

Executive Summary

I trend europei della Unified Communication

Il sondaggio rivela che le organizzazioni europee stanno aumentando sempre più l'implementazione di strumenti di comunicazione multicanale, ma lo stanno facendo in modo disorganizzato - danneggiando potenzialmente sia la comunicazione interna sia quella con i clienti.

1. Obiettivi del sondaggio

Il sondaggio 2010 condotto da Aspect a livello europeo dal titolo "I trend della Unified Communication" ha avuto come obiettivo quello di esaminare le attitudini delle organizzazioni nei confronti della Unified Communication (UC) e di valutarne l'impatto sul business aziendale.

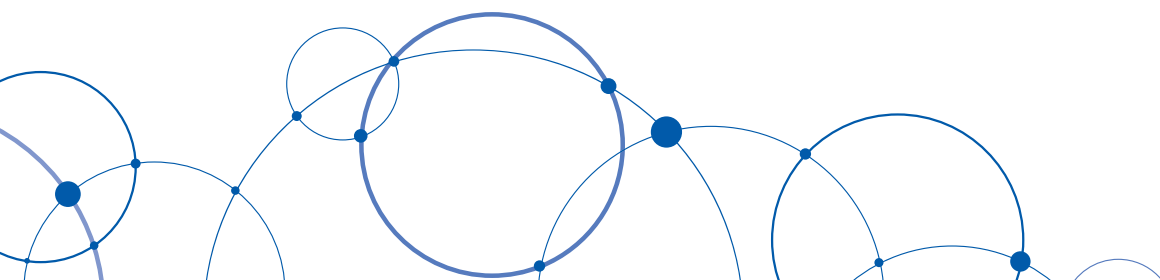
La ricerca ha coinvolto rappresentanti delle organizzazioni del settore pubblico e privato, per comprendere cosa significhi per loro il termine "Unified Communication" e quali siano i benefici che si aspettano di ottenere dalla sua implementazione.

Il sondaggio è stato ampiamente promosso grazie alla collaborazione dei media dei diversi paesi europei coinvolti, e alle risposte delle persone che hanno partecipato alla ricerca e che hanno compilato un questionario tradotto nelle diverse lingue, e disponibile sul sito <http://www.uc-trends.com/it>.

2. Partecipanti al sondaggio

Tra febbraio e marzo 2010, hanno preso parte al sondaggio 237 persone provenienti dalle seguenti regioni europee: Nord Europa (Regno Unito, Norvegia, Olanda, Irlanda, Belgio), Europa Centrale (Germania, Austria, Svizzera) e Sud Europa (Spagna, Portogallo, Italia, Grecia, Francia).

I partecipanti al sondaggio fanno parte di diversi mercati (settore pubblico e finanziario, sanità, utility e telecomunicazioni) e rappresentano aziende di diverse dimensioni. Il 18% opera all'interno di un'organizzazione con 5.000 o più postazioni, il 16% tra le 1.000 e le 4.999 postazioni, il 29% tra 100 e 999 postazioni e il 37% tra 1 e 99 postazioni.



3. Risultati principali

Agli intervistati è stato chiesto di segnalare lo strumento di comunicazione che utilizzano all'interno della propria organizzazione - E-mail, Strumenti Mobile, Voce Tradizionale (PSTN/PBX), Conferencing, VoIP, Instant Messaging (IM), Document Sharing, Presence, Video. Il grafico n. 1 mostra un'analisi di quanti strumenti vengono utilizzati dalle aziende di cui fanno parte gli intervistati.

Il sondaggio ha rilevato che il 56% delle organizzazioni utilizza 6 o più strumenti di comunicazione.

