8 passi per realizzare l’impresa Intelligente

Enterprise 4.0 è una rubrica settimanale dedicata ai processi di innovazione aziendale a cura di Neosperience. Per consultare gli articoli precedenti clicca qui.
Il termine **Impresa 4.0** è ormai entrato nel nostro linguaggio comune per definire l’applicazione delle ultime innovazioni tecnologiche all’apparato produttivo. Tuttavia, oggi, la situazione di profondo ritardo della nostra industria richiede una ridefinizione delle caratteristiche e degli strumenti coinvolti nel processo di innovazione industriale.

Le aziende, oggi, hanno la necessità di attingere a tutti gli strumenti smart che sono a loro disposizione per la produzione di prodotti e servizi in linea con le aspettative dei propri clienti. Essere un’impresa intelligente non consiste tanto nella produzione di prodotti e servizi “intelligenti”, quanto nella messa a terra di processi produttivi, distributivi e d’analisi smart, così da permettere un consistente risparmio di tempo e risorse.

Vediamo quali sono i principali aspetti che compongono l’Impresa 4.0.

Creazione di prodotti intelligenti per l’impresa

È innegabile che la creazione di prodotti intelligenti non possa prescindere dall’ideazione di un sistema produttivo intelligente. Oggi, le nuove tecnologie permettono di reinventare il prodotto affinché sappia comunicare e interagire con clienti e produttori, e perché permetta, inoltre, la comunicazione e l’interazione fra questi. L’Internet of Things (IoT) e l’Intelligenza Artificiale sono

gli ambiti nei quali l’intelligenza del prodotto si esprime con maggiore forza.

Gestione proattiva delle relazioni con il cliente

Oggi, poiché le persone vivono e si relazionano con le imprese nel mondo digitale, è essenziale che il dialogo con i propri clienti avvenga sui diversi touchpoint virtuali, dove poter trasmettere il valore del brand.
Oltre alle varie tecnologie per il Customer Service, quali chatbot o sistemi di analisi innovativi per la voice of customer, si è ormai affermata tra gli utenti la pratica della gamification, ovvero la ludicizzazione delle interazioni tra cliente e brand. In questo ambito, la realtà aumentata si sta sempre più affermando.

Garanzia di veridicità della filiera

Il problema dei fake products sta diventando sempre più ingombrante, figurando tra i principali danni economici per le aziende; oggi, distinguere tra falso e originale è sempre più difficile. Gestire la propria filiera diventa, così, fondamentale, e la tecnologia della Blockchain rende il tutto molto più semplice e affidabile. L’immutabilità del sistema garantisce la veridicità dei prodotti.

Studio dei segmenti dei clienti

Grazie allo sviluppo delle tecnologie di analisi del cliente, oggi è possibile inferire le caratteristiche psicografiche

della persona in base al suo comportamento su internet o sui social. La conseguente personalizzazione della comunicazione permetterà una migliore qualità del servizio per il cliente e una maggiore efficacia della comunicazione stessa.

Nuovi modelli di business di impresa

Oggi, viviamo nell’epoca della Subscription Economy; le persone non desiderano più il possesso esclusivo e illimitato nel tempo del bene, ma prediligono la formula dell’abbonamento, così da avere un maggior numero di prodotti e servizi a disposizione e una personalizzazione degli stessi.

Realizzazione della smart factory

La conduzione di un’impresa intelligente può essere molto complessa; anche in questo caso la tecnologia può aiutare a migliorarne l’efficienza. Una volta acquisiti i dati di produzione, i sistemi d’analisi intelligenti possono andare a impattare positivamente sull’efficienza della produzione, sul recupero degli scarti, sui resi e sugli extracosti.

Innovazione nella gestione del personale

Numerose tecnologie influenzano positivamente sia la vita dei lavoratori, sia la loro gestione in ambito aziendale. Tra le principali applicazioni, possiamo annoverare: i sistemi sensibili per il controllo e la manutenzione dei macchinari e per la sicurezza dell’ambiente, la realtà aumentata per la condivisione di informazioni, il controllo a distanza degli strumenti, le simulazioni virtuali per la formazione e, per concludere, gli strumenti intelligenti per il recruiting.

Utilizzo dei big data per creare valore

Oggi, la maggior parte delle informazioni importanti per un’azienda sono raccolte in occasione delle diverse interazioni con i clienti: call-center, social media e posta elettronica sono alcuni degli esempi più comuni.
A questi si aggiungono milioni di dati strutturati generati dai sistemi gestionali interni.

Per utilizzare queste informazioni in modo efficace, l’IA è utile per combinare i dati provenienti dai diversi canali di acquisizione in modo da poterli interrogare, analizzare ed estrarre organicamente.

In definitiva, l’applicazione delle ultime tecnologie ai processi aziendali ha una presenza potenzialmente pervasiva e rappresenta una sfida per le imprese che vogliono mantenere la propria competitività nel futuro.

https://www.key4biz.it/8-passi-per-realizzare-limpresa-intelligente/275968/