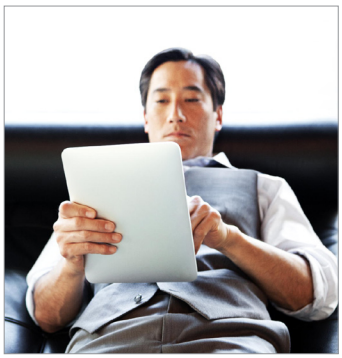
L'impatto finanziario del BYOD

I 10 risultati principali dello studio Cisco IBSG Horizons

Jeff Loucks / Richard Medcalf
Lauren Buckalew / Fabio Faria



Introduzione

"Bring your own device" (BYOD) è una tendenza in espansione nella maggior parte del mondo, come documentato in "BYOD: una prospettiva globale" documento che si basa su un'ampia ricerca effettuata da Cisco® Internet Business Solutions Group (IBSG). In uno studio successivo, Cisco IBSG ha condotto una dettagliata analisi economica al fine di comprendere l'intero spettro di vantaggi, nonché di costi, legati al BYOD. Per sostenere il nostro modello economico, abbiamo analizzato le opinioni di più di 2.400 utenti di dispositivi mobili[1] in 18 settori e sei paesi: Stati Uniti, Regno Unito, Germania, India, Cina e Brasile.[2] I partecipanti al sondaggio appartengono ad aziende di medie (da 500 a 999 dipendenti) e grandi dimensioni.[3] Il nostro modello economico ha inoltre utilizzato come input un sondaggio Cisco IBSG svolto su 135 responsabili delle decisioni IT,[4] ampie ricerche secondarie e dati sull'esperienza BYOD di Cisco. Complessivamente i nostri sondaggi e ricerche, offrono una chiara immagine dell'impatto economico del BYOD per un'azienda "tipo"[5] in tutti i sei paesi analizzati.

Il presente documento offre una rapida panoramica sui 10 aspetti principali della nostra analisi.

Il numero di dispositivi BYOD nei sei paesi interessati da questo studio aumenterà del 105%, da 198 milioni a 405 milioni, tra il 2013 e il 2016.

Conclusione 1
I dipendenti hanno appena iniziato a portare i propri dispositivi al lavoro

Il numero di dispositivi BYOD nei sei paesi interessati da questo studio aumenterà del 105%, da 198 milioni a 405 milioni, tra il 2013 e il 2016. Gli Stati Uniti, attualmente il maggiore mercato BYOD con 71 milioni di dispositivi BYOD, ne avrà 108 milioni entro il 2016. La Cina prenderà il primo posto nel 2016 con 166 milioni di dispositivi, rispetto ai 63 milioni odierni.[6] I tassi di crescita del BYOD saranno elevati in tutti i mercati oggetto del nostro studio. In poche parole, il BYOD è una forte tendenza in rapida crescita.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco e/o le sue società affiliate. Tutti i diritti sono riservati.

La disponibilità a spendere di tasca propria indica che questi dipendenti riconoscono il valore legato all'utilizzo della propria tecnologia.

Conclusione 2
Meno di un terzo dei partecipanti al sondaggio preferisce i dispositivi aziendali

Il 30% degli utenti mobili afferma che preferirebbe lavorare in un ambiente in cui si utilizzano dispositivi aziendali, contro il 49% di coloro che preferiscono i dispositivi BYOD. La preferenza per il BYOD è particolarmente forte in Cina, dove solo il 16% degli utenti di dispositivi mobili preferisce i dispositivi aziendali. La Germania è l'unico paese in cui un maggior numero di utenti mobili preferirebbe utilizzare un dispositivo aziendale (37%, rispetto al 32% di preferenze per il BYOD e al 31% di utenti che non hanno espresso alcuna preferenza).

Conclusione 3
Gli utenti di dispositivi mobili sono disposti a investire in dispositivi BYOD

I dipendenti mobili che utilizzano dispositivi BYOD spendono $ 965 per tali dispositivi e utilizzano in media 1,7 dispositivi personali per il lavoro. Spendono inoltre $ 734 all'anno per abbonamenti voce e dati per tali dispositivi BYOD. La disponibilità a spendere di tasca propria indica che questi dipendenti riconoscono il valore legato all'utilizzo della propria tecnologia.

