

just rent IT

Editoriale

Il valore continuativo



Roberta Cresci

Passare da una logica di gestione di un prodotto a una logica di utilizzo continuativo di un servizio è un cambio di paradigma che sempre più aziende stanno compiendo nella scelta delle soluzioni in campo tecnologico. È un passaggio mentale e organizzativo che conferisce enormi benefici sia a livello tecnologico che competitivo e che, non di rado, viene stimolato dalla relazione che i soggetti aziendali deputati riescono a stringere con i loro consulenti.

Come è stato già detto, *“con la vendita si conclude un contratto, col noleggio operativo lo si inizia”*. Onorare tale contratto necessita quindi di un atteggiamento di attenzione perma-

nente da parte di entrambi i soggetti, ed è **la vera sfida per ogni relazione di business nell'economia moderna**. Creare una proposta di valore per il cliente è anche uno dei temi maggiormente affrontati nelle teorie di management degli ultimi anni.

A dispetto di ciò, non pare esserci sempre molta chiarezza sul tema, sia sulle caratteristiche che una proposta di valore deve possedere per essere considerata tale, sia su come renderla efficacemente persuasiva per chi la dovrebbe apprezzare. Uno degli errori più comuni è proclamare un vantaggio, di costo o di qualità, senza essere in grado di dare un reale supporto cognitivo al cliente. E questo vale tanto in fase di acquisto, attraverso la messa a disposizione del maggior numero di informazioni possibile, quanto nella fase post vendita, con un servizio di assistenza e di consulenza chiaro e trasparente. **Senza una dimostrazione dei vantaggi di ciò che si propone al mercato, diventa molto difficile convincere il cliente potenziale del-**

la bontà dell'offerta che spesso gli apparirà, di contro, come un semplice artificio comunicazionale per attirare la sua attenzione. Soprattutto in tempi di social e comunicazione esasperata dalle finalità attrattive, non ultimo il prezzo di acquisto allettante, che fa dimenticare tutti i costi meno evidenti che nascono dalla gestione in proprio delle cose.

L'atteggiamento dei nostri consulenti durante le fasi di costruzione, erogazione e comunicazione di un servizio di maggior valore, è supportato dal perseguimento di un obiettivo strategico aziendale volto a **concentrarsi rigorosamente su cosa è importante per il nostro cliente**, potenziale o già acquisito. Solo una vera “disciplina della comprensione del cliente” ci permette di aiutarlo a indirizzare le sue scelte verso la migliore alternativa possibile per il suo fabbisogno tecnologico, durante l'intera durata della prestazione del servizio. Ma, oserei dire, durante l'intera relazione fidelizzata, in un rapporto ampio ed evolutivo.

L'evoluzione nell'uso degli smartphone

Cambia il mercato del "mobile" in Italia, che ora coinvolge maggiormente le aziende

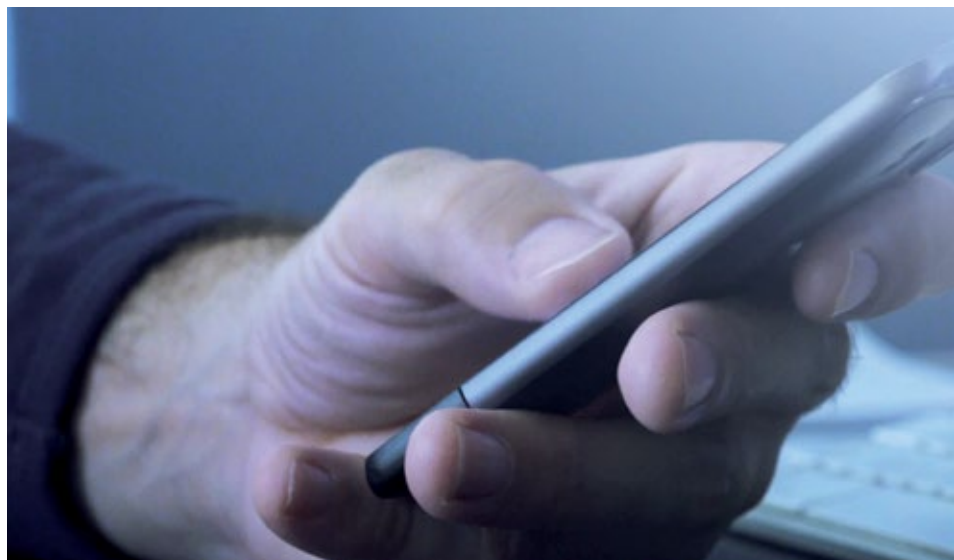
L'Italia è uno dei Paesi più colpiti dalla così detta Mobile Transformation: siamo terzi al mondo per numero di telefonini, dopo Cina e Stati Uniti. La conferma definitiva dell'amore degli italiani per la tecnologia portatile arriva dai dati raccolti nell'Osservatorio Mobile B2C Strategy 2018 della School of Management del Politecnico di Milano, un documento che offre una fotografia precisa della penetrazione e dello stato di evoluzione del mondo Mobile nel nostro Paese.

