

GRUPPO TELECOM ITALIA (F.G.Medium Condensed cp14)

World Computing Congress “Web 2.0”

Milano, 8 Settembre 2008

Le aziende incontrano il Web 2.0

“Enterprise 2.0”: opportunità, percezioni e best practices

| Fabrizio Davide | TC.Marketing ICT |

Le aziende incontrano il Web 2.0

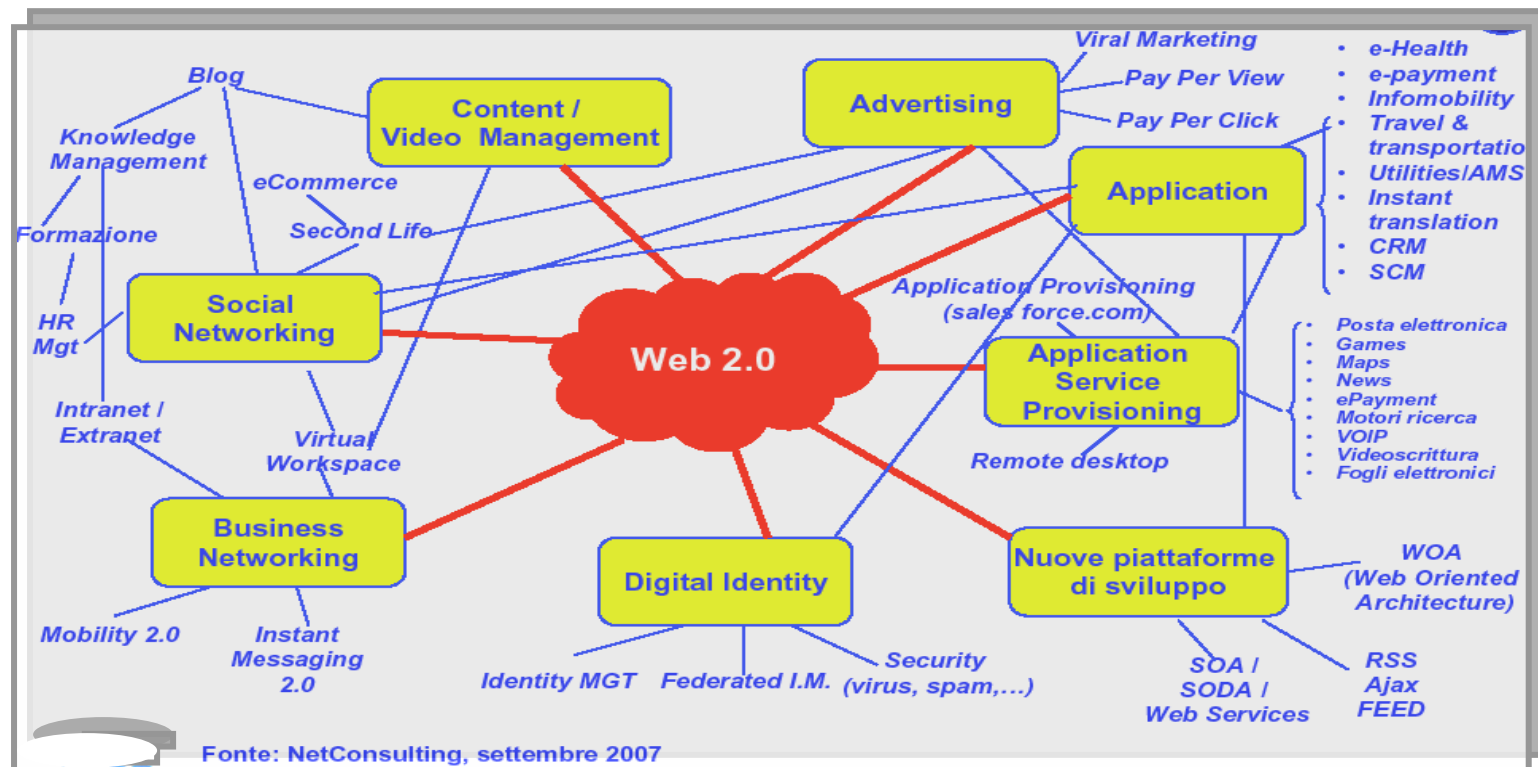
Agenda

- ▶ Enterprise 2.0: reti e processi
- ▶ Business Value & Drivers
- ▶ Dimensioni e trend di mercato
- ▶ Analisi della domanda
- ▶ Best practises

Le aziende incontrano il Web 2.0

Elementi distintivi

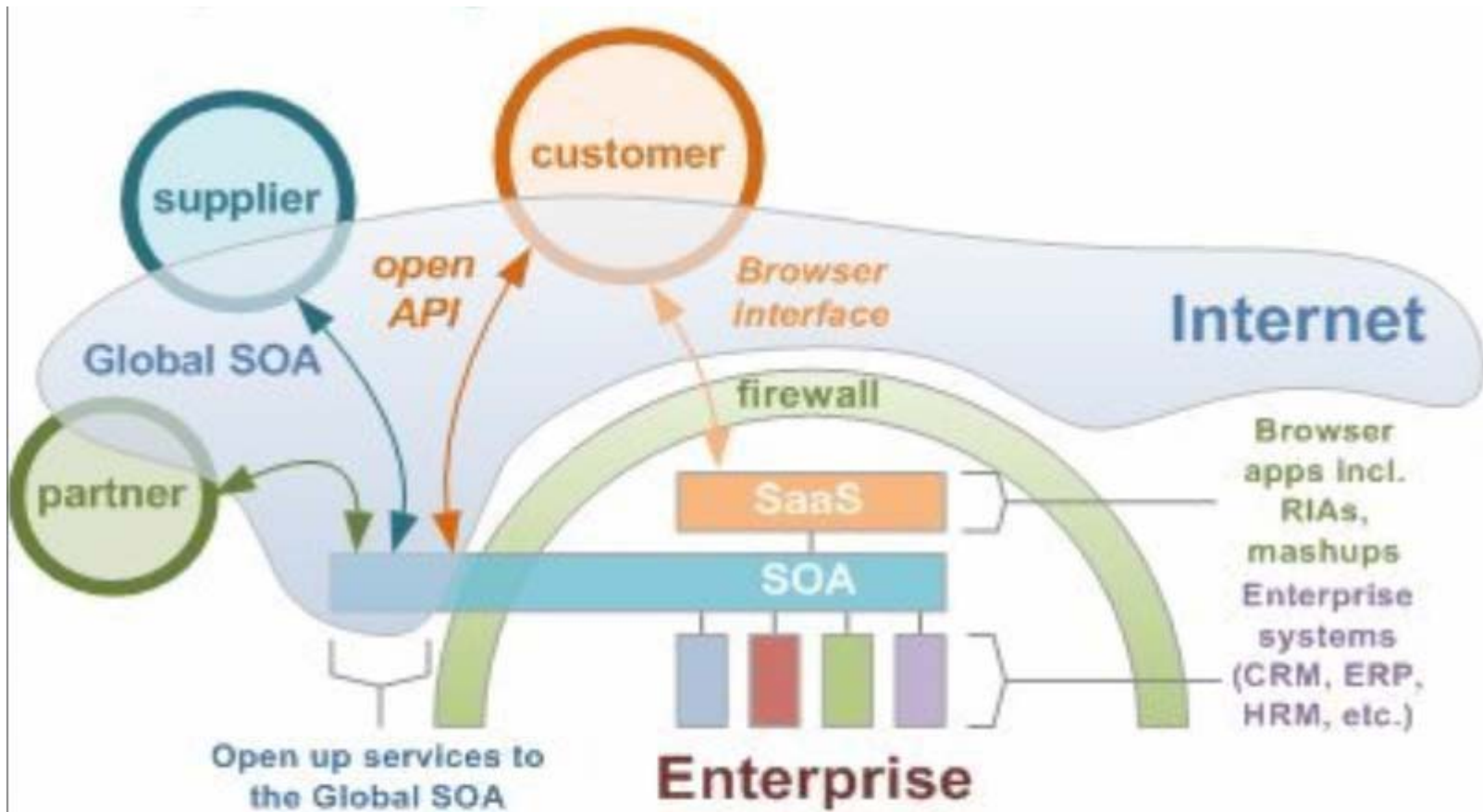
Enterprise 2.0: uso in modalità emergente di piattaforme di social software all'interno delle aziende o tra le aziende ed i propri partner e clienti. È la naturale evoluzione dell'impresa così come gli strumenti di web 2.0 sono la naturale evoluzione del web*



* Fonte: MacAfee A. "Enterprise 2.0 The Dawn of Emergent Collaboration"

