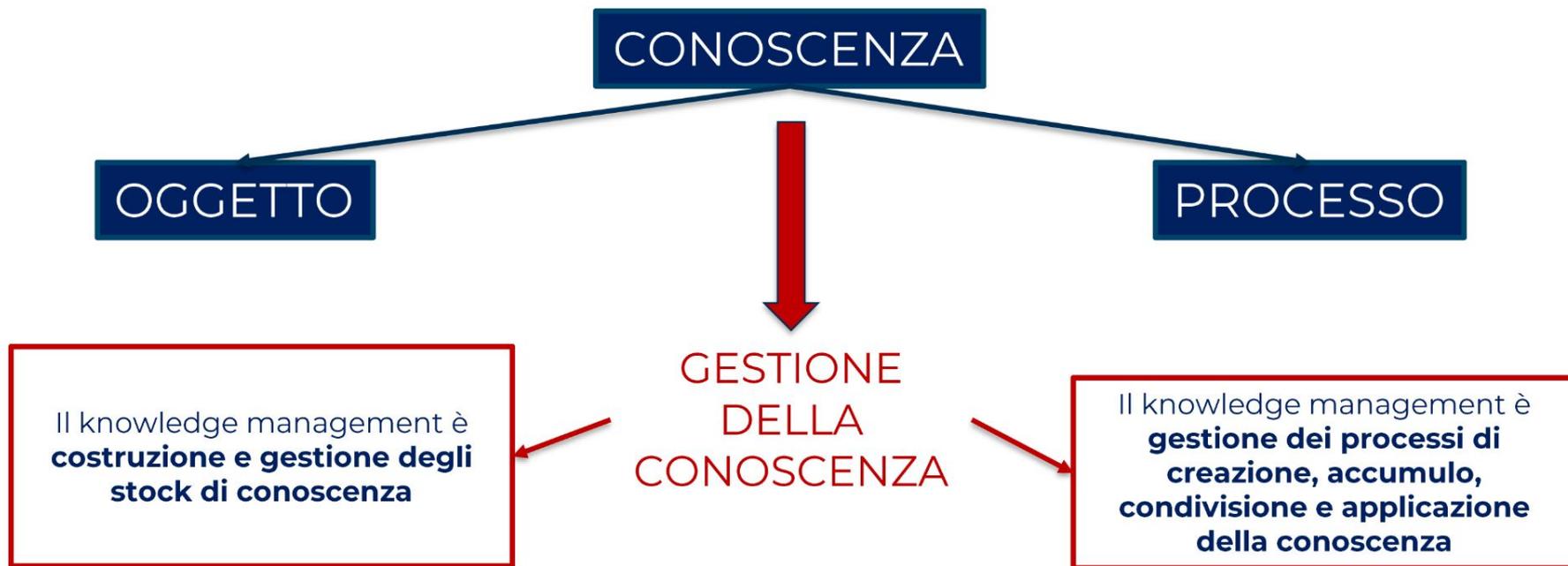
DATI

INFORMAZIONI

CONOSCENZA

- La conoscenza è riuscire a garantire uno stato di generalizzazione all'informazione
- La conoscenza non è la capacità di svolgere specifiche azioni, ma la **capacità di utilizzare le informazioni**

Un crescente numero di studiosi sostiene la natura della conoscenza intesa sia come oggetto, sia come flusso.



Conoscenza tacita ed esplicita

CONOSCENZA



TACITA

La conoscenza tacita è personale, specifica del contesto e, in quanto tale, difficilmente **formalizzabile e comunicabile**

ESPLICITA



La conoscenza esplicita è **codificata** e **trasmissibile** attraverso un linguaggio formale e sistematico

La conoscenza è l'asset strategico degli Studi Professionali

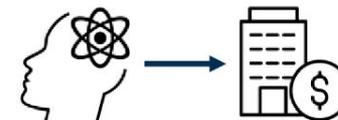
Nella knowledge economy, i **capitali intangibili** sono i driver chiave per la creazione di valore.



