

I knowledge worker di prossima generazione

Favorire la rivoluzione della mobilità

William Gerhardt
Neeraj Kumar
Alex Lombardo



Inoltre, la mobilità rappresenta un'opportunità per i provider di servizi che potranno così generare nuovi profitti e approfondire le relazioni con i clienti aziendali.

Riepilogo esecutivo

La rivoluzione della mobilità sta trasformando il modo in cui si vive, si impara, si gioca e soprattutto si lavora. Ogni aspetto della vita professionale è destinato a cambiare: persone, tempi, luoghi e modalità saranno tutti interessati dal fenomeno.

Questa transizione tecnologica che stravolge le regole del gioco è dettata dall'innovazione e da sostanziali macro tendenze globali, come i cambiamenti generazionali, l'urbanizzazione, la produttività multifattoriale e una classe media in crescita nei paesi in via di sviluppo. Ed è in costante e rapida evoluzione. In sostanza la rivoluzione della mobilità è ancora in atto e il prossimo futuro promette innovazioni entusiasmanti che porteranno alla creazione di nuovi modelli di business in tutta la catena di valore.

L'obiettivo ultimo dell'uso dei dispositivi mobili nelle aziende è aumentare la produttività dei dipendenti, migliorare l'esperienza degli utenti e consentire ai dipendenti di conseguire un equilibrio tra lavoro e vita privata. Oggi l'uso dei dispositivi mobili offre maggiore libertà ai knowledge worker, in un momento in cui il loro tempo e le loro competenze sono sempre più richiesti. I lavoratori mobili possono avere più controllo sulle attività lavorative e sulla loro vita privata. In effetti questa iniziativa finora è stata sostenuta soprattutto dalla forza lavoro. Adesso spetta alle imprese il compito di supportare e dar forma a un'adozione più ampia di questa tecnologia fondamentale per sfruttare appieno tutti i vantaggi che ne derivano. Inoltre, la mobilità rappresenta un'opportunità per i provider di servizi che potranno così generare nuovi profitti e approfondire le relazioni con i clienti aziendali.

Per avere un quadro più preciso sulle ultime tendenze della mobilità, CCS (Cisco® Consulting Services) ha svolto uno studio su vasta scala a marzo 2013. Con 4.800 partecipanti in 8 paesi, è uno degli studi più ampi e completi su esigenze, interessi e comportamenti degli utenti finali della mobilità.

Dall'indagine emergono diversi temi chiave che sono stati tutti analizzati in dettaglio nella presente pubblicazione. Questa analisi sui lavoratori mobili mette in luce implicazioni significative per le aziende e per i provider di servizi.

Per molti aspetti la produttività è un elemento fondamentale della rivoluzione della mobilità.

1. **La trasformazione della mobilità è già iniziata.** E acquisterà sempre più slancio man mano che il "DNA" dei dipendenti mobili, ovvero i dispositivi (Device), le reti (Network) e le applicazioni (Application), continuerà ad evolversi a ritmo serrato. I reparti IT delle aziende dovranno fornire nuovi servizi in modo da sfruttare tutti i vantaggi della mobilità di pari passo con la sua evoluzione, passando a fasi di adozione avanzate.
2. **La mobilità ha un notevole margine di crescita.** Anche se una parte significativa dei dipendenti non usufruisce direttamente della tecnologia della mobilità, molti ne percepiscono i vantaggi unici. Ad esempio, tra coloro che non ne fanno attualmente uso, circa il 30% ritiene che un dispositivo aziendale mobile li aiuterebbe a mantenersi maggiormente in contatto con manager e colleghi. Più del 20% ritiene che li aiuterebbe ad accedere alle informazioni giuste nel momento giusto. I reparti IT hanno il compito di sensibilizzare i lavoratori non connessi in modo che tanto i dipendenti quanto i datori di lavoro possano continuare a sfruttare i vantaggi della mobilità.
3. **La domanda di soluzioni di mobilità di prossima generazione è limitata.** Il 43% degli utenti aziendali è interessato ai servizi di tipo "desktop nel cloud". Anche il servizio voce Wi-Fi, il riconoscimento biometrico e le soluzioni con profilo doppio stanno generando interesse. Sebbene questi servizi non siano ancora disponibili nel mercato, i reparti IT delle aziende dovrebbe esplorarne attivamente la futura implementazione.
4. **La produttività è un fattore chiave nell'adozione di nuove tecnologie.** Per molti aspetti la produttività è un elemento fondamentale della rivoluzione aziendale mobile. È il fattore che crea valore e spinge i CIO a investire. Ma spinge anche i dipendenti a prendere l'iniziativa, acquistando i propri dispositivi e le proprie applicazioni. I partecipanti al sondaggio riconoscono la produttività (definita in termini di risparmio di tempo) come il fattore principale che favorisce l'utilizzo della tecnologia mobile sul posto di lavoro. Per poter attingere ai vantaggi della produttività nell'ambiente di lavoro, il reparto IT deve assumere il ruolo di guida per definire e supportare l'uso dei dispositivi mobili nell'azienda.
5. **Le problematiche relative a sicurezza e privacy continuano ad essere attuali e di importanza fondamentale.** Oltre il 60% degli utenti aziendali non si sente completamente a proprio agio quando il reparto IT installa software di sicurezza sui dispositivi personali. Chiaramente, il reparto IT dovrà sensibilizzare i dipendenti all'importanza di proteggere le risorse aziendali e di assicurare al contempo la privacy personale.
6. **Il mercato della mobilità è frammentato e questo fatto offre un'ottima opportunità di consolidamento.** Oggi i dipendenti acquistano i propri dispositivi mobili e le proprie app da diverse fonti e hanno accesso a un'ampia gamma di servizi di assistenza post-vendita. Il mercato dei dispositivi mobili aziendali è anch'esso frammentato in maniera analoga. A questo punto il reparto IT deve assumere un ruolo da protagonista e favorire l'armonizzazione man mano che prendono piede le tendenze BYOD (Bring Your Own Device) e BYOA (Bring Your Own Application).