Conclusione 4
Il BYOD genera l'aumento della produttività in tutto il mondo

Anche con un'ampia varietà di livelli di implementazione BYOD, l'azienda tipo, in media, ottiene risparmi e maggiore produttività dei dipendenti. Ma le aziende non godono degli stessi vantaggi in tutti i paesi interessati dallo studio. Il dipendente BYOD medio in tutti i sei paesi risparmia 37 minuti alla settimana grazie all'utilizzo del proprio dispositivo, con un picco di 81 minuti negli Stati Uniti e un minimo di quattro minuti in Germania.

Conclusione 5
La maggior parte delle aziende ha adottato il BYOD come reazione più che come strategia

La maggior parte delle aziende ha reagito alla richiesta di dirigenti e dipendenti offrendo funzionalità e policy frammentarie che non riescono a sfruttare i potenziali vantaggi del BYOD. Implementando una serie di funzionalità fondamentali, che Cisco IBSG denomina "BYOD completo", le aziende possono godere di un significativo aumento della produttività. Solo il 26% delle aziende partecipanti al sondaggio ha implementato programmi simili al BYOD completo. Il resto ha implementato un collage incompleto di funzionalità BYOD. Utilizziamo il termine "BYOD di base" per descrivere il livello mediano di funzionalità BYOD implementate attualmente dalle aziende, molto lontano dal BYOD completo.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco e/o le sue società affiliate. Tutti i diritti sono riservati.

In ognuno dei paesi interessati dallo studio, tutte le aziende tipo, nessuna esclusa, potrebbero ottenere grandi vantaggi economici dal passaggio al BYOD completo.

Conclusione 6
Le aziende possono guadagnare ulteriori $ 1.300 per ciascun utente mobile con il BYOD completo

Con un approccio reattivo piuttosto che strategico all'implementazione delle funzionalità BYOD, le aziende rinunciano a un guadagno annuo medio di $ 1.300 per utente mobile. Mentre il BYOD di base genera in media $ 350 all'anno per utente mobile (inclusi sia gli utenti BYOD che gli utenti di dispositivi aziendali), il passaggio al BYOD completo aumenterebbe tale guadagno fino a $ 1.650. Alcuni paesi che attualmente traggono vantaggi limitati o nulli dal BYOD di base, come Cina e Germania, possono guadagnare fino a $ 900 all'anno per utente mobile. L'azienda statunitense tipo trarrebbe il maggior guadagno dal BYOD completo, passando da $ 950 a $ 3.150 in termini di valore annuale per utente mobile. In ognuno dei paesi interessati dallo studio, tutte le aziende tipo, nessuna esclusa, potrebbero ottenere grandi vantaggi economici dal passaggio al BYOD completo. È altrettanto importante notare che il BYOD completo migliora la produttività sia di coloro che già utilizzano il BYOD di base con buoni risultati sia di coloro che hanno riscontrato difficoltà con il BYOD di base.

Conclusione 7
Il BYOD completo dà il via a innovazioni promosse dai dipendenti nei paesi sviluppati e riduce le perdite di produttività nei mercati emergenti.

Implementando il BYOD completo, le aziende possono ottimizzare i vantaggi per la produttività offerti dall'approccio BYOD. Nei mercati avanzati (Stati Uniti, Regno Unito e Germania) i nuovi modi di lavorare, ovvero l'innovazione dei ruoli lavorativi promossa dai dipendenti, rappresentano la maggior parte dell'aumento di produttività (21%) generata dal passaggio dal BYOD di base al BYOD completo. Nei mercati emergenti (India, Cina e Brasile) alcuni dei guadagni più significativi si verificano in aree in cui il BYOD di base ha avuto un impatto trascurabile o addirittura negativo sulla produttività, in particolare la disponibilità (guadagni di almeno il 20% in ciascun paese) e il tempo di inattività e dedicato all'amministrazione (che, insieme, rappresentano il 28% del guadagno in India, il 22% in Cina e il 38% in Brasile).