Le aziende incontrano il Web 2.0

Enterprise 2.0 significa: *creare flessibilità orientata al servizio*

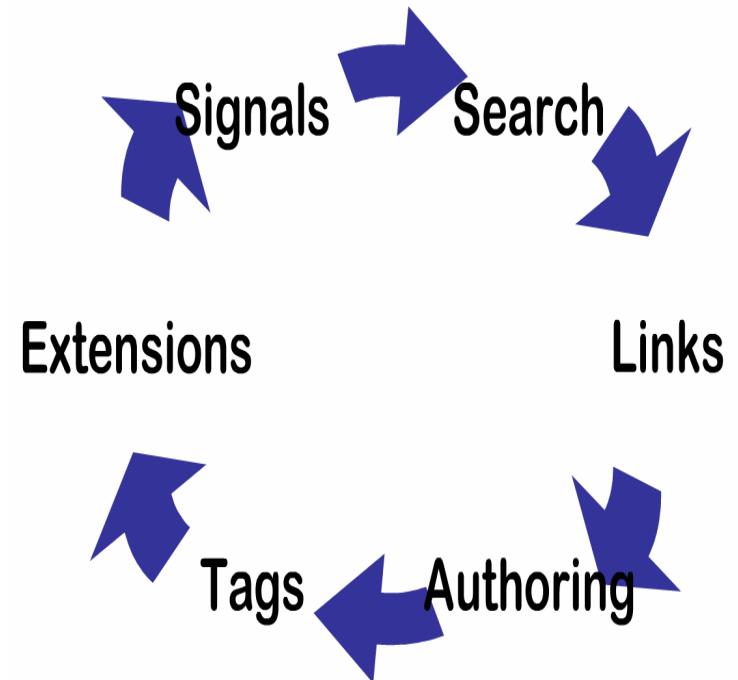


Author: Dionne Hillclift

Le aziende incontrano il Web 2.0

Enterprise 2.0 significa: **SLATES**

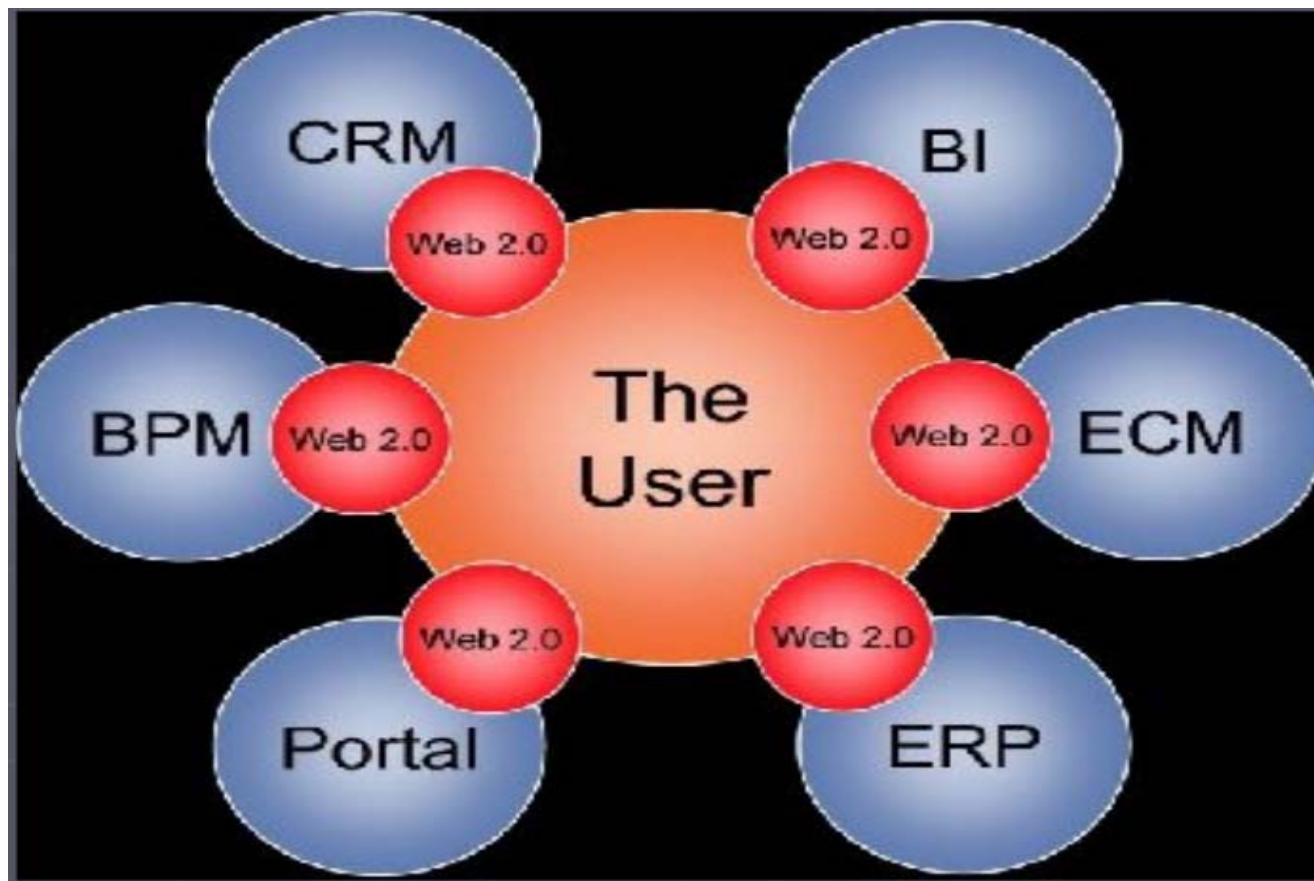
- ▶ Meccanismi di ricerca (**Search**)
- ▶ Creazione e navigazione dei link sociali (**Link**)
- ▶ Possibilità di contribuire alla creazione/editing dei contenuti (**Authoring**)
- ▶ Tagging associato a documenti, utenti, attività (**Tags**)
- ▶ Meccanismi automatici di suggerimento (**Extensions**)
- ▶ Notifiche sugli aggiornamenti, in particolare e-mail e feed RSS (**Signals**)



Source: Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration by Andrew P. McAfee in Sloan Management Review, Spring 2006.

Le aziende incontrano il Web 2.0

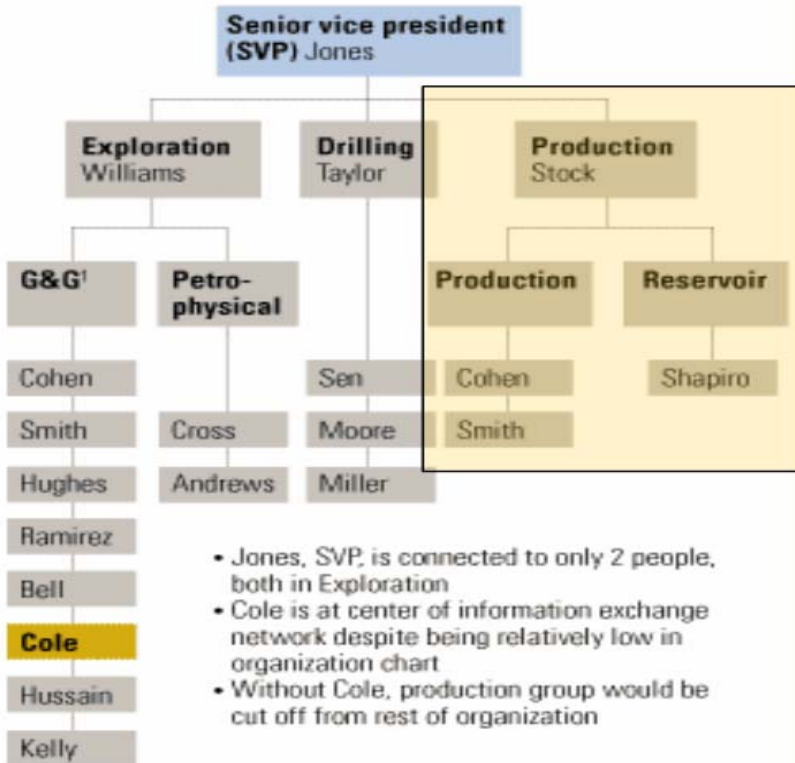
Enterprise 2.0 significa: *arricchire i processi e gli utenti*



Le aziende incontrano il Web 2.0

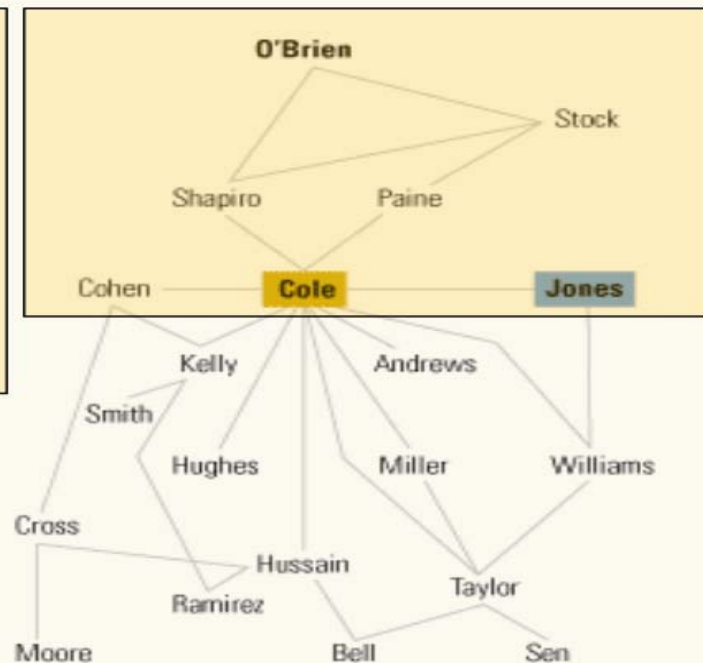
Enterprise 2.0 significa: *mappare le reti informali di interazione*

Formal structure



Informal structure

Network mapping reveals informal structure—who interacts with whom to get work done.



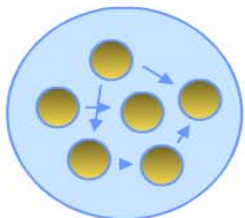
Le aziende incontrano il Web 2.0

Enterprise 2.0 significa: *accelerare l'evoluzione del business*

Enterprise 0.0

Cost Center

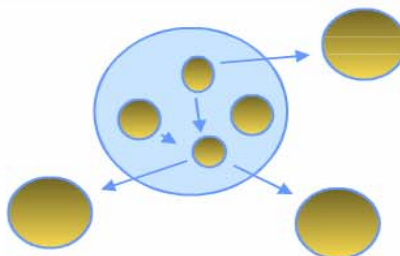
Command and Control
Hierarchical
Low Integration Costs
High Production Costs
High Degree of Control
Low Variability
Centralized IT



Enterprise 1.0

Business Value

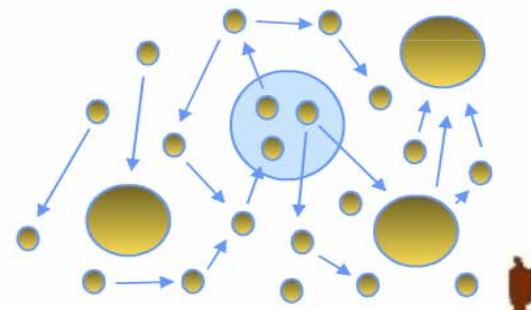
Dynamic
Agile
Distributed IT
Web Technologies
Lower Production Costs
Higher Integration Costs
Out Sourcing
Globalization
Single Valuation