In particolare, le implicazioni per i provider di servizi presentano sia rischi che grandi vantaggi:

I provider di servizi sono in una posizione favorevole per aiutare i CIO, in quanto possono fornire nuove soluzioni mobili in grado di accelerare il time-to-market delle aziende mediante offerte gestite.

1. **I provider di servizi devono intervenire al più presto nel settore della mobilità per non risultare svantaggiati rispetto ai concorrenti che offrono dispositivi e servizi over-the-top (OTT).** Apple, ad esempio, sta sfruttando la reputazione positiva di cui gode presso i consumatori per spianarsi la strada verso il settore della tecnologia aziendale. La tendenza che ha portato al fenomeno BYOD infatti è iniziata quando i dirigenti hanno cominciato a portare in azienda i propri iPhone e iPad. Di conseguenza, i reparti IT hanno dovuto supportare formalmente i dispositivi, mentre gli altri dipendenti e collaboratori hanno seguito l'esempio, favorendone ulteriormente l'adozione. I provider di servizi devono rispondere a questa nuova sfida.
2. **I provider di servizi devono favorire la consumerizzazione dell'IT nelle aziende.** I consumatori stanno iniziando a usare applicazioni per mobilità basate sul cloud che sono disponibili su differenti dispositivi. Ad esempio, i servizi online come Dropbox, Carbonite, Evernote e Box stanno trasferendo alle aziende le proprie offerte per i clienti privati. La convergenza di servizi cloud di prossima generazione e di mobilità è un fattore che cambia le regole del gioco e che fornirà ai provider di servizi opportunità uniche per offrire servizi di mobilità tramite cloud a un importo cost-to-serve inferiore, reinventare la fornitura di servizi e affrontare le esigenze IT di grandi aziende e piccole e medie imprese (PMI) secondo modalità innovative.
3. **Nuovi modelli di business emergenti e monetizzabili.** La ricerca rivela l'interesse dei dipendenti per soluzioni uniche, come il desktop virtuale come servizio e la collaborazione fruibile ovunque. Ciò dimostra l'aspirazione a servizi di mobilità con una distinta e chiara value proposition. Il 31% degli utenti infatti ha espresso interesse anche per un servizio come il profilo doppio, che non è ancora prontamente disponibile. In definitiva, i provider di servizi possono esplorare un'enorme varietà di offerte avanzate e gestite per la mobilità che già destano l'interesse dei clienti. Alla luce della continua erosione dei prezzi per voce e dati nel segmento dei consumatori, questi modelli aziendali forniscono nuove opportunità di crescita per i provider di servizi.
4. **Consolidamento della catena di valore della mobilità.** I provider di servizi hanno un'opportunità eccezionale di consolidare il mercato della mobilità e fornire una value proposition end-to-end più integrata. In tal modo, si crea il potenziale per aumentare l'utile medio per utente dai clienti aziendali che usufruiscono della mobilità. È anche possibile il tasso di abbandono e aumentare la soddisfazione del cliente. I provider di servizi attualmente offrono dispositivi e alcuni servizi di assistenza post-vendita, ma hanno un raggio d'azione limitato nel settore delle applicazioni SaaS (Software-as-a-Service). Se i provider di servizi riunissero sotto un unico tetto tutti gli aspetti relativi a dispositivi, applicazioni e servizi gestiti, realizzerebbero una forte diversificazione competitiva.

