



IL DIGITALE OPPORTUNITÀ PER L'ARTIGIANATO

L'importanza delle tecnologie a supporto
della Digital Transformation del settore
Artigiano

Giovanni Scrivanti - Fondazione Torino Wireless

09 novembre 2021
ore 14:30-16:00



Camera di Commercio
Cuneo



punto
impresa
digitale



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



ALPIMED

INNOV


Confartigianato
CUNEO

20°
torinowireless
ICT e Innovazione in Piemonte



La Fondazione Torino Wireless

Torino Wireless è nata nel **2002** grazie a **una forte alleanza territoriale** su stimolo del MIUR.

In questi quasi 20 anni di attività lo **scenario locale e nazionale** è fortemente cambiato e per rispondere alle **nuove sfide** alcuni attori istituzionali hanno attivato accordi di collaborazione, in coerenza con i **nuovi bisogni di sostegno alla digitalizzazione** e all'innovazione del **non profit**, delle **MPI** e dei **piccoli comuni**



Soci fondatori e contributori



Partner territoriali

Torino Wireless opera attraverso i suoi Cluster

POLOICT
JOIN THE INNOVATION

Regione Piemonte



- ✓ **1** nuovo modello di supporto e sostenibilità:

CONNECT INTERACT INNOVATE

- ✓ **4** nuove filiere (Intelligenza Artificiale, Smart Mobility, Impatto Sociale, Economia Circolare)
- ✓ **42** nuovi aderenti nell'ultimo anno
- ✓ **10** anni di attività: strumento regionale attraverso il quale attuare le politiche per ricerca e innovazione per le PMI

765

IMPRESE
COINVOLTE

234

PROGETTI
DI RICERCA

82

MILIONI di EURO
INVESTITI

1680

INCONTRI
B2B



Cluster Nazionale

- ✓ **Piemonte** capofila
- ✓ tramite TOW
- ✓ **150+** aderenti
- ✓ **11** Regioni
- ✓ **46** Città
- ✓ **96** progetti per **193+M€**
- ✓ **22** eventi nazionali e internazionali di clustering



#imprese città

smau

Esperienze e competenze: **Trasformazione Digitale**

Per le IMPRESE



Due azioni strategiche in collaborazione con Fondirigenti: nel 2019-2020 attraverso la progettazione di un **modello** replicabile per la gestione della trasformazione digitale immediatamente applicabile, **sperimentato con successo sulle prime 25** imprese. Nel 2021 con il coinvolgimento di **28 aziende** con le quali sono stati scritti i percorsi di digital transformation per la resilienza

INNOVATION VOUCHER



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



117

Imprese supportate
con progetti di **Digital
Transformation**

1,8M€

investimenti
2018-20

SOCIAL TECH



23 cooperative accompagnate su strategia di trasformazione digitale.



Modello/programma di accelerazione rivolto alla trasformazione digitale e tecnologica delle **imprese sociali e del volontariato**.



Implementazione sistema di CRM, marketing automation (fundraising) e **gestione dei Volontari**.

NON PROFIT - CULTURA



Il **Castello Visconteo - Sforzesco di Novara** si è affidato a Torino Wireless per lo sviluppo di progetto di rinnovo che comprende, tra le altre componenti, lo sviluppo di una piattaforma CRM e marketing basata su Salesforce.

Digitalizzazione Musei
e Turismo / Cultura



Sistemi di vendita, ingaggio visitatore e turisti, sistemi di fruizione digitale delle collezioni, gamification.

Progetti di Trasformazione Digitale per PMI

INNOVATION VOUCHER



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



117

Imprese supportate
con progetti di Digital
Transformation

1,8M€

investimenti
2018-20



**Data
Driven
Digital
Transformation**

26 PMI

coinvolte in un
percorso di
trasformazione
digitale

Progetto Cofinanziato da CE: programma Horizon 2020

Obiettivo: migliorare i servizi di supporto alla trasformazione digitale delle PMI e testare nuove metodologie data driven.