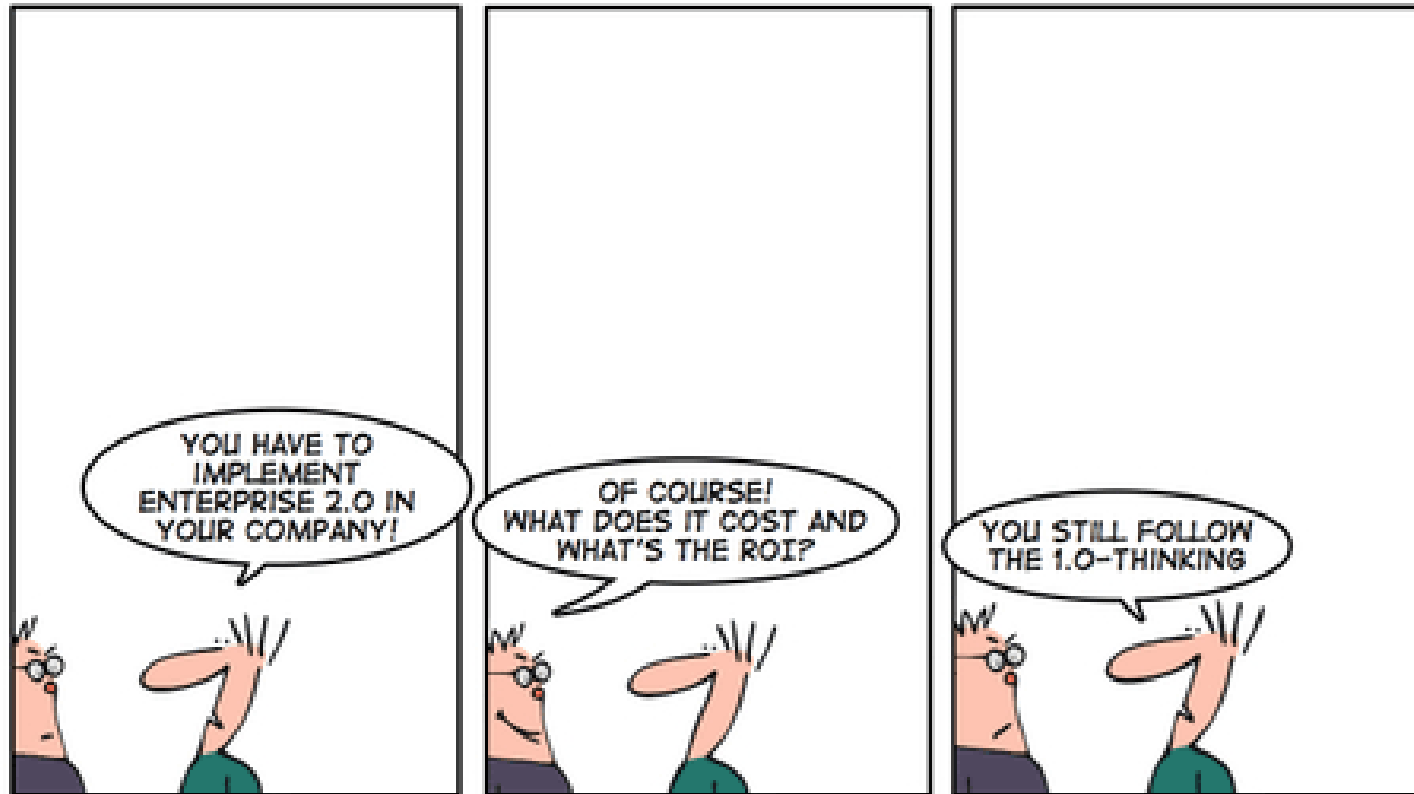
Enterprise 2.0

Business Model

Collaborative
User Contributed
Out Source Everything
Open Source
Complete Integration
Tool Integration
Connected
Transparent



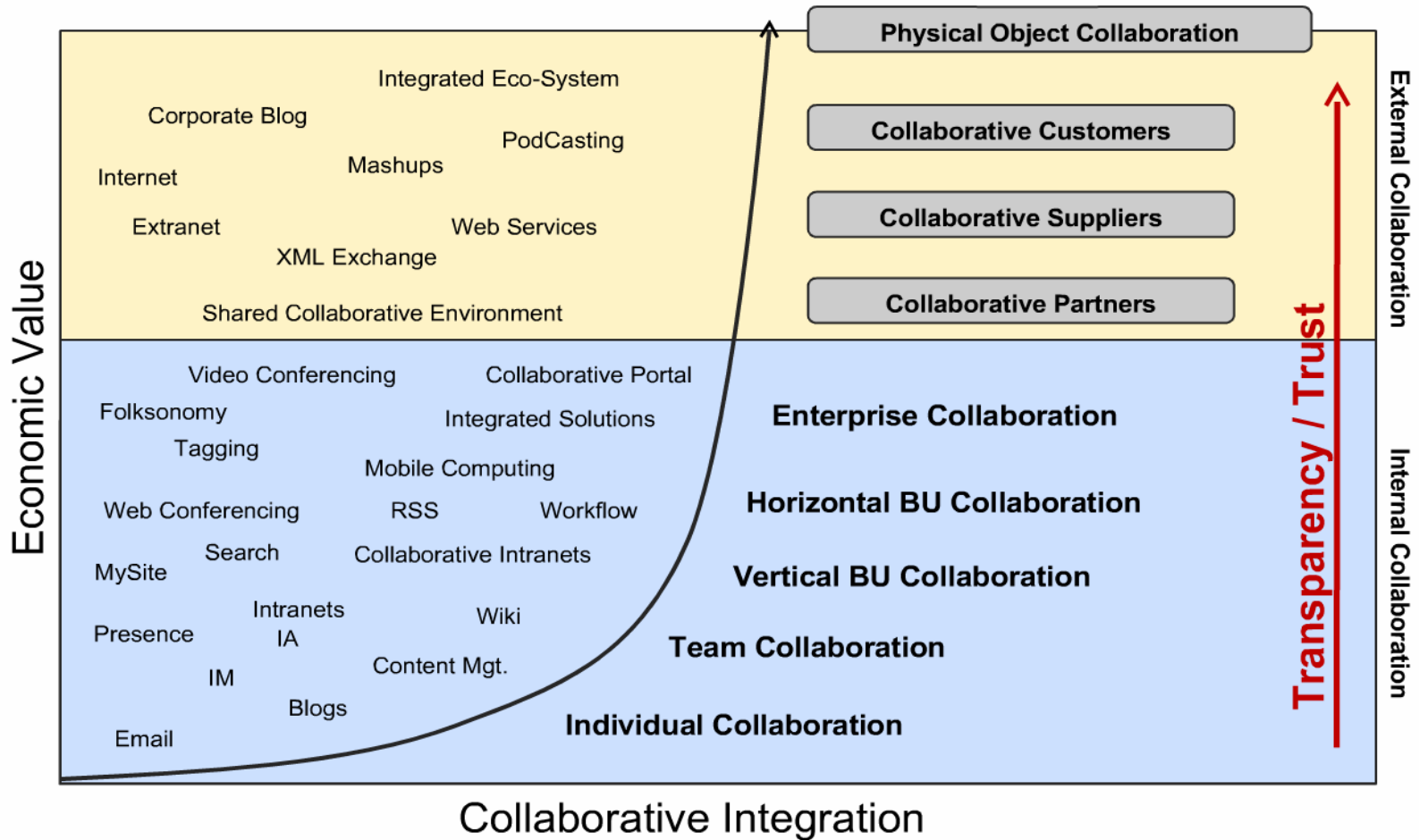
Le aziende incontrano il Web 2.0



gent and prof

Le aziende incontrano il Web 2.0

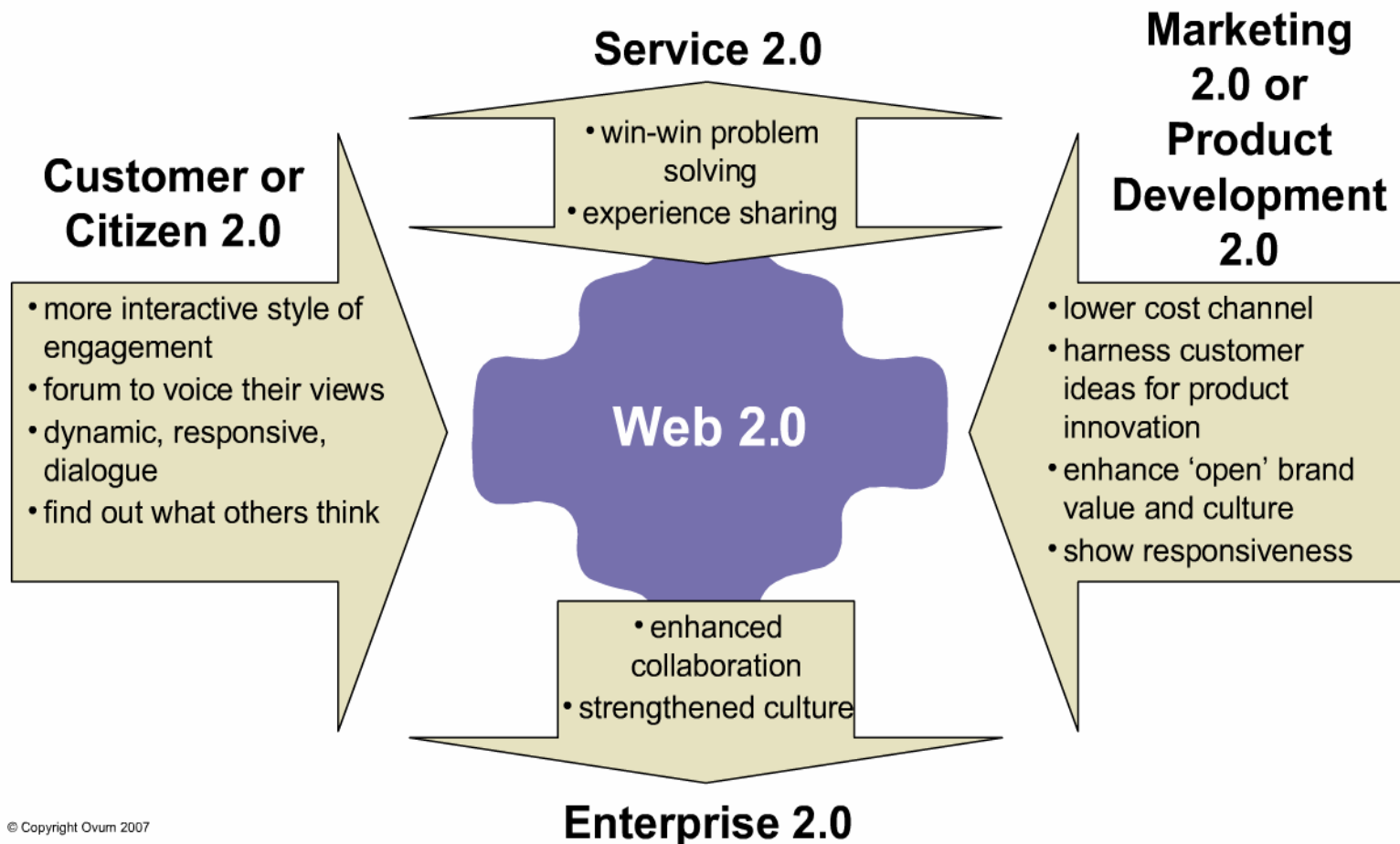
Enterprise 2.0: Business value & drivers 1/3