Conclusione 8
Il BYOD completo si compensa con i risparmi sui costi

A parte i guadagni in termini di produttività, l'investimento nel BYOD completo si compensa grazie agli enormi risparmi sui costi. Il risparmio è riscontrabile specialmente in tre aree:

- **Costi per hardware:** i dipendenti acquistano dispositivi che in precedenza erano acquistati dall'azienda.
- **Costi di supporto:** le aziende possono ridurre i costi di supporto con il BYOD, come ha fatto Cisco, implementando il supporto nelle community, wiki, forum e opzioni di supporto semplificato.
- **Costi per le telecomunicazioni:** la migrazione di alcuni utenti mobili da abbonamenti dati aziendali a piani tariffari finanziati dall'utente stesso contribuisce a ridurre i costi per le telecomunicazioni. Le aziende hanno affermato di essere in grado di migrare circa il 20% degli utenti aziendali a piani tariffari pagati personalmente dai dipendenti.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco e/o le sue società affiliate. Tutti i diritti sono riservati.

Se applicato con il giusto grado di pianificazione e supporto, l'approccio BYOD apporta vantaggi sia all'azienda che ai dipendenti.

Conclusione 9
Una maggiore scelta e un migliore accesso alla rete possono convertire gli utenti di dispositivi aziendali in utenti BYOD

Quando è stato chiesto loro perché non utilizzano dispositivi BYOD, la maggior parte degli utenti aziendali ha risposto che sono obbligati a utilizzare dispositivi aziendali. In realtà, il 36% degli utenti aziendali preferirebbe utilizzare dispositivi BYOD. Il secondo motivo per cui gli utenti aziendali non passano al BYOD è per avere un migliore accesso alla rete aziendale (51%). Anche un migliore accesso alle applicazioni aziendali (49%) è tra le motivazioni principali. Implementando il BYOD nel modo giusto, le aziende possono migrare in maniera efficace gli utenti aziendali al BYOD e renderli più soddisfatti.

Conclusione 10
L'utilizzo del laptop personale o BYO-Laptop, dovrebbe essere una parte fondamentale della strategia del BYOD completo

Il laptop resta lo strumento di produttività principale per la maggior parte dei lavoratori della conoscenza e la possibilità di utilizzare il laptop, il sistema operativo o il set di applicazioni che si preferiscono crea un vantaggio significativo per la produttività degli utenti aziendali. Il 37% degli utenti BYOD utilizza il proprio laptop al lavoro, rendendo così la pratica del BYO-Laptop una funzionalità fondamentale per qualunque strategia di BYOD completo. IBSG ha calcolato che i laptop contribuiscono per circa $ 750 sul totale stimato di $ 1.650 di valore potenziale per utente mobile.

Conclusioni

Per cogliere al massimo le potenzialità del BYOD, le aziende devono creare una solida policy per l'uso dei dispositivi mobili incentrata sulle esigenze e sulla produttività dei dipendenti. I dipendenti saranno più innovativi e collaborativi se avranno la libertà di lavorare a modo loro. Se applicata con il giusto grado di pianificazione e supporto, la pratica BYOD apporta vantaggi sia all'azienda che ai dipendenti.

Per maggiori informazioni, consultare l'analisi economica completa "L'impatto finanziario del BYOD: i vantaggi del BYOD per le aziende multinazionali".

 Cisco IBSG © 2013 Cisco e/o le sue società affiliate. Tutti i diritti sono riservati.