Supporto alla Digital Transformation per le
micro e piccole imprese rurali e dei territori
montani del progetto InnovLab

Iniziativa finanziata dal PITER GraiesLab
nell'ambito del programma di cooperazione
transfrontaliera ALCOTRA

15 PMI

coinvolte in un percorso di trasformazione
digitale fino al mentoring individuale per la
realizzazione di un progetto di innovazione

Gli Osservatori Tecnologici di Torino Wireless



Gli Obiettivi

- » Analisi e aggiornamento costante delle principali traiettorie tecnologiche di ricerca e di innovazione del mercato;
- » Focus sullo scenario dell'offerta di innovazione dei territori;
- » Pubblicazione di studi, report e statistiche su verticali tecnologici di riferimento e ambiti applicativi;

Il Metodo

- » Incontro con le imprese del territorio per qualificarne competenze tecnologiche, offerta di soluzioni e interessi di innovazione;
- » Ricerca primaria, analisi di studi di settore;

Gli osservatori attivi

Intelligenza
Artificiale



Blockchain



Cybersecurity



Smart
Mobility



Digitale per il
Sociale



Digitale per
Impresa 4.0



Le esigenze alla base del cambiamento



*Perché la trasformazione digitale è fondamentale per le imprese?
Come superare la crisi, adattarsi al cambiamento del «new normal»?*

I problemi strutturali del settore prima della pandemia...

calo dei consumi, scarsa programmazione e pochi investimenti digitali, promozione tradizionale inefficace, concorrenza web retailer, poca presenza online.

...si sono resi evidenti negli ultimi 18 mesi

E il cambiamento si è reso obbligatorio per tutti:

Informazioni tramite QR Code, delivery, prenotazione online, pagamenti digitali e da smartphone

sono una nuova presenza comune per molte imprese



Il rilancio passa dal digitale

Criticità



WEB MARKETING



Soltanto il **9%** delle PMI* utilizza **Google Ads**.

PRESENZA LOCALE



Il **37%** delle PMI* non ha un account **Google My Business** rivendicato.

POSIZIONAMENTO DIGITALE



Il **32%** delle PMI* **non aggiornano** il proprio sito da più di un anno.

PRESENZA LOCAL Rivendicare account GMB



Rivendicare la scheda **Google My Business** è molto importante visto che questa **settimana più volte** rispetto al sito web.

SEO

Migliorare la SEO del proprio sito



I **motori di ricerca** sono la principale finestra attraverso cui gli utenti si affacciano al mondo di internet.

WEB MARKETING Investire in Web Marketing



Gli **Online Ads** raggiungono l'**80%** della popolazione italiana che **ricerca online** prima dell'acquisto.

Potenzialità



+15,5% delle imprese hanno aperto un canale di vendita online tra aprile e ottobre 2020

[1]

63% delle imprese pensa che avere un posizionamento digitale migliore le avrebbe aiutate ad affrontare meglio la pandemia [2]

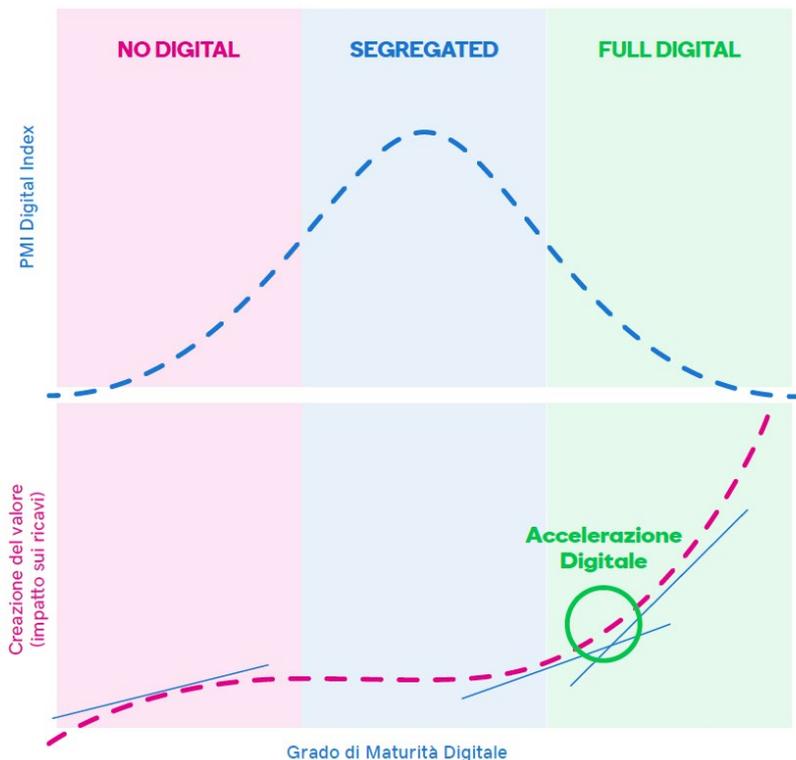
71% delle imprese intervistate usa il proprio sito web o i social media per attività di marketing