Per sfruttare al massimo i vantaggi dell'uso dei dispositivi mobili per le aziende, i problemi che ancora rimangono aperti devono essere individuati e affrontati da parte tanto dei CIO quanto dei provider di servizi. I CIO non sono sufficientemente consapevoli di queste tendenze future e in molte aziende sono già in ritardo con le soluzioni di mobilità. I provider di servizi sono in una posizione favorevole per aiutare i CIO, in quanto possono fornire nuove soluzioni di mobilità in grado di accelerare il time-to-market dell'azienda mediante offerte gestite. Ma devono agire per garantire la disponibilità di queste soluzioni.

Per il futuro i partecipanti al sondaggio prevedono che la tecnologia mobile acquisirà sempre più importanza nella loro battaglia quotidiana per conciliare lavoro e vita privata.

Mobilità: una trasformazione in atto

La rivoluzione nella mobilità è già iniziata ed è in costante mutamento. Siamo nel mezzo di un processo che si può suddividere in quattro fasi ("Forming", "Storming", "Norming" e "Performing"). Ogni fase è determinata da cambiamenti nel "DNA" che portano alla fase successiva.

L'importanza della mobilità nell'attuale fase di "Storming" si può osservare in un dato in particolare: il 40% dei partecipanti al sondaggio ritiene che senza i propri dispositivi non potrebbe resistere più di un'ora senza che il lavoro ne risenta. Inoltre, circa il 50% dei lavoratori autorizzati all'uso di dispositivi mobili ha rilevato un aumento della produttività negli ultimi due anni.

A fronte di responsabilità professionali che diventano sempre più impegnative e assorbono sempre più tempo, molti temono uno sconfinamento della vita lavorativa nella vita privata e nel tempo libero. Per il futuro i partecipanti al sondaggio prevedono che la tecnologia mobile acquisirà sempre più importanza nella loro battaglia quotidiana per conciliare lavoro e vita privata. Più del 50% considera i dispositivi mobili come un sistema per migliorare l'equilibrio tra lavoro e vita privata.

Per quanto riguarda l'aumento di libertà e mobilità, oltre il 30% dei partecipanti lavora già da casa in maniera sistematica. Un altro 30% prevede di lavorare maggiormente da casa in futuro.

Un fattore chiave per riuscire a destreggiarsi tra lavoro e vita privata è il tempo. Oltre il 30% dei partecipanti al sondaggio rileva un aumento delle ore lavorative. Tuttavia, più del 40% dichiara di avere un controllo maggiore su modalità, tempi e luogo di lavoro.

Figura 1. I cambiamenti del "DNA" e delle caratteristiche dell'ambiente di lavoro determinano la terza fase dell'evoluzione della mobilità

	Fase 1 Forming	Fase 2 Storming	Fase 3 Norming	Fase 4 Performing
Dispositivi	Portatili	Smartphone	Tablet	Intercambiabile
Reti	2G	3G	WLAN	Piccole celle
Applicazioni	E-mail	Societario/IT	BYOA (porta il tuo dispositivo)	Doppio Profilo
Posto di lavoro	Produttivo	Globale	Collaborativo	Flessibile
NOI SIAMO QUI				

Fonte: Cisco Consulting Services, 2013

Al contempo molti datori di lavoro sono frenati da un'ottica limitata: non comprendono che l'investimento in applicazioni aziendali porterebbe ad un aumento della produttività.

Tuttavia le innovazioni del "DNA" per ora hanno un impatto poco omogeneo sul luogo di lavoro. Circa il 40% dei partecipanti prevede di usare un numero maggiore, non minore, di dispositivi. Si nota quindi una discrepanza nella consapevolezza del fenomeno: nonostante le tendenze passate, l'innovazione del futuro dovrebbe ridurre il numero di dispositivi necessari. Inoltre, circa il 30% paga le applicazioni di tasca propria. Al contempo molti datori di lavoro sono frenati da un'ottica limitata: non comprendono che l'investimento in applicazioni aziendali porterebbe ad un aumento della produttività.

Qual è il dispositivo più adatto per sfruttare al massimo le app aziendali per dispositivi mobili? Emerge una netta preferenza per il tablet (66%) rispetto allo smartphone (57%) come dispositivo preferito per conciliare lavoro e vita privata. Anche i datori di lavoro sono più propensi a comprare tablet piuttosto che smartphone. Questo fatto può, però, creare complicazioni se gli utenti vogliono usare il tablet di lavoro anche per scopi personali.