Author: Ron Doss

Le aziende incontrano il Web 2.0

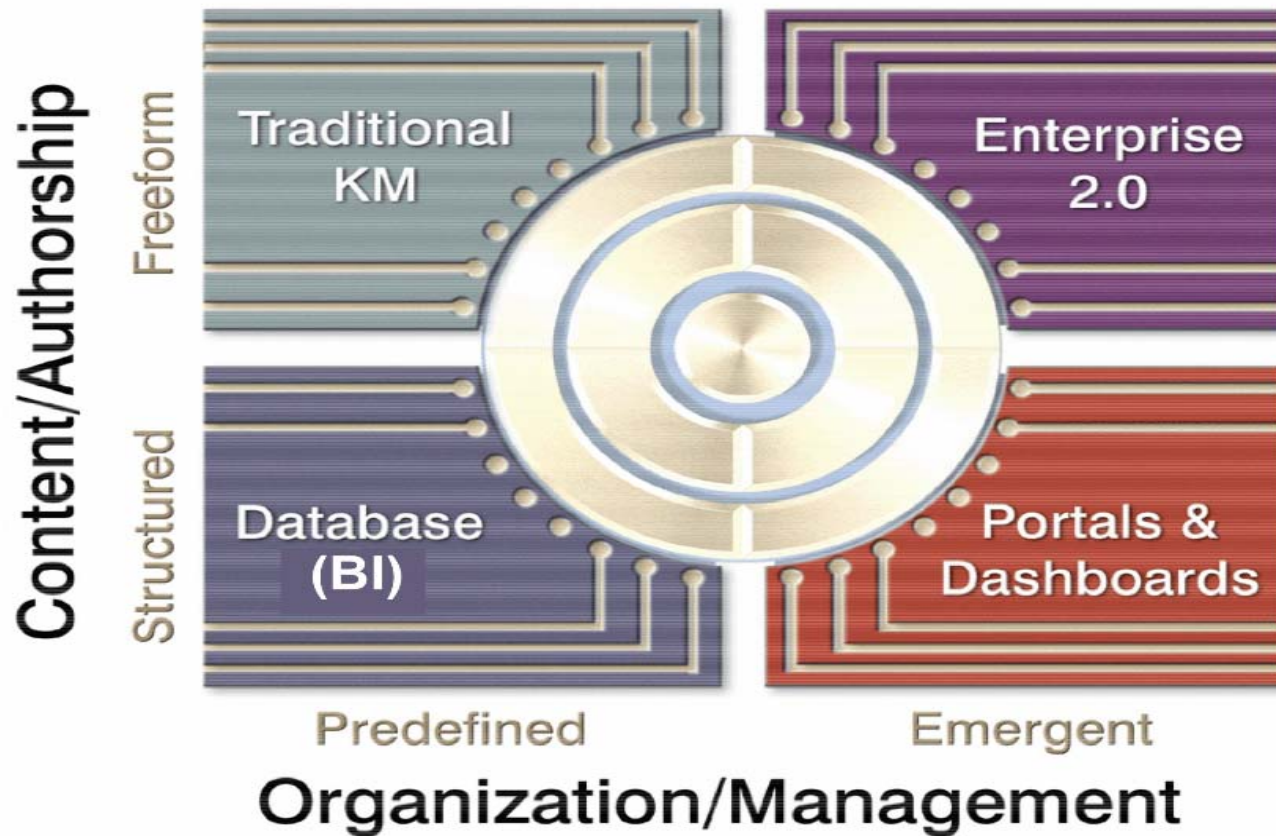
Enterprise 2.0: Business value & drivers 2/3



© Copyright Ovum 2007

Le aziende incontrano il Web 2.0

Enterprise 2.0: Business value & drivers 3/3



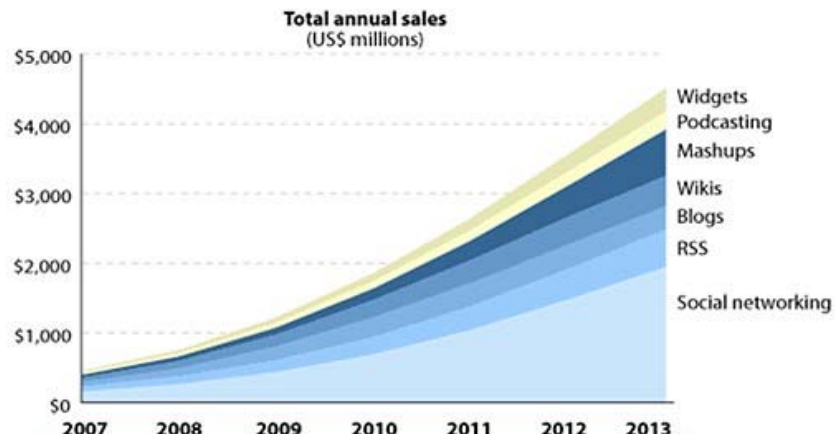
Source: AIIM Market Intelligence

Le aziende incontrano il Web 2.0

Trends di mercato

L'Enterprise Web 2.0 è un mercato ancora in fase embrionale ma in forte crescita (CAGR 07-13: 45% circa): rappresenta un'opportunità di mercato fortemente attrattiva con un potenziale di mercato rilevante

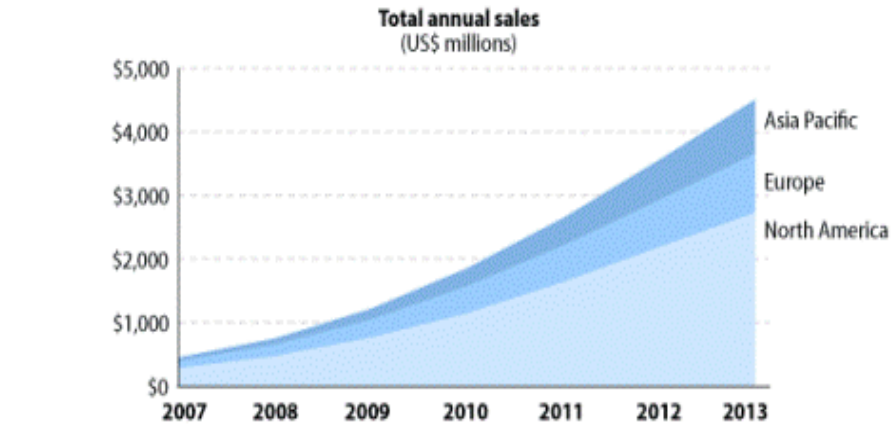
Forecast: Global Enterprise Web 2.0 Spend By Technology, 2007 To 2013



Social networking	\$149	\$258	\$437	\$701	\$1,063	\$1,514	\$1,997
RSS	\$78	\$120	\$182	\$262	\$357	\$463	\$563
Blogs	\$64	\$118	\$201	\$290	\$341	\$355	\$340
Wikis	\$63	\$108	\$177	\$259	\$342	\$410	\$451
Mashups	\$39	\$61	\$98	\$165	\$285	\$458	\$682
Podcasting	\$33	\$50	\$76	\$111	\$158	\$214	\$273
Widgets	\$29	\$47	\$75	\$118	\$175	\$250	\$340
Total	\$455	\$764	\$1,246	\$1,906	\$2,721	\$3,664	\$4,646

(numbers have been rounded)

Global enterprise Web 2.0 spend by geography, 2007 to 2013



North America	\$287	\$480	\$781	\$1,176	\$1,683	\$2,252	\$2,812
Europe	\$112	\$184	\$291	\$438	\$590	\$762	\$957
Asia Pacific	\$56	\$100	\$174	\$291	\$448	\$651	\$877
Total	\$455	\$764	\$1,246	\$1,905	\$2,721	\$3,665	\$4,646

(numbers have been rounded)

Le aziende incontrano il Web 2.0

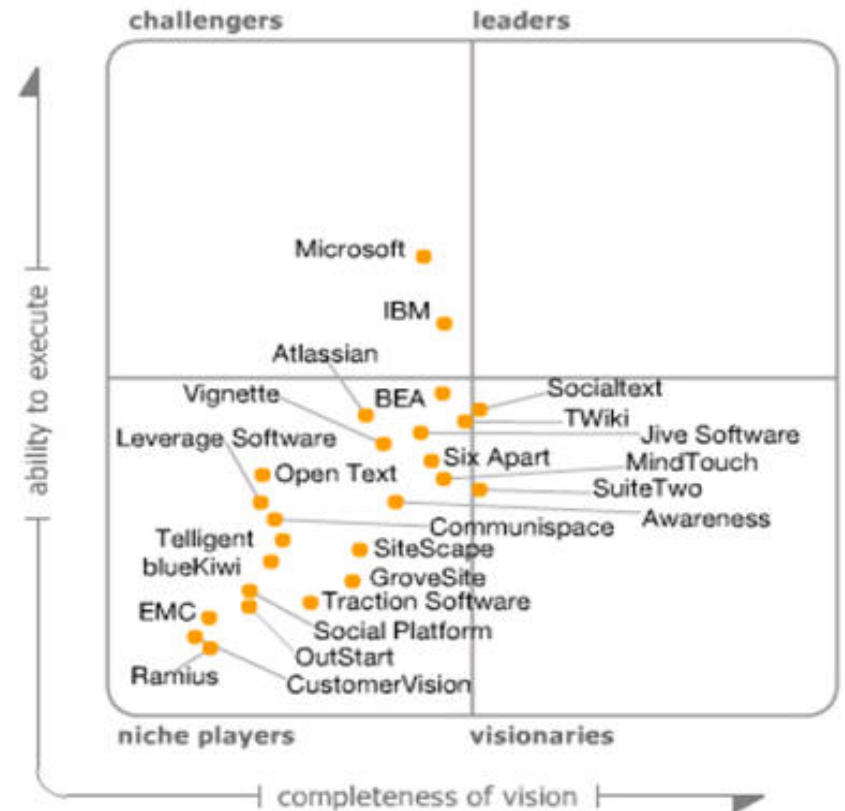
Trend dell'offerta di social software

► L'affollamento nel quadrante in basso a sinistra mostra come l'Enterprise 2.0 sia un mercato ancora molto giovane ed in veloce evoluzione, con molti piccoli attori (anche open-source).

► I clienti sono in attesa di soluzioni consolidate, organiche e capaci di fornire sufficienti garanzie di sicurezza, robustezza, scalabilità e facilità d'integrazione.

► Pochi vendors possono vantare un insieme completo di funzionalità ed esiste una corsa costante all'arricchimento di applicazioni che integrano più componenti tecnologiche (wiki, blog, social network, instant messaging).