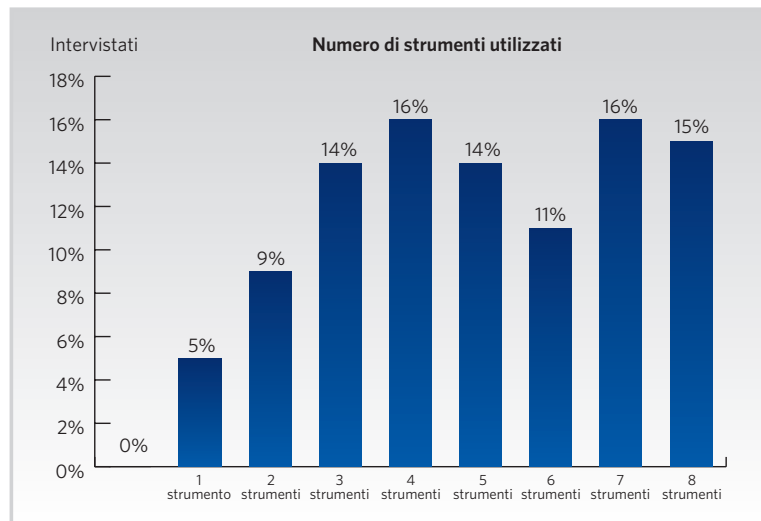


Grafico 1: Numero di strumenti utilizzati

Tuttavia, quando è stato chiesto se questi strumenti sono integrati all'interno di una piattaforma di unified communication, solo il 17% ha confermato questa integrazione - mentre il 38% ha segnalato che lo sono parzialmente (Grafico 2).

La percentuale d'integrazione varia tra i diversi settori industriali. Il sondaggio ha rivelato, ad esempio, che il 36% delle organizzazioni a livello europeo del settore telecomunicazioni ha già adottato una piattaforma unificata (il 45% parzialmente). Le Telco sembrano essere più evolute rispetto alle altre organizzazioni come, ad esempio, quelle del settore finanziario, dove solo il 23% ha adottato una piattaforma unificata (il 30% parzialmente).

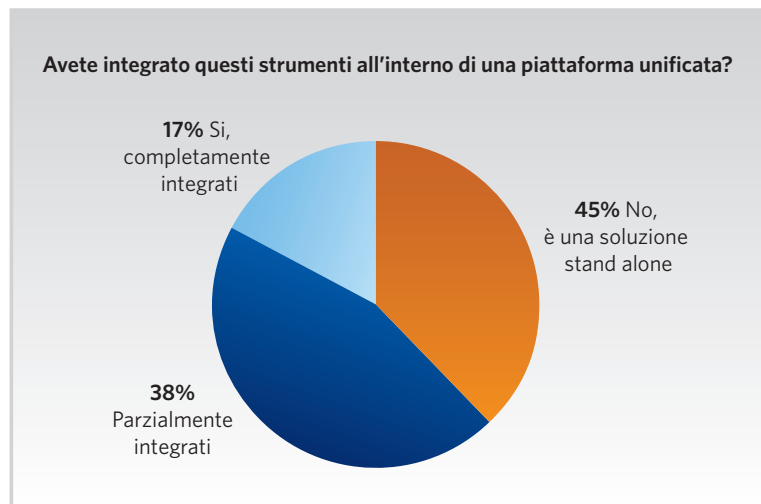
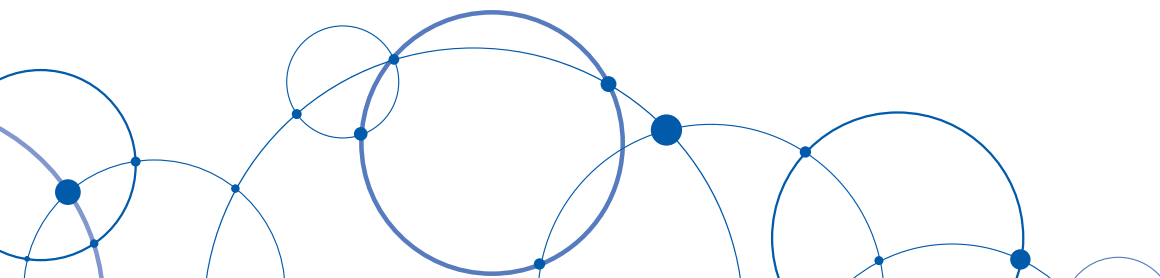


Grafico 2: Livello di integrazione



Quello che sorprende maggiormente è il fatto che pur avendo effettuato degli investimenti in diversi sistemi di comunicazione, le aziende europee sembrano comunque riluttanti a investire in una piattaforma di comunicazione unificata, NONOSTANTE riconoscano i benefici che si potrebbero ottenere dalla sua implementazione (Grafico 3).