Note

1. Per "utenti mobili" si intendono i dipendenti che utilizzano uno o più dispositivi mobili (laptop, smartphone o tablet) per lavoro. Il 29% erano dirigenti (dirigenti o dirigenti generali) e il 71% lavoratori della conoscenza (dirigenti di livello medio, supervisori, professionisti, tecnici, dipendenti del reparto vendite, del servizio clienti e personale amministrativo).
2. I partecipanti al sondaggio lavorano in aziende di medie (da 500 a 999 dipendenti) e grandi dimensioni (almeno 1.000 dipendenti) in Stati Uniti, Regno Unito, Germania, India, Cina e Brasile. Per ogni paese sono state interpellate circa 400 persone. Questi dati includono l'intervista rivolta a 322 utenti mobili statunitensi nel mese di agosto 2012. Altri 81 partecipanti statunitensi e tutti i partecipanti degli altri paesi sono stati sottoposti al sondaggio nel febbraio 2013.
3. La ripartizione dei partecipanti al sondaggio per dimensioni dell'azienda è la seguente: 27% di dipendenti di aziende medie (500 – 999 dipendenti) e 73% di aziende di grandi dimensioni (almeno 1.000 dipendenti).
4. Questo sondaggio sui responsabili delle decisioni IT statunitensi, progettato appositamente per produrre input per il modello economico di Cisco IBSG, è stato lanciato nell'agosto 2012. I responsabili delle decisioni IT in questo sondaggio avevano autorità sulle questioni di mobilità dell'azienda.
5. All'interno del presente documento è stata utilizzata la parola "tipo" per indicare un'azienda con livello medio di funzionalità BYOD sia per i dirigenti che per i lavoratori della conoscenza.
6. Fonti: EIU, Strategy Analytics, Cisco IBSG, 2013.

 Cisco IBSG © 2013 Cisco e/o le sue società affiliate. Tutti i diritti sono riservati.

Informazioni su Cisco IBSG Horizons

Horizons è un programma di analisi e ricerca multimodale ideato per individuare le opportunità di trasformazione aziendale alimentate dall'innovazione tecnologica. L'approccio in più fasi di Horizons si concentra su tre aree principali: (1) ricerca primaria, ad esempio sondaggi presso i clienti, gruppi di studio e interviste di esperti in materia, (2) ricerca secondaria approfondita condotta da leader e influenzatori del mercato, (3) applicazione di strumenti di analisi predittiva per giungere a conclusioni fondate sulle innovazioni tecnologiche e per quantificarne l'impatto.

Per maggiori informazioni sullo studio Cisco IBSG Horizons, "The Financial Impact of BYOD," contattare:

Richard Medcalf
Cisco IBSG Research & Economics Practice rmedcalf@cisco.com

Jeff Loucks
Cisco IBSG Research & Economics Practice jeloucks@cisco.com

Lauren Buckalew
Cisco IBSG Research & Economics Practice labuckal@cisco.com

Fabio Faria
Cisco IBSG Research & Economics Practice ffaria@cisco.com

Ulteriori informazioni

Cisco IBSG (Internet Business Solutions Group) promuove la creazione di valore di mercato per i nostri clienti, fornendo leadership nelle innovazioni di settore, servizi di consulenza a livello CXO, nonché progettazione e sviluppo di soluzioni innovative. Integrando strategia, processi e tecnologia, Cisco IBSG opera come consulente di fiducia per aiutare i clienti a prendere decisioni innovative che trasformano grandi idee in valore realizzato.

Per ulteriori informazioni su IBSG, visitare http://www.cisco.com/ibsg

Sede centrale Americhe
Cisco Systems. Inc.
San Jose. CA (USA)

Sede centrale Asia e Pacifico
Cisco Systems (USA) Pad Ltd.
Singapore

Sede centrale Europa
Cisco Systems International BV Amsterdam
Paesi Bassi

Le sedi Cisco nel mondo sono oltre 200. Gli indirizzi, i numeri di telefono e di fax sono disponibili sul sito web Cisco all'indirizzo www.cisco.com/go/offices.

Cisco e il logo Cisco sono marchi o marchi registrati di Cisco e/o dei relativi affiliati negli Stati Uniti e in altri paesi. Per visualizzare un elenco dei marchi Cisco, visitare: www.cisco.com/go/trademarks. I marchi commerciali di terze parti citati sono proprietà dei rispettivi titolari. L'utilizzo del termine partner non implica una relazione di partnership tra Cisco e altre aziende. (1110R)