Figure 1. Magic Quadrant for Team Collaboration and Social Software, 2007

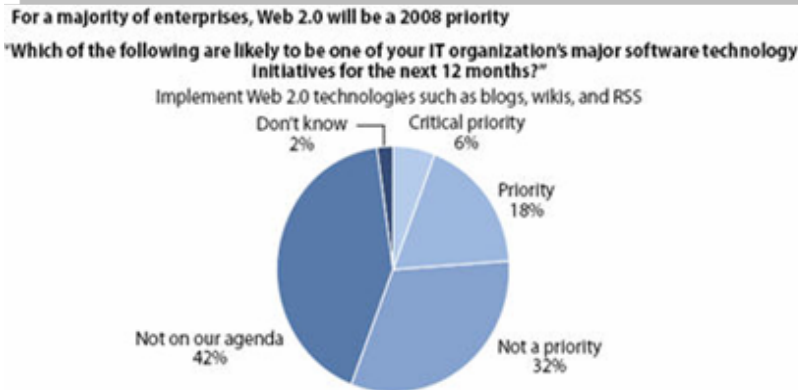


As of September 2007

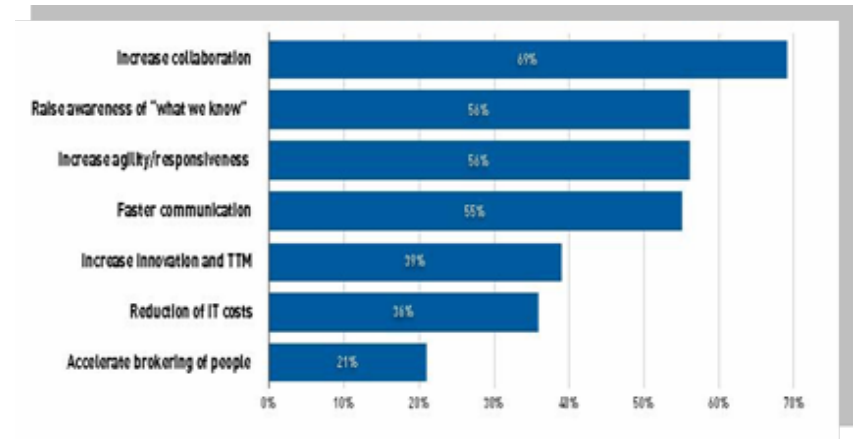
Source: Gartner (September 2007)

Le aziende incontrano il Web 2.0 Esigenze della domanda

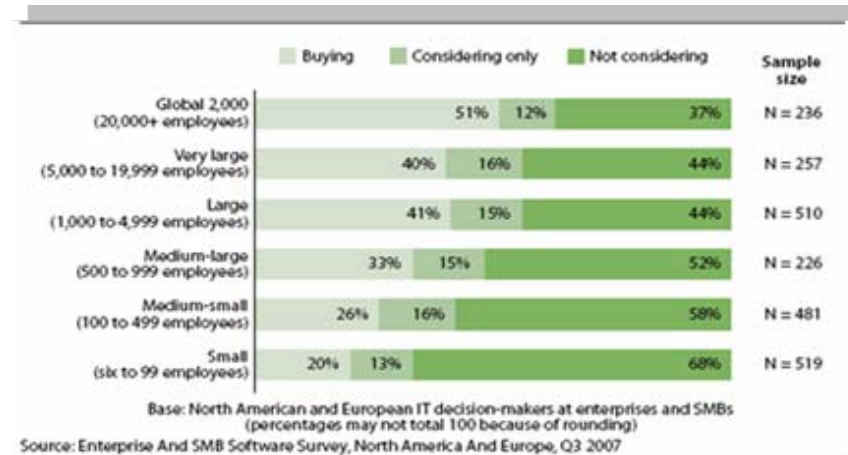
Tempi di adozione Ent. 2.0



Principali motivazioni di adozione



% adozione web 2.0 per dimensioni aziendali



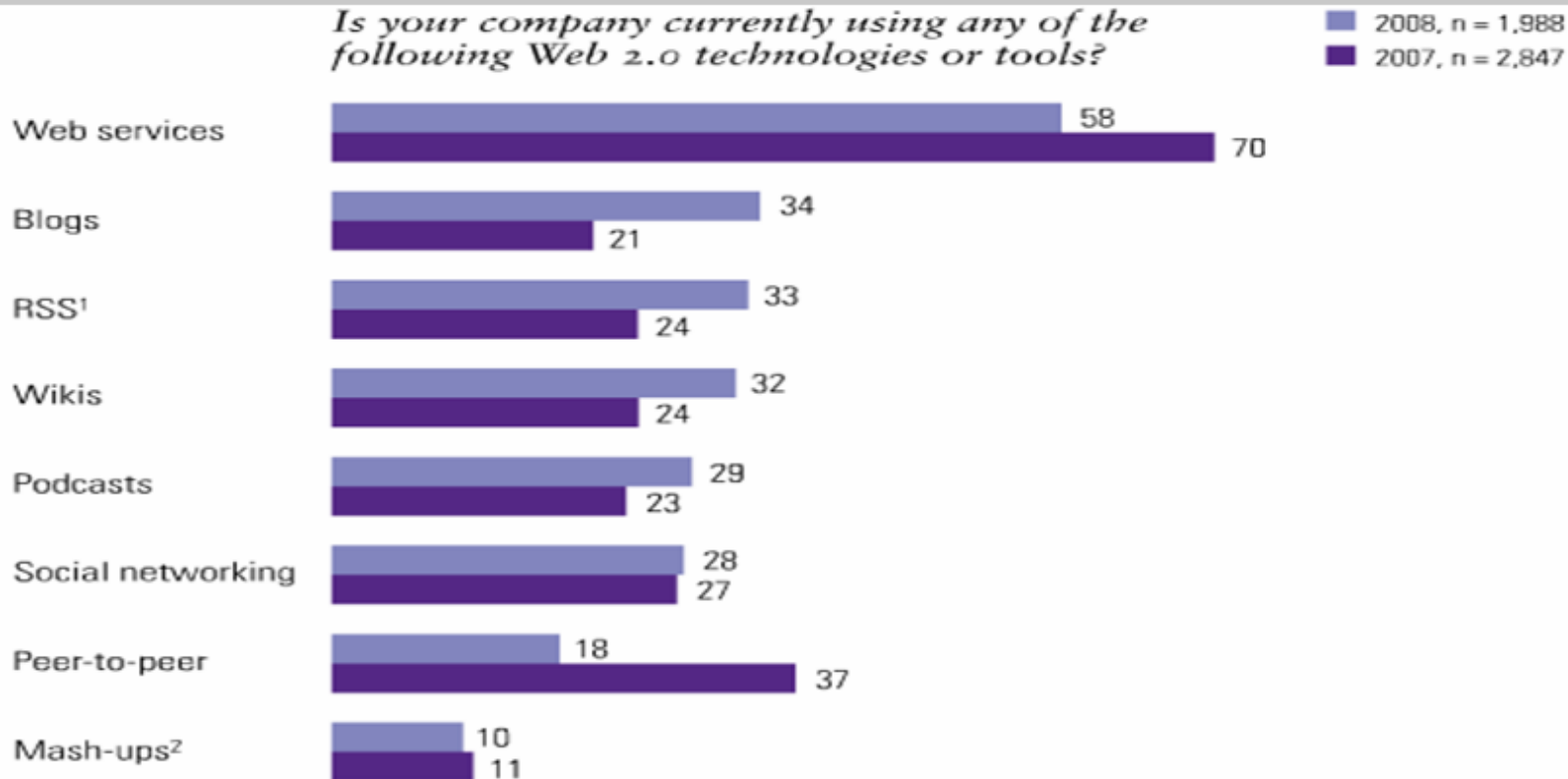
- ▶ La richiesta di strumenti di collaboration, social networking, communication, non viene solamente dai dipartimenti di IT, ma soprattutto dalle linee di business (Corporate communications, Marketing, Risorse umane, Ricerca e sviluppo)
- ▶ I dipendenti che adottano l'Enterprise 2.0 senza l'appoggio diretto della propria azienda sono circa il 5%, ma sale al 30% nelle aziende in cui la sua introduzione è guidata

Le aziende incontrano il Web 2.0

Esigenze della domanda: gli strumenti che contano

Il web 2.0 è diventato più familiare alle aziende, ma il pattern di strumenti e tecnologie utilizzati sta cambiando: I blog, gli RSS, i wiki e i podcast stanno diventando più diffusi, perché le aziende hanno compreso meglio il loro valore per il business

Is your company currently using any of the following Web 2.0 technologies or tools?