“Aumento della produttività del personale” è visto dal 22% degli intervistati come il principale beneficio per investire in una piattaforma di comunicazione unificata (UC). “Riduzione dei costi di viaggio”, “Mobile Office” e “Risparmio di Tempo e Risorse grazie all’utilizzo della Presence” sono altri benefici chiave associati alla UC. Nell’attuale contesto economico, questi sono i vantaggi che possono fortemente influenzare i risultati di business, generando importanti economie, migliorando la produttività e aumentando l’efficienza.

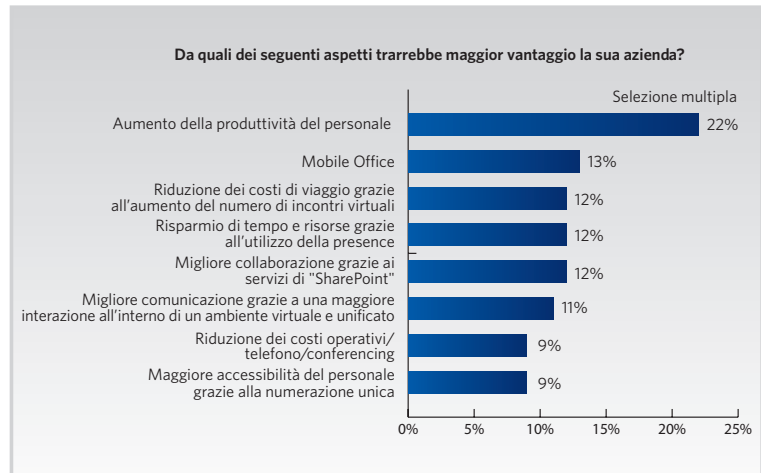


Grafico 3: Vantaggi della UC

Le organizzazioni di tutta Europa concordano sul fatto che la UC offra significativi benefici - nonostante ci siano alcune differenze tra regione e regione su quali siano i vantaggi principali. “La riduzione dei costi di viaggio” è stato considerato dal 17% degli intervistati del Sud Europa come il principale, mentre ha dato la stessa risposta solo il 9% degli intervistati dell’Europa Centrale. Al contrario, “Aumento della produttività” è stato valutato come il beneficio più significativo dal 24% degli intervistati dell’Europa Centrale, ma da solo il 19% degli intervistati del Sud Europa.

Questi però non sono stati gli unici vantaggi che gli intervistati hanno associato alla UC. Infatti molti di loro hanno riconosciuto il notevole impatto che la UC potrebbe avere sulla qualità dei servizi offerti - con un 83% d’accordo sul fatto che il valore della UC aumenta se viene estesa anche ai clienti (Grafico 4). Il 32% del campione crede che la UC renda possibile la “Comunicazione tra diversi canali”, il 18% ha affermato che “Migliora il tasso di risposta grazie alla possibilità di connettersi con gli esperti al di fuori del Contact Center” e il 17% che permette “Una migliore interazione con gli agenti in sede o fuori sede”.

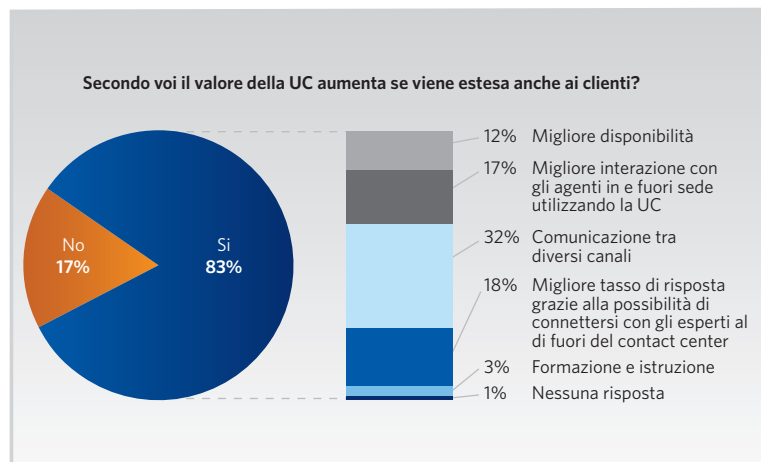
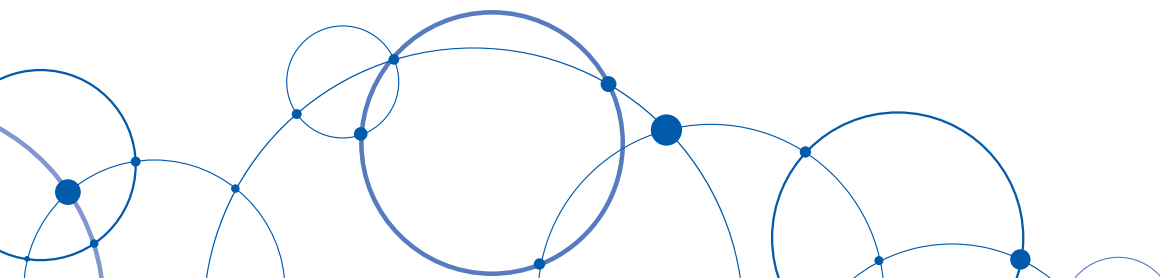