46% delle imprese ha modificato il proprio modo di fare business (nuove aree di attività fisiche e digitali)

[1] Report PMI Digital Index – GoDaddy, 2019, 2021

[2] <https://www.unioncamere.gov.it/P42A4646C160S123/covid--crescono-le-imprese-del-commercio-che-vendono-online---3-600-in-7-mesi.htm>

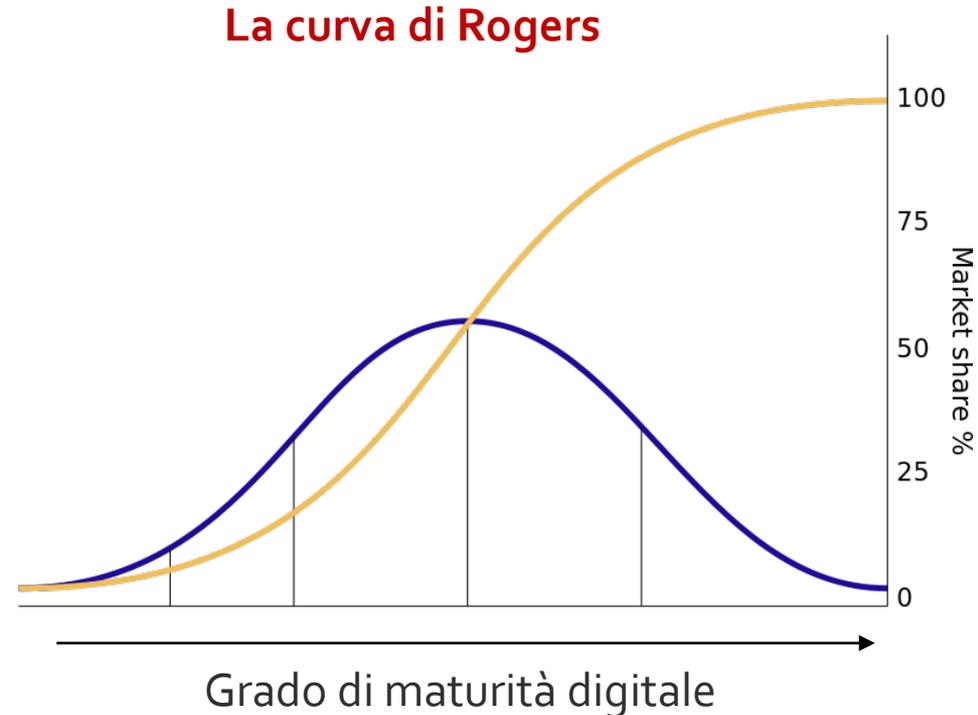
Going Full Digital



- ❑ Una buona presenza online è spesso correlata con **migliori performance economiche** delle imprese;
- ❑ Tuttavia, **non è sufficiente** la semplice adozione di alcune tecnologie e servizi digitali per trarne vantaggi significativi;
- ❑ È necessario **aggiornare e migliorare** il proprio grado di maturità digitale nel tempo per ottenere ritorni significativi;

La curva di adozione

- ❑ È possibile misurare il **grado di maturità digitale e innovatività** delle imprese tramite numerosi test diagnostici (Es. Selfi 4.0, Zoom, ecc..)
- ❑ Classificando le diverse categorie di utilizzatori sulla base del **loro grado di innovatività**, si ottiene una curva a forma di campana, la **Curva di Rogers**;
- ❑ Il modello illustra le modalità **di adozione dell'innovazione nei diversi settori**, classificando gli individui in base alla loro maturità digitale;