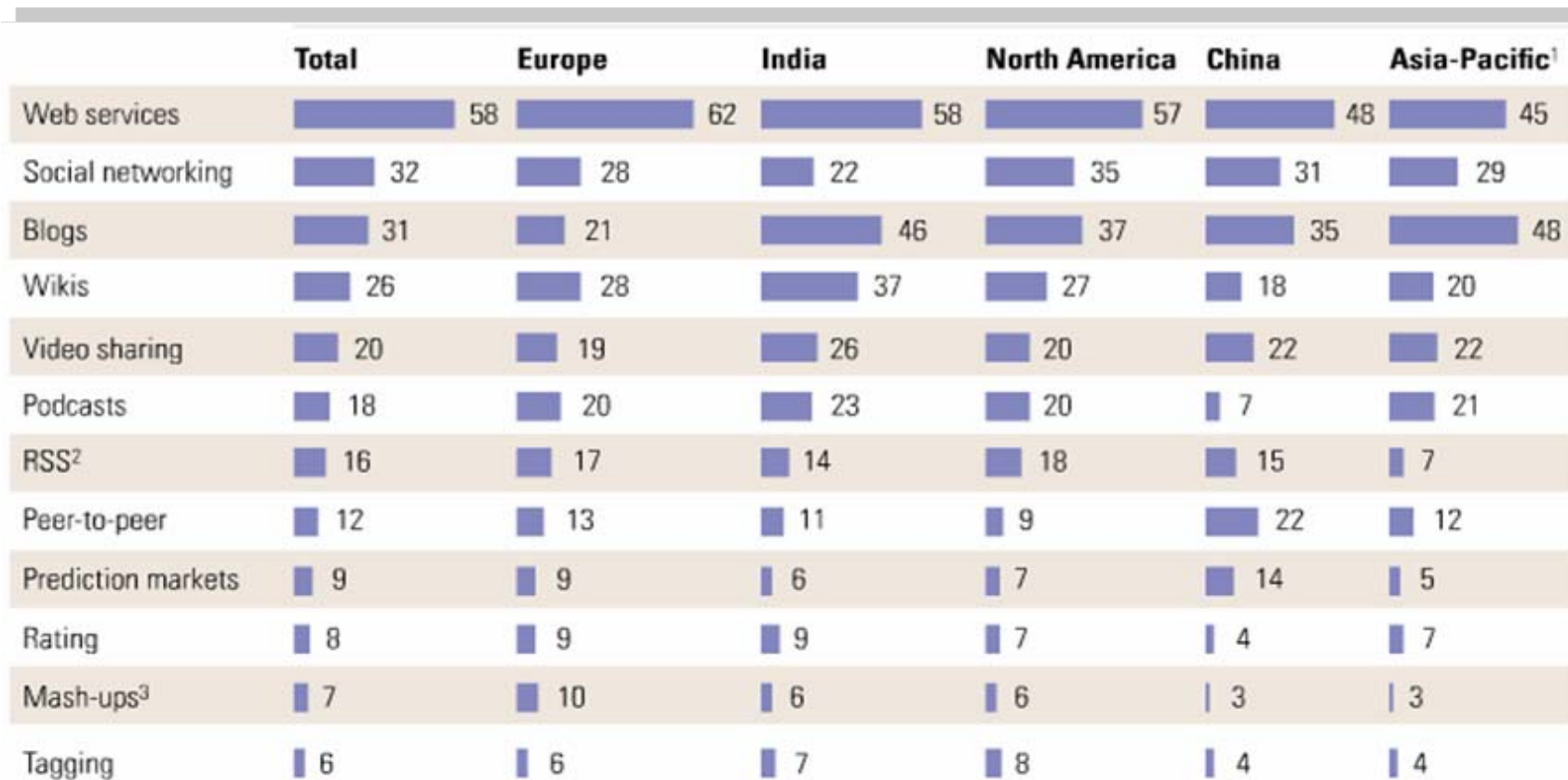


Author: Jimmy Wales Wikipedia

Le aziende incontrano il Web 2.0

Livello di utilizzo per distribuzione geografica

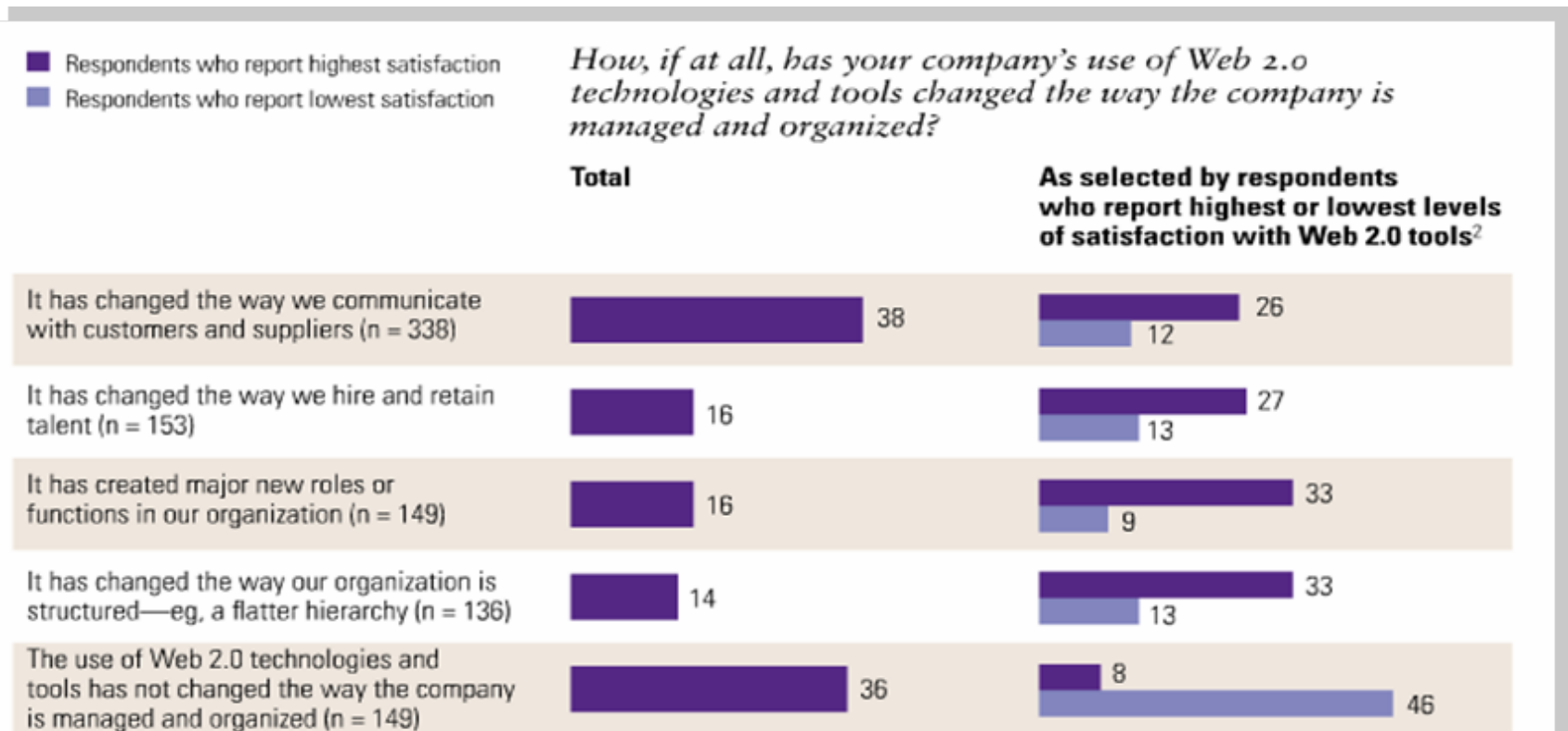
Rispetto al 2007, i web services rappresentano la tecnologia con il maggiore livello di uso in tutte le regioni. Le aziende di tutte le regioni percepiscono i wiki e i blog come importanti, e l'uso di questi strumenti è aumentato nel corso dell'ultimo anno



Le aziende incontrano il Web 2.0

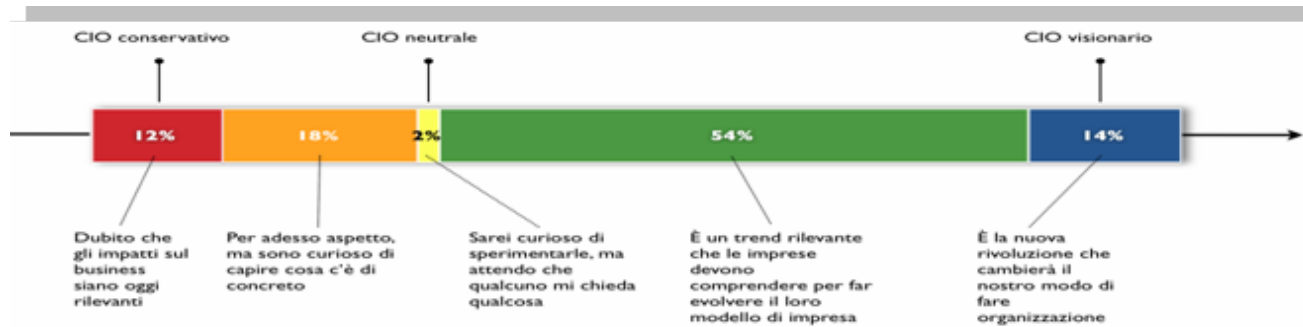
Gli effetti percepiti nell'Enterprise

Tra gli utenti soddisfatti, solo l'8% afferma che queste tecnologie non hanno cambiato le loro organizzazioni, rispetto al 46% degli utenti non soddisfatti. I soddisfatti dichiarano che i tools 2.0 hanno cambiato le interazioni con i clienti e i fornitori (26%) e che hanno creato nuovi ruoli e funzioni all'interno dell'organizzazione (33%)



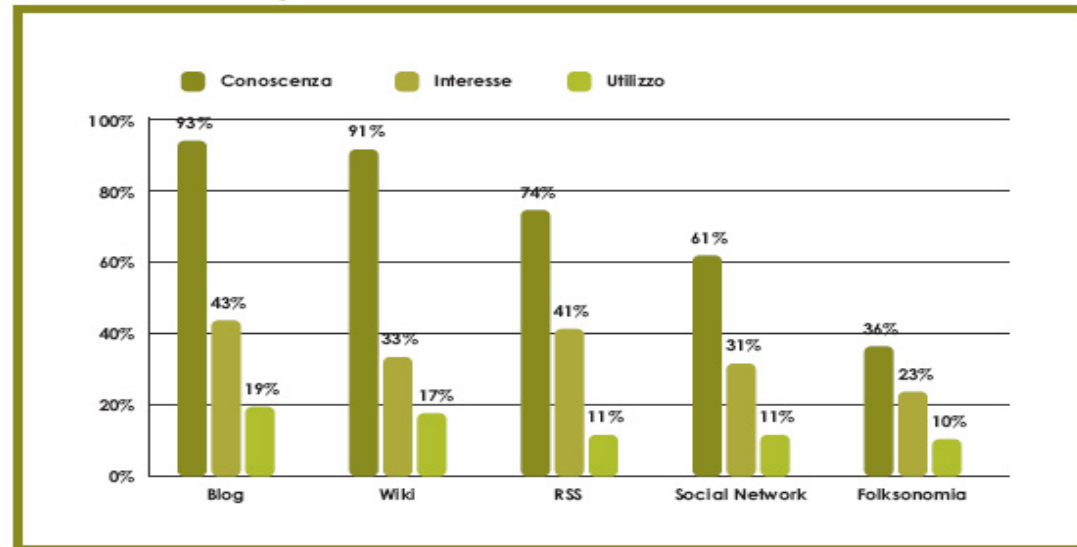
Le aziende incontrano il Web 2.0

Il mercato italiano: la percezione dei CTO



Conoscenza, interesse e utilizzo degli strumenti Enterprise 2.0 in Italia

- ▶ **Rapida crescita dell'Enterprise 2.0 pur rivelando un'immaturità di una visione strategica dell'Ent.2.0**
- ▶ **Corporate Blog, Wiki, Rss, Social Network, non hanno un impiego capillare in azienda ma laddove presenti registrano un livello intenso di utilizzo**



Author: Chris Anderson, Crowdsourcing, Long Tail effect

Fonte: Osservatori Politecnico Milano

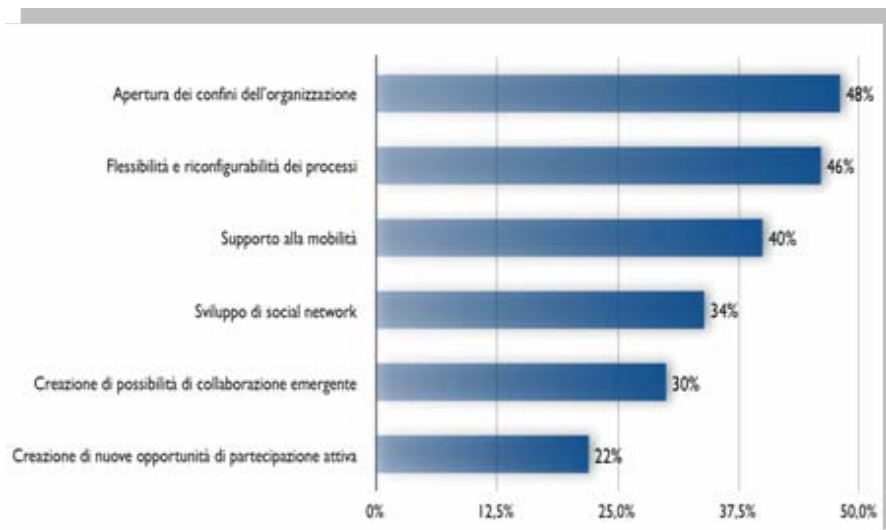
Le aziende incontrano il Web 2.0

Benefici attesi vs. ostacoli

Ent. 2.0 permette di catturare le conoscenze aziendali e in rete rendendole pubbliche e visibili

