

NELLA FASE 2 COSTRUIAMO IL VANTAGGIO COMPETITIVO FUTURO

Sono 8 i trend abilitati dalla digitalizzazione che segnano il "new normal".

Niccolò Rossi

A soli tre mesi dal manifestarsi dell'emergenza Coronavirus le imprese si trovano ad operare in un mercato totalmente stravolto, in cui molte delle certezze e posizioni acquisite a seguito della crisi del 2008 sono state spazzate via. Per reggere l'onda d'urto della crisi, manager ed imprenditori hanno dovuto sviluppare nuove competenze, modalità organizzative e idee di business il cui valore si è in molti casi dimostrato vincente, permettendo di attraversare la prima fase. Ora, con l'ingresso nella Fase 2 occorre valorizzare quanto sin qui sperimentato, portandolo a regime in un nuovo disegno imprenditoriale e strategico, in grado di avviare la lenta e complessa fase di rimessa in moto delle aziende.

"A partire da maggio 2020" afferma Josef Nierling, amministratore delegato di Porsche Consulting "le aziende consolideranno i nuovi modelli di business e i nuovi modi di lavorare appresi in risposta alla fase acuta della crisi. La fase 1 ci ha costretti a cambiare, adesso quello che sta per iniziare rappresenta un prezioso periodo di ulteriore apprendimento e messa a punto di ciò che

ci permetterà di crescere in Fase 3. Oggi dobbiamo essere ambidestri" continua Nierling "gestire da un lato la crisi e costruire il futuro con quelle decisioni che abbiamo anticipato nei mesi precedenti e che possono essere la fonte del nostro vantaggio competitivo nel "new normal".

Secondo un recente studio di Porsche Consulting sono 8 le abitudini sociali abilitate



dalla digitalizzazione che si radicheranno in Fase 2 e che possono diventare immediati elementi della propria nuova strategia. Si parte dal distanziamento sociale, che modifica canali commerciali, formati prodotto e relazione con i clienti. E poi la collaborazione da remoto, che stravolge non solo le attività amministrative in smart working, ma anche servizi sofisticati ad alto valore aggiunto come la progettazione remota di interi stabilimenti con software 3D.

Inoltre, lo studio evidenzia la tracciatura digitale del proprio stato di salute, che potrebbe abilitare nuovi modelli di business per società farmaceutiche e med-tech, il cambiamento nelle abitudini di trasporto, che accelera il passo verso la mobilità sostenibile, la coesione locale, che favorisce il trend di "ritorno a prodotti autentici" e il supporto al business di vicinato, la maggiore responsabilità sociale, che porta sempre di più le imprese a riflettere sulla loro proposizione di valore.

Completa l'elenco una maggiore fiducia nel-

le autorità e il rafforzamento del ruolo delle istituzioni, sia a protezione della salute dei cittadini che a sostegno dell'economia, con conseguenti effetti sul finanziamento strategico di alcuni settori, e infine l'allentamento della privacy, con conseguente maggiore accettazione della condivisione dei dati personali una volta che saranno visibili i relativi risultati positivi.

"Questa crisi ha attivato una serie di nuovi comportamenti" dichiara Nierling "ha rapidamente rafforzato la nostra capacità di collaborare virtualmente, ha accelerato trasformazioni in atto e ha anticipato innovazioni, portando l'immaginato futuro nel presente. Ma cosa più importante" conclude Josef Nierling "ci ha reso ancor più consapevoli dell'urgenza di un'economia sostenibile".

www.porsche-consulting.com/it/home/



Lascia il tuo commento a questo link:

<https://www.editorialedelfino.it/nella-fase-2-costruiamo-il-vantaggio-competitivo-futuro.html>