Margine di crescita

Stando all'indagine i lavoratori non connessi sono ancora molti. Tuttavia, una percentuale sostanziale tra di essi ambisce a una connessione migliore.

Tra i partecipanti, il 40% utilizza i propri dispositivi mobili solo per uso personale. Ad ogni modo, all'interno di tale gruppo, il 38% ha interesse a usare i propri dispositivi mobili per lavoro.

L'evoluzione continua del "DNA" è destinata a segnare un aumento di quella percentuale di pari passo con l'aumento dei lavoratori che fruiranno degli innegabili vantaggi della mobilità. In effetti, un terzo di coloro che attualmente non usano un dispositivo mobile per lavoro prevede di usarlo entro due anni.

Quando ai partecipanti al sondaggio è stato chiesto di indicare le principali motivazioni per connettere quello che non è ancora connesso, le tre risposte più frequenti sono state: "restare in contatto con colleghi e manager" (30%), "accedere alle informazioni giuste al momento giusto" (21%) e "migliorare l'esperienza utente" (20%). In una domanda distinta ma correlata, quasi la metà (42%) dei dipendenti che attualmente non usano dispositivi mobili per lavoro ritiene che tali dispositivi consentirebbero di risparmiare più di un'ora alla settimana (un fattore chiave della produttività). Per un lavoratore che guadagna \$ 50.000 all'anno, si prospetta quindi un aumento annuo di almeno \$ 1.250.

È interessante notare che tra coloro che non usano dispositivi mobili per lavoro, gli ostacoli principali sono: "l'azienda non offre il dispositivo" (20%), "non è previsto alcun piano di servizio in azienda" (12%) e "non esistono regole ufficiali in azienda per definire l'uso dei dispositivi". Chiaramente il reparto IT è chiamato a intervenire per risolvere questi problemi.

I lavoratori apprezzano sempre di più il valore della collaborazione ininterrotta. Attualmente il 24% utilizza la collaborazione su dispositivi mobili e un ulteriore 31% ha interesse ad adottarla.

La domanda di soluzioni di mobilità di prossima generazione è limitata

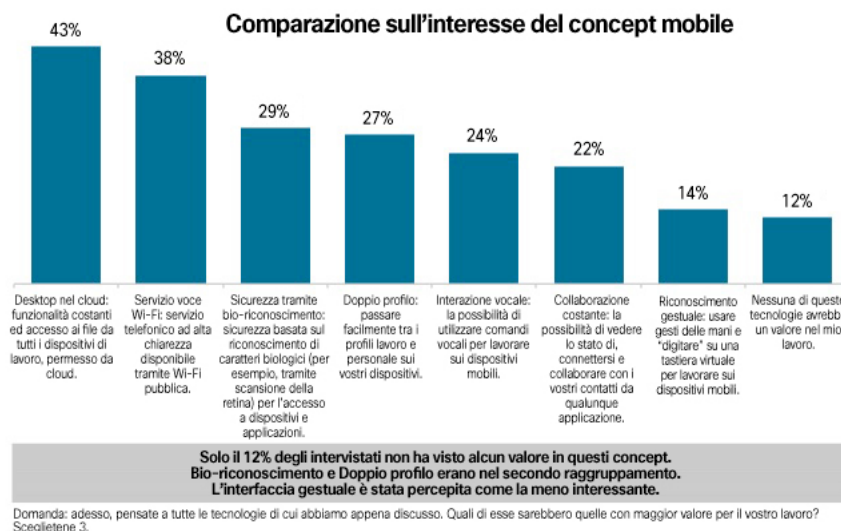
In vista delle prossime fasi della mobilità, è fondamentale individuare i fattori innovativi destinati ad attrarre maggiore interesse in futuro. Nel sondaggio i partecipanti hanno indicato i seguenti fattori:

- Il desktop virtuale, o "**desktop nel cloud**", è già utilizzato dal 28% dei partecipanti. Un altro 31% non lo usa ma è interessato. Il 61% ha indicato la "possibilità di accedere ai file da qualunque dispositivo" come una chiara motivazione. L'"archiviazione sicura dei documenti e delle informazioni nel cloud" ha attirato le preferenze del 41%, mentre il 40% ha preferito la "sincronizzazione in tempo reale di dispositivi e file".
- I lavoratori apprezzano sempre di più il valore della **collaborazione ininterrotta**. Attualmente il 24% sfrutta la collaborazione su dispositivi mobili e un ulteriore 31% ha interesse ad adottarla. Alcuni miglioramenti imminenti del panorama mobile potrebbero accentuare l'interesse per la collaborazione ininterrotta. In particolare, sono destinati a destare maggiore interesse: l'uso di dispositivi mobili per condividere informazioni (51% dei partecipanti), la possibilità di ricercare ed entrare in contatto con esperti (48%) e la condivisione wireless delle presentazioni tramite lavagna virtuale (48%). Inoltre, è stato rilevato un interesse per le nuove funzionalità basate su posizione e riconoscimento, come mappe e navigazione GPS per ambienti interni (53%), dispositivi che forniscono informazioni pertinenti in base alla posizione (49%) e dispositivi che avvisano l'utente quando una persona importante accede a una posizione (48%).
- **VoIP mobile come servizio**, il servizio basato sul protocollo VoIP (Voice over Internet Protocol), è un'altra innovazione fondamentale. Questo servizio è particolarmente rilevante per utenti di tablet o smartphone che non dispongono di un piano voce su rete mobile. Il 27% dei partecipanti vorrebbe un servizio del genere, se fosse disponibile in modalità Wi-Fi. La prospettiva futura di una copertura Wi-Fi per interni praticamente ovunque su città o comunità porta questo interesse al 39%.
- Il numero dei dispositivi sembra aumentare incessantemente, creando però un'ulteriore complessità e acuendo l'esasperazione tra gli utenti aziendali. **Le innovazioni relative al profilo doppio** consentono all'utente di separare i due profili, quello professionale e quello privato, all'interno dello stesso dispositivo. In pratica, lo smartphone o il tablet possono contenere applicazioni aziendali o database di lavoro insieme a contatti e numeri telefonici personali. Usare lo stesso dispositivo per la vita privata e le attività lavorative è un'esigenza per molti dei partecipanti; oggi solo il 18% utilizza questa funzionalità, ma il 31% di chi non la usa dichiara di essere "molto" interessato. Con l'offerta di separazione tra le fatturazioni degli addebiti di lavoro e di quelli personali, l'interesse aumenta al 38%.

Nella figura 2 vengono mostrati i livelli generali di interesse per questi fattori innovativi.

Visto che pagano di tasca propria le applicazioni e i dispositivi che possono essere usati per lavoro, i knowledge worker stanno assumendo il controllo.

Figura 2. Il desktop nel cloud e il servizio voce Wi-Fi sono percepiti come i fattori innovativi più interessanti presi in esame.



Fonte: Cisco Consulting Services, 2013

La produttività è un fattore chiave nell'adozione di nuove tecnologie.

Per molti aspetti la produttività è un elemento fondamentale della rivoluzione aziendale mobile. È il fattore che crea valore e spinge il CIO a investire. Ma spinge anche i dipendenti a prendere l'iniziativa, acquistando i propri dispositivi e le proprie applicazioni. Proprio come i CIO, essi considerano la produttività un problema scottante. Sicuramente tutto ciò che favorisce la produttività e l'efficienza sarà accolto positivamente come un fattore di accesso ad una maggiore libertà. Si tratta di un assunto particolarmente valido soprattutto dopo la crisi globale: a molti lavoratori viene costantemente chiesto di fare di più... con meno supporto.

Pertanto non sorprende che siano gli stessi knowledge worker a promuovere gran parte dell'aumento di produttività che deriva dalla mobilità. Visto che pagano di tasca propria le applicazioni e i dispositivi che possono essere usati per lavoro, i knowledge worker stanno assumendo il controllo.

Tra i partecipanti al sondaggio, la produttività (definita in termini di risparmio di tempo) è il fattore principale che favorisce l'utilizzo della tecnologia mobile sul posto di lavoro. In merito alla produttività sono stati rilevati i seguenti riscontri più specifici:

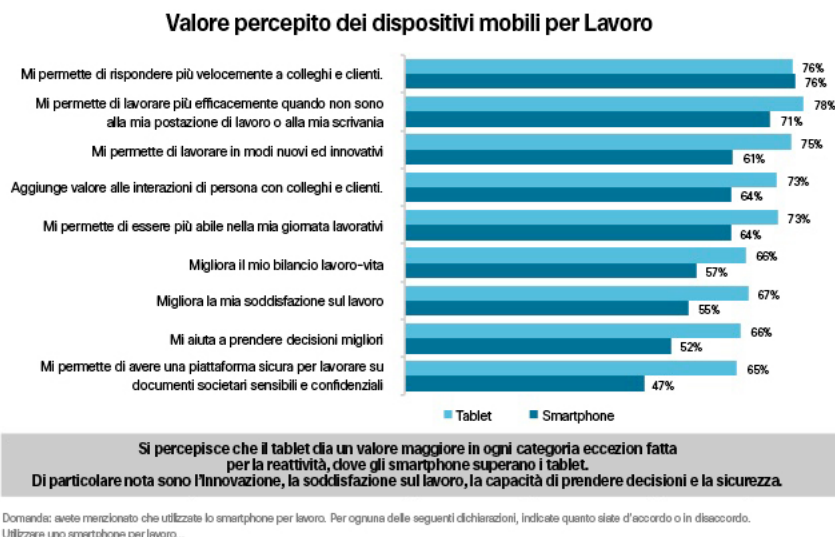
- La motivazione principale per usare un dispositivo mobile per lavoro è quella di restare in contatto con i colleghi.
- La principale frustrazione in relazione all'uso della rete Wi-Fi è la lentezza di connessione percepita e le implicazioni per la produttività.
- Il 50% circa dei lavoratori autorizzati all'uso di dispositivi mobili ha rilevato un aumento della produttività negli ultimi due anni.
- Il 40% dei lavoratori mobili può resistere solo un'ora senza i propri dispositivi prima che il lavoro ne risenta.