- ▶ Spinta all'innovazione con approccio bottom up
- ▶ Nuovo ruolo dell'azienda: facilitatore e propositore di customer experience
- ▶ Guadagno di efficienza

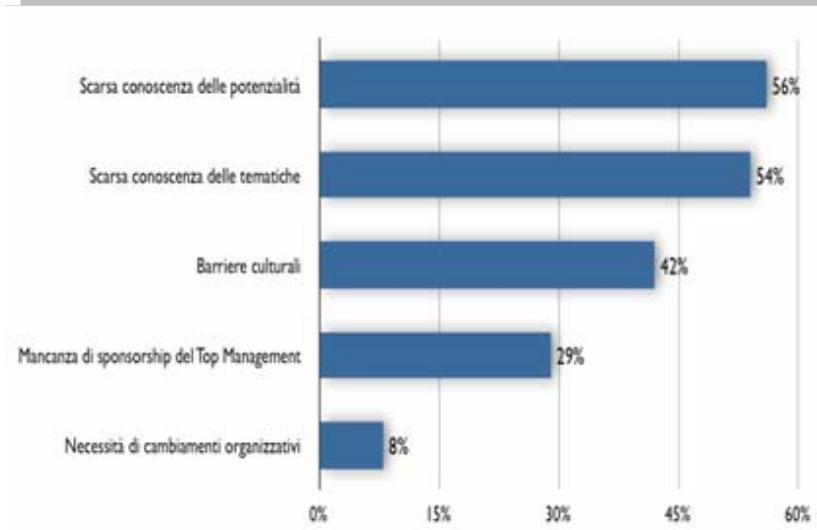
Motivazioni di utilizzo



L'impiego di Ent. 2.0 incontra la resistenza ai cambiamenti organizzativi e culturali :

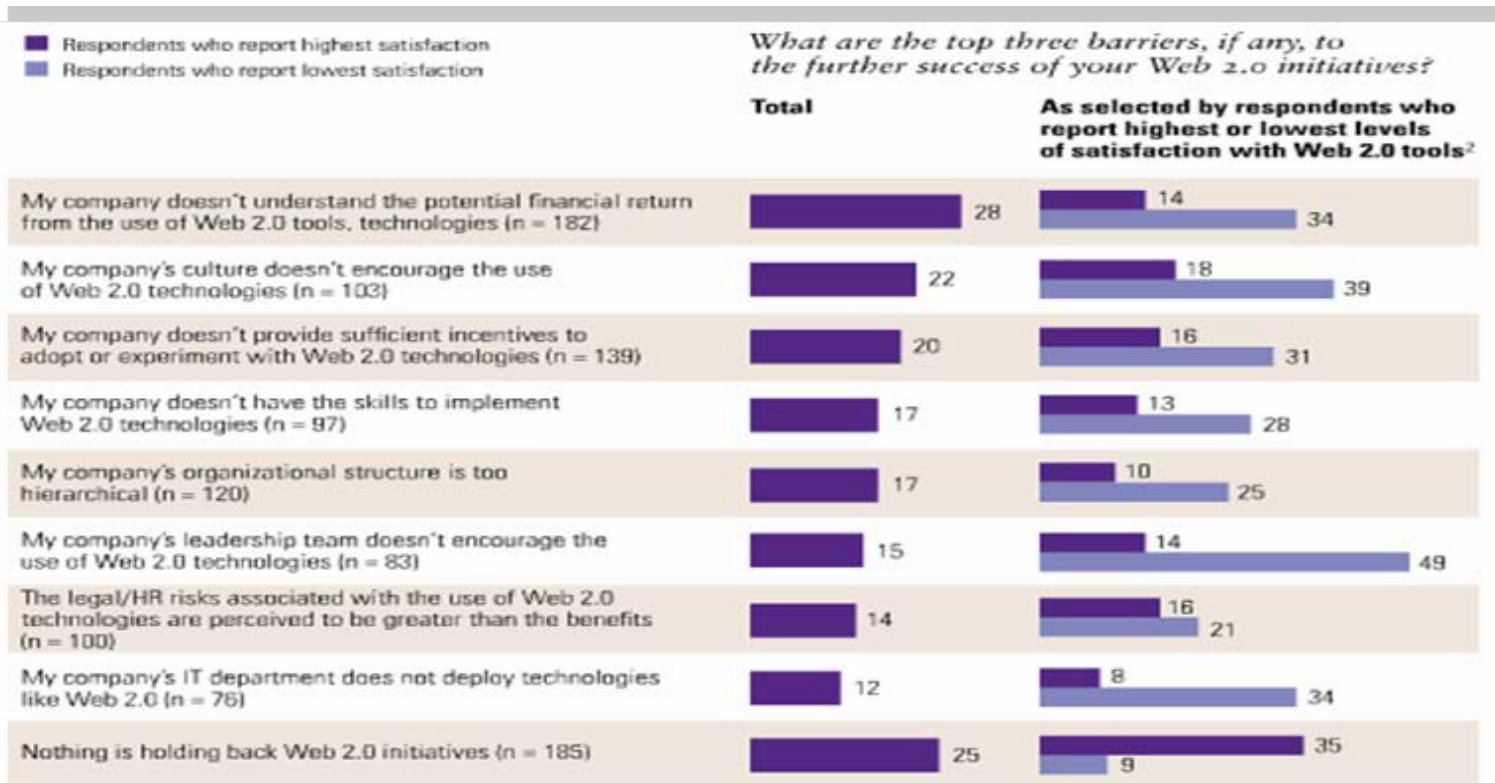
- ▶ Forte committment
- ▶ Sicurezza
- ▶ Reputation

Barriere allo sviluppo



Le aziende incontrano il Web 2.0 Barriere verso l'adozione

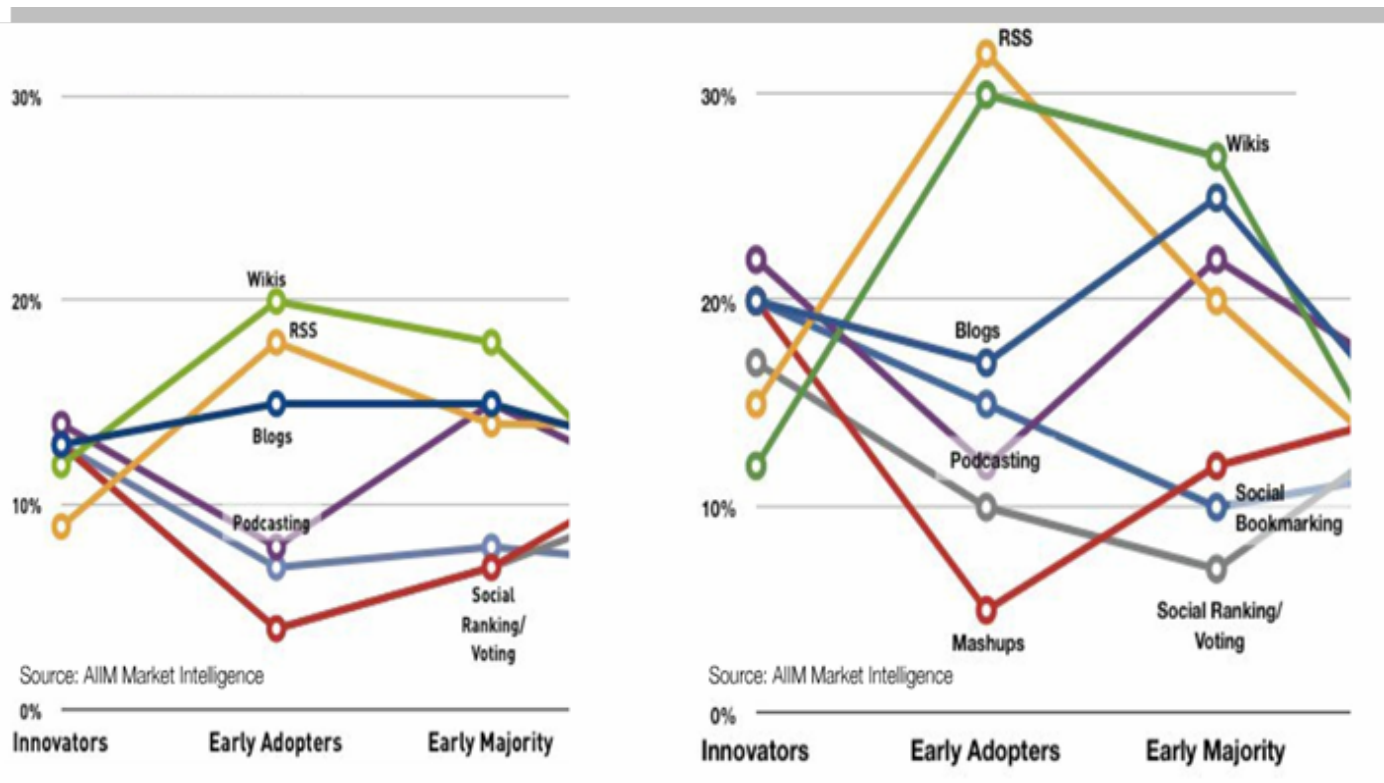
Solo **1** impiegato su **4** utilizza gli strumenti web 2.0, eccetto per i web services. Gli intervistati che riportano bassi livelli di soddisfazione citano la **mancanza di incentivi** come barriera all'adozione. Altre barriere includono la **mancata percezione del ROI**, **mancanza di entusiasmo dei leader**, e **mancanza di un'adeguata cultura organizzativa di supporto**



Le aziende incontrano il Web 2.0

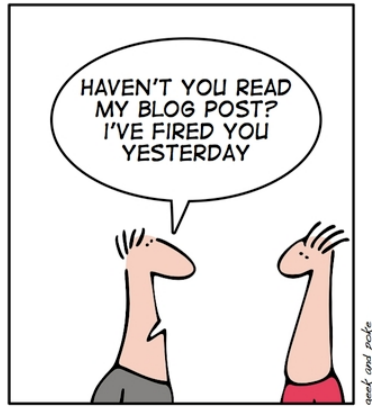
Il ruolo della cultura nell'adozione dell'ENT2.0

La comprensione e l'adozione dei vari strumenti enterprise 2.0 è maggiore nelle organizzazioni orientate al KM (a destra nel grafico)