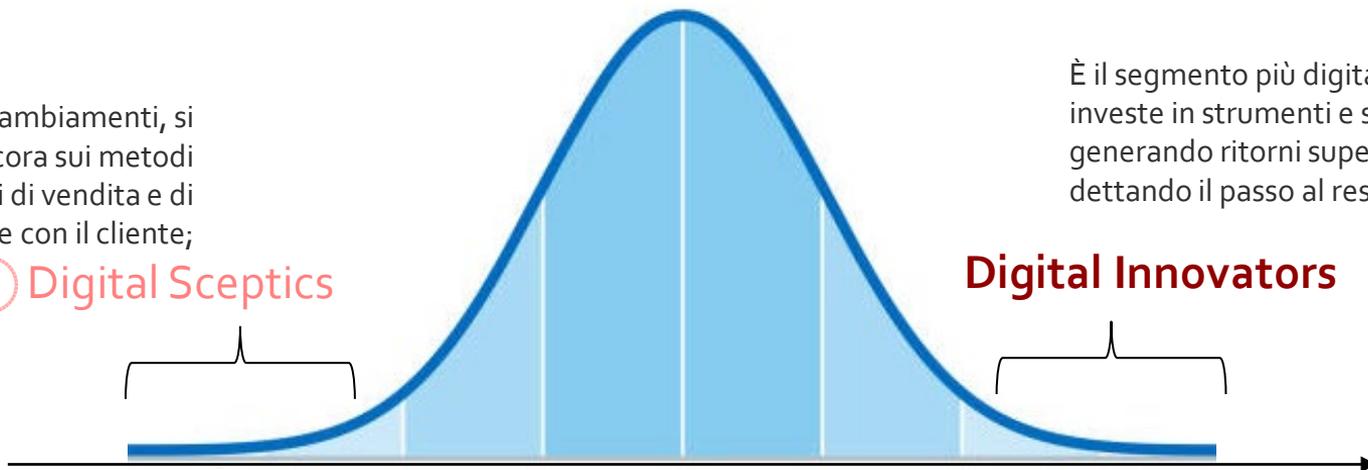
I segmenti principali

Indifferenti ai cambiamenti, si basano ancora sui metodi tradizionali di vendita e di comunicazione con il cliente;

Digital Sceptics

È il segmento più digitalizzato, che investe in strumenti e servizi innovativi, generando ritorni superiori alla media e dettando il passo al resto del settore.

Digital Innovators



Sono aziende giovani o presenti online da poco tempo, con performance sotto la media ma buone prospettive di crescita

Digital Starters

Digital Settled

Imprese mature con una consolidata presenza online e strategia digitale, restando tuttavia ancora al di sotto del loro pieno potenziale

Tecnologie e servizi digitali a supporto

Gli Osservatori di Torino Wireless hanno analizzato **le principali traiettorie di innovazione digitale per le imprese**, evidenziando come la presenza online sia il punto di partenza per instaurare un **«circolo virtuoso»** insieme alla principali tecnologie digitali:

1) Presenza Online

Proprietaria o su terze parti

2) I pagamenti digitali

Integrazione nel negozio fisico e digitale

3) Il valore dei dati: CRM

Organizzare e valorizzare i dati dei propri clienti

4) Digital e Social Media Marketing

Promuovere la propria impresa online

Il circolo virtuoso del digitale



1) La presenza online

Il punto di partenza della trasformazione digitale è rappresentato dalla propria presenza online, comunicando le attività ed i servizi sul web ed **«innestando» servizi e tecnologie complementari.**

Ci sono numerose modalità e servizi per essere presenti online, che portano le imprese a fare una scelta **«make or buy»:**



Make:

presenza online proprietaria

Costruire un proprio sito web completo di tutte le funzionalità richieste, tra cui moduli di prenotazione, ecommerce, ottimizzato per SEO e SEM, utilizzandolo come fulcro della propria attività di vendita e promozione digitale.



Ibrido:

presenza online sia su sito web che su servizi di terze parti

Utilizzare un proprio sito web proprietario, connesso con alcuni servizi di terze parti, integrando funzionalità e promozione online in modo da ottenere un compromesso tra costi e benefici.



Buy:

presenza online su servizi di terze parti

Affidarsi totalmente a servizi e piattaforme di terzi, senza costruire un proprio sito web, delegando ad altri attori la gestione diretta dei propri dati.

2) Pagamenti digitali

La digitalizzazione ha coinvolto il settore delle PMI Artigiane in modo più evidente attraverso la diffusione **di metodi di pagamento digitali**; si osserva una rapida curva di adozione, con frequenti innovazioni ed una rapida evoluzione del settore.

I pagamenti con **supporto fisico** tramite carta e lettore POS si evolvono verso la portabilità (SUMUP) e la disintermediazione (sistemi NFC e carte virtualizzate su telefoni e wearables)

I pagamenti **senza supporto fisico** (pay per link, smart payments) ampliano le modalità di pagamento anche su applicazioni e servizi di terze parti (Whatsapp Business) consentendo l'acquisto da remoto e da più punti di accesso.

Da segnalare anche i modelli innovativi **di ratealizzazione dei pagamenti** per piccoli importi, bypassando il tradizionale circuito del credito bancario (Klarna).