La rivoluzione mobile sta prendendo piede, ma c'è ancora un fattore di inibizione che incombe: la sicurezza.

- Si è osservato anche un interesse per le interfacce emergenti che consentono di risparmiare tempo, tra cui voce, gesti e riconoscimento biometrico.

È interessante notare che il tablet ha ottenuto più preferenze dello smartphone in molte categorie. In una domanda in cui si chiedeva di indicare quanto i dispositivi mobili contribuiscano alla maggiore efficacia ed efficienza tra la forza lavoro, il tablet ha ottenuto più preferenze dello smartphone (vedere la figura 3).

Figura 3. I dispositivi mobili assicurano efficienza, ma i tablet superano gli smartphone.



Fonte: Cisco Consulting Services, 2013

Incombono le preoccupazioni per la sicurezza e per la privacy

La rivoluzione mobile sta prendendo piede, ma c'è ancora un fattore di inibizione che incombe: la sicurezza. Il cambiamento nell'uso dei dispositivi mobili ha creato problematiche di sicurezza che devono essere affrontate. Il 31% dei partecipanti passa più tempo fuori dall'ufficio e quasi il 60% preferisce la comunicazione online a quella offline. Per quanto riguarda il settore commerciale, circa il 30% dei partecipanti usa transazioni digitali per fini lavorativi e un altro 30% effettua acquisti tramite dispositivi mobili online.

Questi comportamenti rischiano di compromettere dati aziendali fondamentali. Pertanto, il 35% dei partecipanti non userebbe un'app desktop cloud a causa dei timori per la sicurezza. Il 14% è preoccupato per la sicurezza della rete Wi-Fi in situazioni lavorative.

La risposta dei dipendenti alle soluzioni di sicurezza aziendali correnti, tuttavia, è varia. Il 30% non apprezza che il reparto IT installi software di sicurezza sui dispositivi personali e una percentuale simile si è dichiarata indecisa.

Tuttavia, il 37% accetterebbe di buon grado un software di riconoscimento biometrico, considerandolo un livello ulteriore ed efficace di sicurezza. L'11% dei partecipanti utilizza ancora un dispositivo specializzato, in molti casi per motivi di sicurezza.

Un approccio più uniforme all'acquisto e alla gestione di applicazioni e dispositivi sarebbe vantaggioso sia per i dipendenti che per i datori di lavoro.

In merito ai problemi di sicurezza, l'indagine mostra nuovamente una netta preferenza per i tablet. Quando è stato chiesto quale dispositivo "mi consente di avere una piattaforma sicura per lavorare su documenti aziendali riservati", il 65% ha espresso una preferenza per i tablet e il 47% per gli smartphone.

In genere, i numeri rivelano un'esigenza più spiccata per soluzioni migliori atte a garantire la sicurezza dei dispositivi mobili in modo che i fattori che favoriscono la tecnologia aziendale mobile siano superiori ai fattori che la inibiscono. I reparti IT dovranno essere particolarmente proattivi nella gestione delle ulteriori minacce alla sicurezza introdotte dalle tendenze BYOD e BYOA, soprattutto man mano che le soluzioni esterne, al di là del firewall aziendale, si diffonderanno maggiormente. Ma per dissipare le preoccupazioni dei dipendenti in materia di sicurezza, i datori di lavoro devono offrire un'ulteriore formazione, sottolineando l'importanza di scaricare sui dispositivi personali il software di sicurezza dei reparti IT.

Un mercato frammentato

Chi paga per le applicazioni aziendali? Dove dovrebbero essere acquistati i dispositivi? E chi risolve i problemi quando si presentano? Insieme alle preoccupazioni di sicurezza, anche la frammentazione nell'acquisto e nella gestione di applicazioni e dispositivi è un fattore principale di inibizione.