Gli Studi sono organizzazioni basate sull'**attività intellettuale**



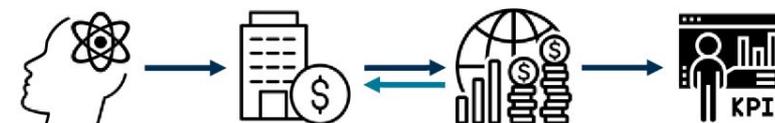
I capitali intangibili sono la **risorsa produttiva per eccellenza** degli Studi professionali



L'asset principale con cui lo Studio si presenta sul **mercato**

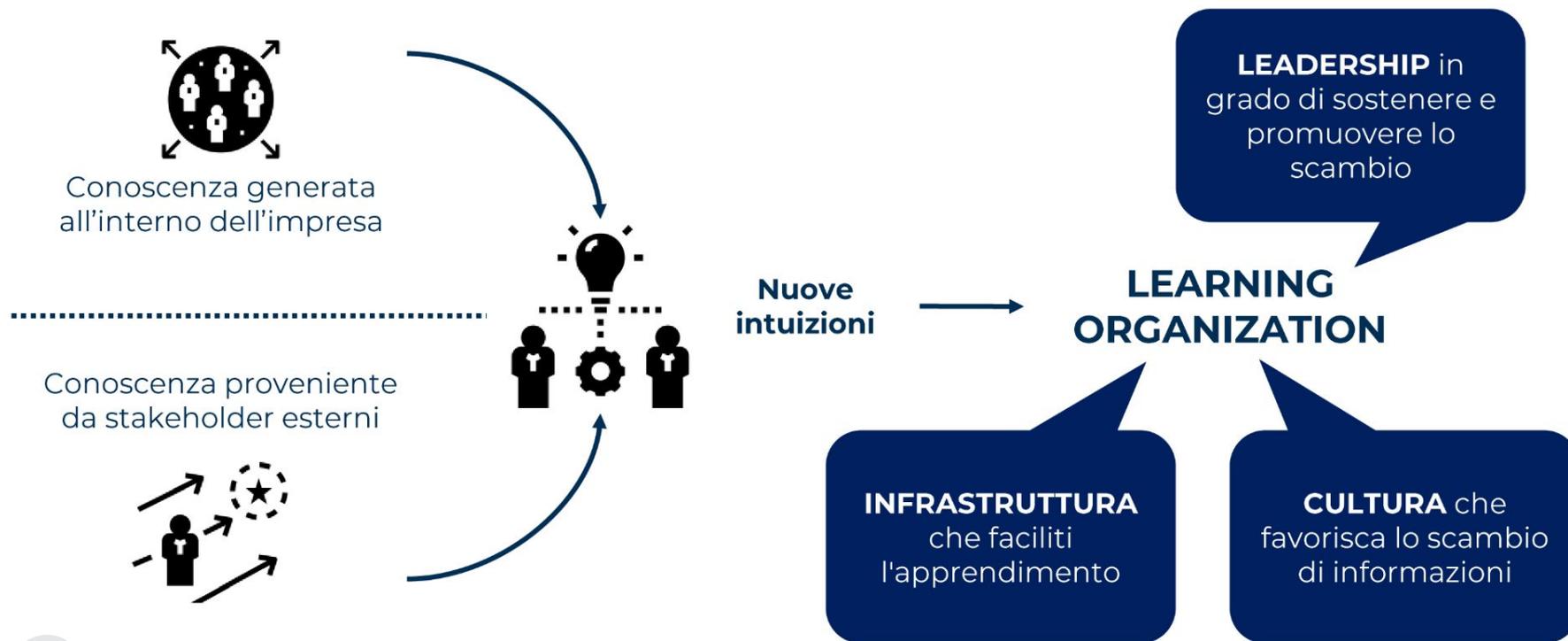


Dalla valutazione del mio principale asset riesco quindi a **misurare la mia competitività**.
Capire **punti di forza** e **punti di debolezza**.



Lo Studio come Learning Organization

La Learning Organization è un'organizzazione che **apprende a livello di individuo o gruppo** e **utilizza la conoscenza appresa** per rendere l'azienda stessa più competitiva.



Un framework in tre step

Il modello di riferimento, per una corretta gestione della conoscenza (interna ed esterna), prevede tre diversi livelli:

1. **knowledge strategy**, che analizza le dimensioni della strategia della conoscenza;
2. **knowledge management**, che analizza metodologie e strumenti per la gestione della conoscenza;
3. **knowledge evaluation**, che indaga metodologie e strumenti per la valutazione alla conoscenza



Prof. Simone Brancozzi

Grazie per la vostra attenzione!

www.cruscottodicontrollo.it

www.consulentiaziendaliditalia.it