A farla da padrone è lo smartphone, che catalizza il traffico di circa il 70% degli utenti internet (in doppia cifra rispetto all'anno precedente, per un totale di 25 milioni di persone) e più del 60% del tempo speso online. Inoltre, lo smartphone sta soppiantando il desktop: il 50% di chi naviga lo fa solo da mobile; per il 38% i due schermi hanno la stessa rilevanza. Amanti del *mobile* soprattutto i social media, che investono sempre di più in questo mercato. A seguire il retail. Soprattutto il comparto moda gode di un grande successo sui piccoli schermi: Privalia e Vente-privee, dichiarano già oltre il 70% delle vendite da smartphone; il gruppo Yoox Net-A-Porter dichiara di volersi trasformare in una *mobile-only company*.

Le aziende italiane sono pronte?

La ricerca del Politecnico ha mappato il grado di maturità di 170 imprese italiane B2C di medie-grandi dimensioni, nell'approciare la Mobile Transformation **nel processo di interazione con i clienti**. La fotografia che ne emerge è suddivisa in cinque cluster:

- **Mobile first:** aziende in cui il mobile è già un elemento strategico centrale.
- **Work in progress:** aziende con una strategia *mobile* definita e implementazione in corso.



- **Digital driven:** aziende in cui i team digital trainano l'innovazione verso il *mobile*, rallentati da vertici ancora poco reattivi.
- **Wannabe:** realtà fortemente frenate da sistemi non funzionali.
- **Nice to have:** realtà ancora lontane dalla consapevolezza del ruolo del *mobile*.

Risultati positivi quindi, dato che un buon 60% delle aziende monitorate ha in atto o è già evoluta per quanto riguarda le strategie di Mobile Transformation. **È interessante sottolineare** che la distribuzione delle aziende nei vari cluster è assolutamente casuale in rapporto al settore di attività d'appartenenza, ma la ricerca mostra come le realtà italiane stiano cercando di migliorare sul fronte delle competenze, delle specializzazioni e delle infrastrutture richieste da un approccio *mobile-centrico*. Allo stesso modo quasi tutte le aziende (il 77%) cercano di creare siti web o applicazioni *mobile*

responsive. Per quanto riguarda le app *mobile*, è interessante portare a confronto i dati rilevati nel Regno Unito dal report *State of Digital Commerce* di Episerver, che mostra come il 66% dei marketer non utilizzi più app *mobile* per le proprie campagne, preferendo una presenza *mobile responsive*.

E l'innovazione?

Secondo la ricerca sono cinque le aree principali che fungono da traino per l'innovazione in campo *mobile*.

E-commerce B2C, attualmente in crescita del 63% rispetto al 2015, costituisce il 17% del valore complessivo dell'e-commerce italiano. La spesa degli italiani in *mobile commerce* ha triplicato il suo valore in soli due anni, raggiungendo quota 3,3 miliardi di euro.

Pagamenti digitali e Mobile Wallet, sia a livello internazionale che locale, crescono gli investimenti e l'attenzione verso le soluzioni di pagamento digitali e sui sistemi di pagamento *peer-to-peer*.

Big data analytics i dispositivi mobili sono l'alleato migliore della profilazione utente.

Internet of Things tutto passa dallo smartphone che sta sempre più prendendo le fattezze dello strumento con cui interagire con il mondo che ci circonda in tempo reale – dalle applicazioni di domotica al car sharing, tramite app.

Intelligenza artificiale Molto amata dalle numerose aziende italiane che stanno sperimentando l'utilizzo di chatbot, ovvero di assistenti virtuali in grado di rispondere a domande e richieste dell'utente.



Un terreno in sicura espansione nei prossimi anni.

In conclusione la Mobile Transformation implica il passaggio da una visione tattica a una strategica del *mobile*, in un vero e proprio *mobile transformation journey*.

Un viaggio da non sottovalutare.

Easytek e Easytop, *la locazione con tutti i benefit*

Smartphone aziendali: il valore della continuità del servizio

I luoghi di lavoro stanno attraversando una trasformazione senza precedenti. Lo smartphone oggi è diventato un vero e proprio ufficio itinerante: la disponibilità di app sempre più efficaci e di risorse cloud sempre più ampie consente a manager, tecnici o commerciali **di gestire dal proprio device qualsiasi operazione**. Il dispositivo *mobile* evoluto entra quindi di diritto tra le necessità tecnologiche aziendali ed è dovere di ogni impresa confrontarsi con le più moderne soluzioni di utilizzo.