Integrare un modulo di pagamento digitale sul proprio negozio virtuale consente **di raccogliere i dati dei propri clienti** e porre le basi per **future azioni di marketing, avviare campagne di cashback e fidelizzazione per i propri clienti ed analizzare meglio le proprie dinamiche di incasso.**



Pay later with
Klarna.

3) CRM e valore dei dati

Il **CRM (Customer Relationship Management)** è un software che nasce come database contenente tutti i dati dei clienti. Con il tempo e l'evoluzione del marketing il CRM si è trasformato in uno strumento di business essenziale che ottimizza molti processi aziendali.

Software come i CRM o altri strumenti digitali consentono **di raccogliere e strutturare le informazioni dei propri clienti durante le diverse fasi del customer journey.**

Benefici attesi:

- In questo modo è possibile conoscere i segmenti di clientela attuali e ideare strategie per acquisirne di nuovi, ad esempio creando **buyer personas e campagne promozionali mirate;**
- L'integrazione di **CRM ed Ecommerce** permette di automatizzare la raccolta delle informazioni dei clienti, integrando la gestione del magazzino e delle scorte;

Raccolta informazioni clienti da:

- Moduli su sito web
- Modulo pagamenti
- Magazzino
- Gestionali ed ERP
- E-mail marketing
- DB excel e storico clienti
- Siti di prenotazione terze parti
- ...



4) Digital marketing

- ❑ La presenza online, sia su sito proprietario che su piattaforme di terze parti, insieme all'utilizzo di sistemi di pagamento digitale e CRM, abilita le imprese all'utilizzo più efficace degli strumenti di promozione digitale, raggiungendo i clienti target con maggiore efficacia e migliori ritorni.
- ❑ La promozione digitale ha superato per volumi quella tradizionale: il 59% delle imprese ha intenzione di investire di **più nelle vendite e nel marketing online** perché convinto del ritorno sull'investimento.

40% Pubblicità Offline

- Volantini (18%)
- Annunci sulla stampa (14%)
- Eventi locali (15%)
- Manifesti (6%)
- Annunci Radio (7%)
- Annunci TV (5%)

48% Pubblicità Online

- Annunci a pagamento sui social (33%)
- Search Engine Marketing (SEM) (6%)
- Video online (12%)
- Banner (12%)
- Display advertising (6%)
- Mobile advertising (8%)
- Influencer marketing (7%)
- Podcast advertising (2%)

27% Utilizza Entrambe



Esperienze delle imprese: Pastificio Destefano



Artigiani della pasta fresca dal 1948, Pastificio Destefano è una impresa familiare alla terza generazione, che ha avviato negli ultimi due anni un **percorso di trasformazione digitale di successo**, grazie agli strumenti messi a disposizione dall'ecosistema di innovazione piemontese:

➤ Voucher PID



➤ Progetto D3T



➤ Percorso Intrapreso

- Nuovo sito e catalogo digitale
- Ecommerce B2B
- Pagamenti digitali
- Canali social
- Digital marketing



<http://www.pastificiodestefano.it/>

Prospettive future

Le attività di Osservatorio Tecnologico di Torino Wireless coinvolgono ulteriori traiettorie tecnologiche e casi applicativi di interesse per il comparto artigiano e produttivo, mappando soluzioni e imprese innovative presenti sul territorio

Traiettorie tecnologiche

- A.I. e Computer Vision
- IoT
- Data analytics
- Blockchain

Casi applicativi:

- Riduzione scarti alimentari
- Produzione intelligente
- Analisi e valorizzazione dati
- Tracciamento e certificazione filiera produttiva



Conclusioni

Le trasformazione digitale nel settore delle PMI Artigiane ha accelerato il passo, imponendo radicali cambiamenti alle imprese e agli operatori del settore. Per assistere le imprese nel viaggio della trasformazione digitale sono necessari **3 fattori**:

- Consapevolezza:** bisogna conoscere la tecnologia e non temere i cambiamenti per fare delle scelte consapevoli, usando con efficacia i nuovi strumenti e servizi;
- Ecosistema:** Non si vince da soli, è importante collaborare con l'ecosistema locale e nazionale e sfruttare strumenti e misure a supporto delle imprese;
- Accompagnamento:** è fondamentale orientare ed accompagnare le imprese attraverso l'ultimo miglio della trasformazione digitale;



Giovanni Scrivanti

giovanni.scrivanti@torinowireless.it

www.torinowireless.it
info@torinowireless.it

 @torinowireless

 @torinowireless