Molti utenti aziendali pagano di tasca propria le applicazioni mobili che usano per lavoro. Quelli che non le usano sono poco interessati ad adottarle in futuro. Convincere i lavoratori meno connessi a provare alcune applicazioni utili sarebbe un primo passo importante, poiché molti potrebbero così scoprirne il valore e gli ovvi vantaggi. Lo studio ha messo in luce che, se più del 36% dei partecipanti ha dichiarato che la propria azienda ha acquistato le applicazioni aziendali, oltre il 30% ha dichiarato di aver pagato di tasca propria, mentre il 10% ha dichiarato di aver condiviso i costi con l'azienda. Tra coloro che non usano ancora le app aziendali, il 57% ha dichiarato di non essere molto interessato a usarle in futuro. Il 30% ha espresso un interesse moderato.

In genere, i dipendenti non sono del tutto informati su dove procurarsi le app, indicando varie origini come l'assistenza tecnica dell'azienda (circa il 35%), gli app store online (34%), i produttori di dispositivi (20%) e le ricerche generali su Internet (32%) come principale fonte delle app per scopi aziendali.

La frammentazione investe anche l'assistenza tecnica. Circa il 55% dei partecipanti si rivolge all'assistenza tecnica della propria azienda, ma anche i produttori di dispositivi, le ricerche generali in Internet e i colleghi sono risultati essere frequenti fonti di aiuto.

Per quanto riguarda i dispositivi, un'elevata percentuale preferisce acquistarli presso rivenditori al dettaglio (il 30% da negozi di elettronica di consumo, seguiti da negozi di provider di servizi mobili, negozi dei produttori di dispositivi e rivenditori all'ingrosso). I negozi nel Web hanno ricevuto decisamente meno preferenze.

Un approccio più uniforme all'acquisto e alla gestione di applicazioni e dispositivi sarebbe vantaggioso sia per i dipendenti che per i datori di lavoro. Le aziende che intendono supportare l'aumento di produttività ed efficienza derivanti dalla tecnologia aziendale mobile probabilmente devono riconsiderare alcune delle loro politiche.

I CIO devono essere i catalizzatori del cambiamento, assicurando l'accesso a soluzioni aziendali, affrontando le problematiche della sicurezza e incoraggiando i dipendenti meno connessi ad adottare la tecnologia mobile.

Per i CIO delle aziende: argomenti a favore degli investimenti nella mobilità

Come è stato indicato, le imprese dovranno sviluppare strategie per la mobilità coerenti e uniformi, a livello interdipartimentale e tra le varie unità aziendali. I cellulari sono diventati il dispositivo di riferimento per i dipendenti quando sono lontani dall'ufficio. Ma anche quando sono alla propria scrivania, i dipendenti prediligono sempre più spesso i dispositivi mobili, in particolare, i tablet. Questa tendenza spingerà i CIO ad adottare una strategia di più ampia portata.

I CIO lungimiranti adotteranno il BYOD e le soluzioni di sicurezza più moderne. Con l'evoluzione della propria strategia globale, i CIO trasferiranno la spesa IT dai dispositivi alle applicazioni e alla connettività dati. Investiranno nel futuro e determineranno una nuova fase di produttività. Durante questo processo supporteranno la prossima generazione di knowledge worker, una generazione che consentirà di ottenere innovazione, efficienza e un equilibrio armonioso tra lavoro e vita privata.

Un punto fondamentale è il fatto che, mentre molti dipendenti mobili delle aziende assumono iniziative proprie, spesso spinti dall'esigenza di assicurare un equilibrio tra la vita professionale e quella privata, i vantaggi che ne derivano interesseranno tutti a ogni livello. In ultima analisi, tutti i CIO aspirano a conseguire produttività ed efficienza maggiori, oltre alla soddisfazione generale dei dipendenti.

In breve, l'uso dei dispositivi mobili favorisce anche il miglioramento delle prestazioni della forza lavoro. Ma, mentre i lavoratori potrebbero sovvenzionare l'evoluzione di questo fenomeno, i CIO devono essere i catalizzatori del cambiamento, assicurando l'accesso a soluzioni aziendali, affrontando le problematiche della sicurezza e incoraggiando i dipendenti meno connessi ad adottare la tecnologia mobile. Tutto sommato, il reparto IT è sempre il primo referente cui si rivolgono molti dipendenti quando si verificano problemi su dispositivi mobili o applicazioni aziendali. Ma i CIO devono garantire che siano implementate le soluzioni più opportune per l'azienda.