Grafico 4: Valore della UC



E' evidente che la UC attualmente è inserita nella lista dei desiderata delle aziende. Ma cosa trattiene il 45% delle organizzazioni (Grafico 2) che non ha ancora investito nella UC? (Grafico 5)

Le due motivazioni principali derivano forse dall'attuale clima economico e dall'impatto che questo sta avendo sulle risorse delle aziende - cioè "Anticipare i costi per l'acquisto dei prodotti di UC" e "Notevole carico di lavoro per la sua implementazione".

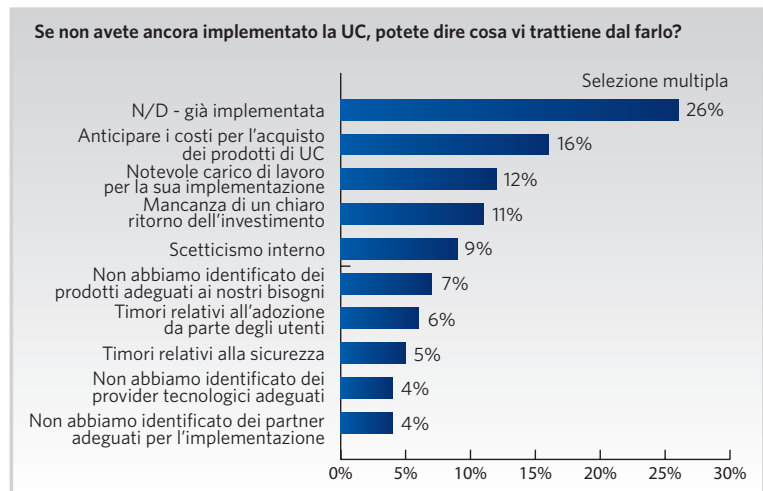


Grafico 5: Timori relativi alla UC

Tuttavia, le motivazioni di questi fattori variano da regione a regione. Mentre "Anticipare i costi" rimane la ragione principale per il 24% delle organizzazioni del Nord Europa, "Mancanza di un chiaro ritorno dell'investimento" lo è solo per il 9% delle organizzazioni dell'Europa Centrale. "Notevole carico di lavoro per la sua implementazione" è stato indicato come il fattore principale dal 13% delle organizzazioni del Nord Europa, mentre solo il 10% delle aziende del Sud Europa lo considera tale.

In ogni caso la prospettiva della UC è molto incoraggiante (Grafico 6). Il 41% delle organizzazioni europee pensa di implementare una piattaforma unificata entro i prossimi 2 anni. Se si aggiunge a questo dato il 17% che l'ha già implementata, si ottiene un totale di 58%, lasciando solo una piccola minoranza di aziende che non ha valutato la sua implementazione.