Se personalizzazione, flessibilità, agilità e sicurezza spingono sempre più le aziende a mettere in discussione il modello tradizionale "SIM & Smartphone" proposto dagli operatori telefonici, sappiamo già che l'acquisto in proprietà risolve solo parzialmente le necessità di utilizzo. Il leasing può intervenire a livello finanziario ma tutte le altre incombenze di carattere tecnico e amministrativo restano comunque in capo all'azienda che dovrà dedicare proprio personale per gestire gli adempimenti contabili e fiscali o per risolvere in proprio le temporanee attività di aggiornamento e manutenzione, senza poter contare così sulla piena continuità di utilizzo che solo un contratto di locazione operativa può conferire. Facile immaginare le perdite di tempo e le inefficienze che **si trasformano in rischi e costi non sempre considerati prima dell'acquisto**.

Ecco quindi dove si innesta la soluzione Easytek di Computek Locazioni, un contratto aperto che rende trasparenti tutti i costi di gestione, in quanto ricompresi in un unico canone e che sposta il focus dal semplice finanziamento alla gestione di un asset oggi fondamentale per le aziende moderne. Easytek **interviene, infatti, in caso di danno o malfunzionamento o difetto di fabbricazione** dello smartphone locato, provvedendo alla sua riparazione e limitando al minimo il tempo di ripristino. Per contratti superiori ai 100 dispositivi è anche previsto uno stock di beni immediatamente sostitutivi. Per fornire un servizio ancora più completo, Computek Locazioni ha previsto anche Easytop, un upgrade che include tutta l'assistenza di Easytek **e prevede l'immediata sostituzione del bene oggetto di furto** con un altro apparato sostitutivo immediatamente disponibile.

La proprietà incatena, appesantisce e moltiplica i costi. La locazione operativa è sempre la migliore soluzione.



Le risposte di Computek Locazioni alle richieste "mobile"

Tutto quello che avete sempre voluto sapere e non avete ancora osato chiedere



il costo d'uso degli smartphone aziendali nel periodo di utilizzo.

Quali sono i vantaggi del contratto di locazione relativo all'utilizzo degli smartphone in azienda?

La locazione operativa consente di gestire, in un unico canone, beni e servizi accessori. La continuità del servizio permette di restare sempre "connessi" riducendo gli impatti negativi sul business.

Con quale partner avete attivato la collaborazione?

Abbiamo in essere delle collaborazioni con partner altamente qualificati nel settore *mobile*, realtà che vantano una lunga esperienza nell'ambito dei servizi legati all'estensione di garanzia dedicati ai rivenditori, distributori e negozi che si occupano di prodotti tecnologici. Sono in grado di gestire ogni fase del processo di riparazione: dalla presa in carico del prodotto alla restituzione al cliente finale.

Come funziona il servizio di assistenza nel dettaglio?

Il conduttore ha a disposizione un numero telefonico dedicato da contattare in caso di imprevisti. I nostri partner ritirano l'apparato presso il luogo indicato entro i termini concordati. Il Bene riparato verrà successivamente recapitato al conduttore senza costi aggiuntivi. I costi e la responsabilità del buon esito delle spedizioni saranno a esclusivo carico dei partner.

Qual è la differenza tra Easytek e Easytop?

Easytek è il servizio di riparazione dell'apparato danneggiato in caso di danno accidentale, malfunzionamento o difetti di fabbricazione. Le parti possono concordare il numero massimo di eventi indicandoli in contratto. Easytop affianca, a tutti i servizi previsti da Easytek, il servizio di sostituzione del bene oggetto di furto con prodotto nuovo o rigenerato.

Parafrasando il titolo di un vecchio film di Woody Allen, ci sediamo a un tavolo virtuale con Monica Botta e Pasquale Maranino, i consulenti di Computek Locazioni che stanno promuovendo queste soluzioni *mobile* tra le aziende, per saperne di più.

Come nasce l'attenzione di Computek Locazioni verso il mondo degli smartphone aziendali?

Recentemente abbiamo assistito a una crescente richiesta, inizialmente da parte di nostri clienti, di poter ampliare la gamma di beni oggetto della locazione operativa a "oggetti", quali appunto gli smartphone che potremmo definire l'"ufficio in movimento".

Che soluzione è stata adottata e perché?

La caratteristica principale di questi beni è la "mobilità" alla quale va associata una vita utile piuttosto breve se paragonata a quella di un *laptop* e un importante valore di acquisto soprattutto per l'alto di gamma. La locazione operativa corredata da servizi di manutenzione e sostituzione è la soluzione ideale per tenere sotto controllo

Nr. 24/ ottobre 2018



Pubblicazione Periodica
di informazione su on demand
e innovazione nell'ICT
a cura di



Computek Locazioni SpA

Via Mascheroni 29
20145 Milano
Tel. 02.72001578 r.a.
Fax 02.86996821
Roma
Cell: +39 3466390448
info@computeklocazioni.it
www.computeklocazioni.it

Filiale Nord-Est

Roberta Cresci
Cell: +39 335 6965099

Direttore

Giulio Cresci

Coordinamento Editoriale e Produzione

Rental Blog

Progetto Grafico

Studio Gomez

Tek Evolution prosegue
con le news aggiornate su
www.computeklocazioni.it