Se non saranno proattivi, rischieranno di non tener il passo con la competitività generale.

Per i provider di servizi: argomenti a favore delle iniziative per la mobilità

Le argomentazioni per i CIO valgono anche per i provider di servizi. I provider di servizi devono concentrarsi sulle soluzioni e sull'accesso per i knowledge worker e garantire al contempo un modo più semplice per acquistare, usare e pagare tali servizi. I provider di servizi che avranno successo nella prossima fase della mobilità struttureranno le proprie offerte con una combinazione di qualità, affidabilità ed esperienza senza problemi. Inizialmente i provider di servizi potrebbero prendere in considerazione i seguenti passaggi:

Inoltre, i provider di servizi hanno la possibilità di fornire nuovi servizi aziendali e possono monetizzare e acquisire una quota della spesa aziendale per tutte le tre dimensioni del "DNA" :

1. L'offerta da parte dei provider di servizi di un pacchetto strutturato per la gestione dei dispositivi aiuterebbe i CIO a consolidare il canale di distribuzione attualmente frammentato e a migliorare l'esperienza di mobilità dei dipendenti in maniera efficiente sotto il profilo dei costi. Considerato la maggiore complessità introdotta dalle soluzioni di mobilità nell'infrastruttura aziendale, i provider di servizi devono assolutamente semplificare l'esperienza utente per i servizi gestiti e le opzioni in hosting. In effetti, i provider di servizi possono offrire servizi di gestione dei dispositivi a prescindere dal provider di servizi che fornisce il servizio mobile. Si può così creare un'opportunità per le imprese con un'impronta globale che si affidano a diversi provider di servizi mobili.
2. Inoltre, i provider di servizi hanno la possibilità di fornire nuovi servizi aziendali e possono monetizzare e acquisire una quota della spesa aziendale per tutte le tre dimensioni del "DNA" :

Dispositivi

- Con quasi il 40% dei dipendenti che prevedono di usare più dispositivi in futuro, è opportuno che i provider di servizi strutturino proattivamente un'offerta sulla gestione dei dispositivi.
- I provider di servizi mobili dovrebbero ampliare sia il canale della vendita al dettaglio sia quello della vendita online per gli acquisti di dispositivi e applicazioni, nonché per problematiche generali di assistenza ai dipendenti.

Reti

- Sviluppare soluzioni per consentire ai dipendenti di separare l'utilizzo personale da quello aziendale dei dispositivi.
- Offrire ulteriori opzioni di sicurezza e per ridurre i timori dei CIO (e dei dipendenti) in merito alla mobilità. Come si è visto, in molte categorie la sicurezza si è dimostrata un fattore principale di inibizione per un'elevata percentuale dei partecipanti.

Applicazioni

- Offrire applicazioni che migliorano l'esperienza mobile di base, inclusi l'integrazione del centralino e i servizi VoIP tramite Wi-Fi. L'integrazione delle offerte VoIP con sistemi telefonici aziendali esistenti potrebbe catalizzare l'interesse.
- Offrire applicazioni che migliorano la produttività dei dipendenti, inclusi i servizi di tipo "desktop nel cloud" e strumenti di collaborazione migliori. Considerare l'opportunità di sviluppare un app store per aiutare gli utenti aziendali a gestire la complessità.

Conclusioni... e un invito all'azione

Sia per i CIO delle aziende che per i provider di servizi è ugualmente fondamentale favorire la fase successiva della mobilità. I vantaggi offerti da collaborazione e mobilità sono evidenti. Occorre però individuare le sinergie tra i due fattori. Chi saprà unire queste aree tecnologiche con strategie proattive realizzerà un grande valore aziendale; gli altri invece perderanno un'importante opportunità. Se le iniziative dei singoli dipendenti possono determinare l'evoluzione su fronti importanti, questi lungimiranti knowledge worker devono essere supportati e incoraggiati affinché possano dare ulteriore impulso alla transizione.



Americas Headquarters
Cisco Systems, Inc.
San Jose, CA

Asia Pacific Headquarters
Cisco Systems (USA) Pte. Ltd.
Singapore

Europe Headquarters
Cisco Systems International BV Amsterdam,
The Netherlands

Cisco has more than 200 offices worldwide. Addresses, phone numbers, and fax numbers are listed on the Cisco Website at www.cisco.com/go/offices.

Cisco and the Cisco logo are trademarks or registered trademarks of Cisco and/or its affiliates in the U.S. and other countries. To view a list of Cisco trademarks, go to this URL: www.cisco.com/go/trademarks. Third party trademarks mentioned are the property of their respective owners. The use of the word partner does not imply a partnership relationship between Cisco and any other company. (1110R)