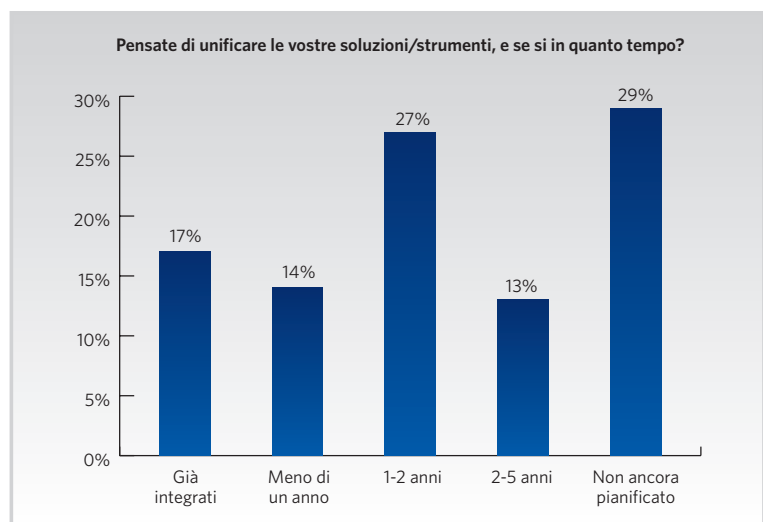
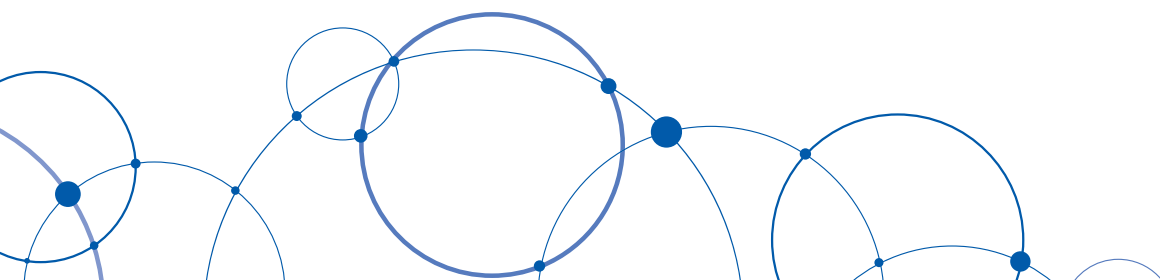


Grafico 6: Tempi di implementazione



4. Conclusioni

Il sondaggio 2010 condotto da Aspect a livello europeo dal titolo "I trend della Unified Communication" dipinge un quadro delle attitudini delle organizzazioni europee relativamente alla UC.

Se da un lato la ricerca mostra che molte aziende hanno adottato degli strumenti di comunicazione multicanale, dall'altro segnala però i pochi progressi che le aziende hanno fatto per unificare questi strumenti, nonostante la maggior parte delle organizzazioni riconosca chiaramente i benefici della UC.

Resta quindi solo una conclusione. Se l'implementazione della UC viene percepita come un mezzo per ridurre i costi di viaggio e aumentare la produttività - ed estenderla ai clienti migliora la comunicazione multicanale e l'accesso agli esperti aziendali, è però vero anche il contrario.

Supportare la comunicazione multicanale senza investire in una piattaforma unificata vuole dire che la produttività non sarà elevata come potrebbe, i costi di viaggio saranno più alti del necessario e le comunicazioni tra il contact center e gli esperti non verranno ottimizzate, e così via. Queste non sono solo opportunità perse per ottenere un impatto sulla qualità delle comunicazioni interne ed esterne all'azienda, ma sono anche occasioni perse per migliorare le performance aziendali.

La ricerca quindi disegna un quadro all'interno del quale le organizzazioni combattono per vincere la battaglia delle comunicazioni - nonostante investano in nuovi canali di comunicazione. Inoltre, le aziende mettono a disposizione del cliente un'ampia scelta di contatto ma non offrono congruenza tra i diversi canali.

Tuttavia, come nota positiva, la ricerca indica che le organizzazioni europee riconoscono il ruolo della UC e sono impegnate nello sviluppo della loro strategia di implementazione di questa tecnologia. Il 41% degli intervistati pensa di implementare una piattaforma unificata entro i prossimi due anni, se si aggiunge a questo dato il 17% che l'ha già implementata, si ottiene un totale del 58% delle organizzazioni che l'ha già implementata o che pensa di farlo entro il 2012. Questo alza il livello, lasciando solo una piccola minoranza di aziende che non ha valutato ancora la sua implementazione.

A proposito di Aspect

Aspect, azienda di soluzioni software e servizi IT, è specializzata nell'implementazione della unified communication di Microsoft e nelle tecnologie di collaboration, per aiutare le aziende a raggiungere i migliori risultati di business, attraverso l'ottimizzazione dei processi di business all'interno delle aziende e dei contact center. Aspect offre consulenza IT, servizi di integrazione e applicazioni per il business.

Per ulteriori informazioni: www.aspect.com

A proposito dei Trend della Unified Communication: www.uc-trends.it



Aspect Software
Piazza del Popolo, 18
00187 Rome
Italy
(39) 06 36712401