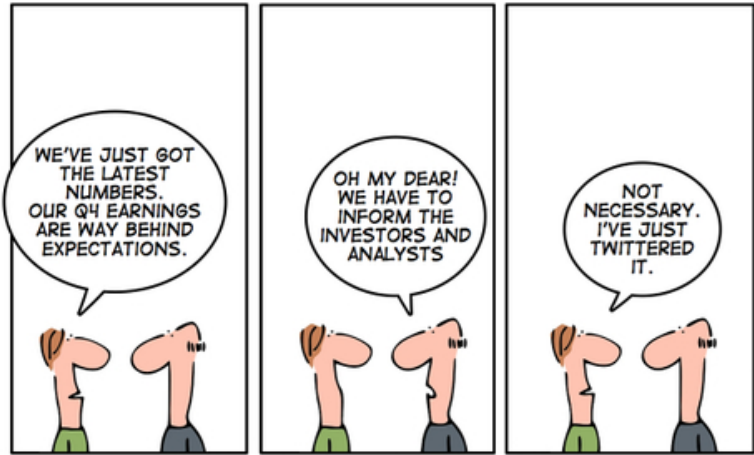
Le aziende incontrano il Web 2.0

HOW TO USE WEB 2.0 IN THE ENTERPRISE

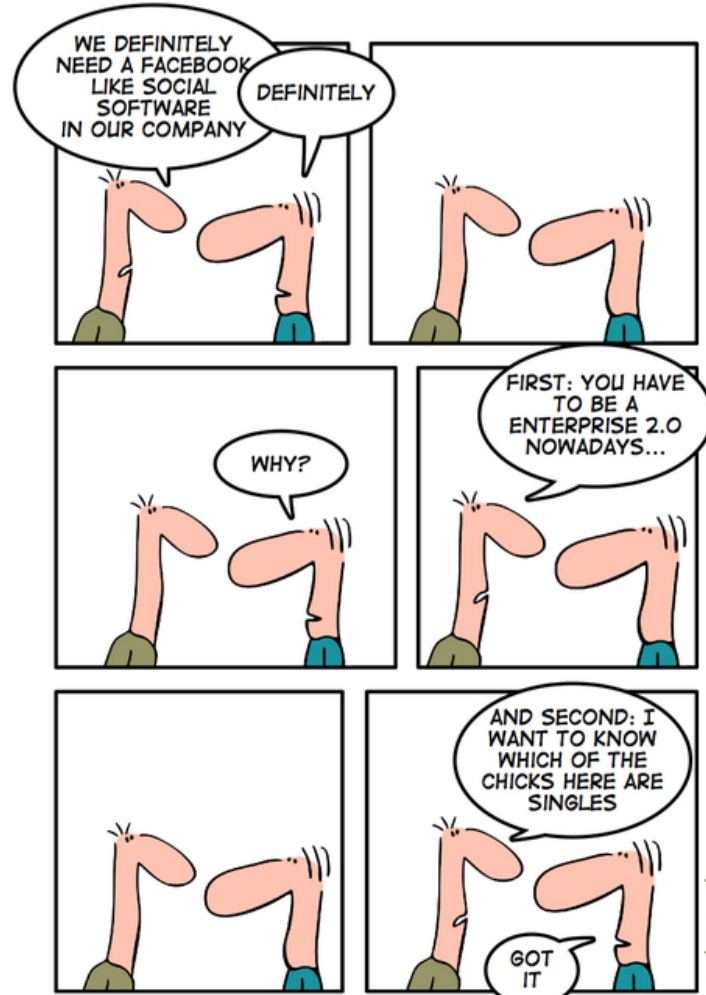


PART 1:
COMMUNICATE WITH YOUR EMPLOYEES

HOW TO USE WEB 2.0 IN THE ENTERPRISE



PART 2: COMMUNICATE WITH YOUR INVESTORS



THERE ARE 1000 GOOD REASONS FOR ENTERPRISE 2.0

Le aziende incontrano il Web 2.0

Best practices 1/3: CISCO systems



▶ Strumenti

CiscoPedia wiki

Text & videoblog

I-Zone: una wiki per coltivare le idee

Profili dei dipendenti (la versione interna di MySpace)

Social bookmarking

▶ Vantaggi

Integrazione più veloce di nuove aziende acquisite (ad es. chiusura dell'acquisizione di WebEx in 8 giorni) – Cisco ha acquistato in media una azienda ogni 3 settimane nel 2008

I-Zone ha generato oltre **400 idee** con oltre **10.000 dipendenti** attivi, che hanno creato nuovi servizi e business unit

Più veloce creazione delle business unit (Cisco lancia una nuova BI ogni 3 mesi in media)

John Chambers (CEO) è confidente di poter aumentare la **produttività del 10%** ogni anno grazie ai social media

Le aziende incontrano il Web 2.0

Best practices 2/3: General Motors



▶ Strumenti

Wiki

Blogs

Mashups

Tagging/Folksonomies

▶ Vantaggi

Collaborazione internazionale in tempo reale

Sviluppo di una terminologia e linguaggio comuni all'interno dell'azienda

Fred Killeen – (CTO) afferma che i dipendenti non hanno bisogno di inviare presentazioni o documenti via email per condividere le idee: possono farlo più semplicemente sviluppando una wiki

Le aziende incontrano il Web 2.0

Best practices 3/3: IBM



▶ Strumenti

IBM Lotus Connections (blog, communities, profili, social bookmarking)

Mashup

IBM Lotus Quickr (team collaboration)

▶ Vantaggi

IBM internal blue pages: **475.000** profili creati e **6 milioni** di ricerche al giorno

IBM community map: oltre **700 communities** interne

IBM blogcentral: oltre **27.000** weblog creati

Le aziende incontrano il Web 2.0

Conclusioni: Enterprise 2.0 governance framework

Valore

- Aumento dell'efficienza e risparmio dei costi
- Maggiore collaborazione
- Maggiore reattività
- Faster go to market
- Attrazione dei talenti
- Riduzione dei costi IT

Rischio

- Produttività
- Perdita di informazione
- Reputazione
- Penetrazione della rete
- Culture e pratiche

Azione

- Abilitare gli utenti finali
- Ridefinire le HR policies
- Fornire piattaforme robuste
- Evolvere architetture di sistema
- Assicurare solide politiche di sicurezza

Le aziende incontrano il Web 2.0

Ruolo di Telecom Italia: Net Computing Way

Acquisire la leadership dei futuri Servizi convergenti ICT&Telco mediante lo sviluppo e la proposizione al mercato Enterprise di servizi infrastrutturali basati sugli strumenti web 2.0 per abilitare e amplificare l'Intelligenza IT in rete

Interoperabilità

**Integrazione e riuso dei moduli
e delle piattaforme abilitata
dall'architettura SOA**



Pay per use

**Modelli di business e di
pricing innovativi (Pure
Utility e On demand)**

Riduzione TCO

**Risorse infrastrutturali e applicative
virtualizzate secondo logiche SaaS e
disponibili on demand che
producono efficienze e saving**

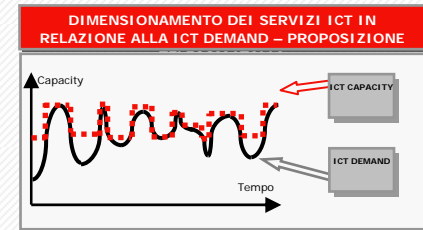
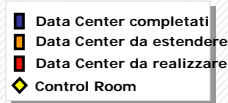
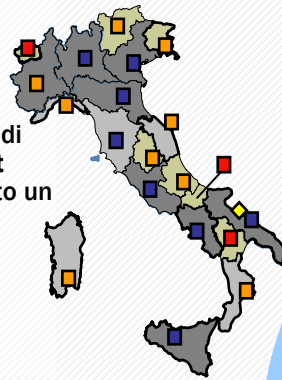
Le aziende incontrano il Web 2.0

Ruolo e capabilities di Telecom Italia

Telecom Italia può cogliere esperienze di successo nella proposizione al mercato di **servizi applicativi ICT innovativi** facendo leva sui seguenti elementi competitivi distintivi

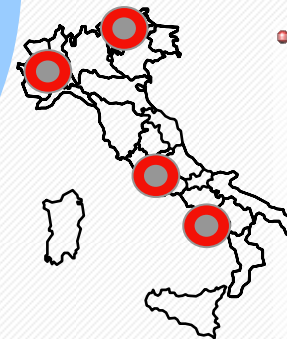
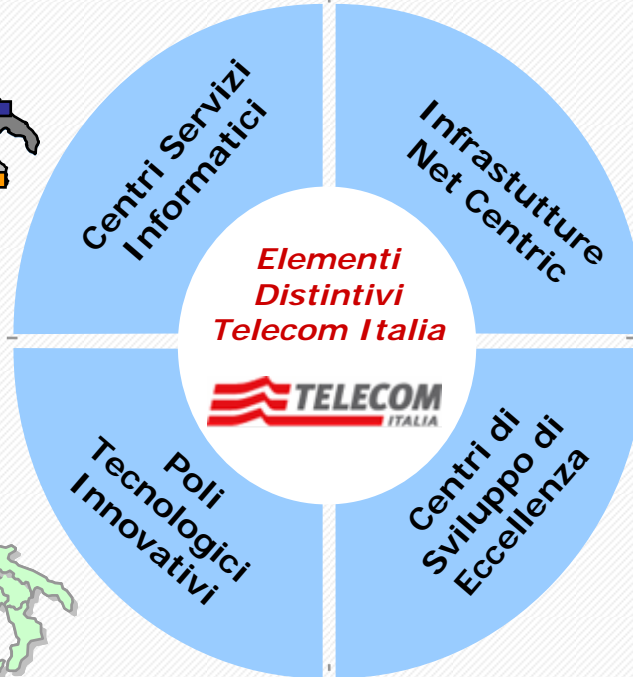
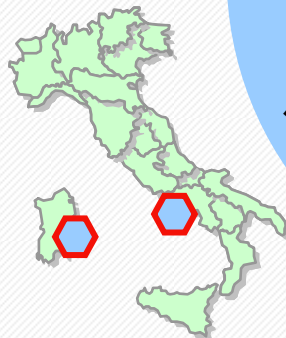
- Telecom Italia dispone della più vasta rete territoriale di **Data Center Italiana** (8 siti) allocabili ai servizi ICT

- Al fine di rispondere al meglio all'introduzione di **soluzioni innovative Net Computing TI** ha previsto un programma di ulteriore sviluppo in termini di completamento geografico (20 siti) e funzionale



- Telecom Italia ha avviato lo sviluppo di proposizioni ICT basate su un modello "Utility Like" rendendo possibile l'ottimizzazione del dimensionamento delle infrastrutture IT gestendo i picchi di ICT demand in modo flessibile

- Telecom Italia sta inoltre avviando tavoli di collaborazione con le diverse istituzioni regionali per sviluppare **Poli Tecnologici innovativi** che permettano di creare Community ICT Net Centric



- Telecom Italia dispone di **tre poli di sviluppo SW** a Trento, Napoli e Roma ed un **polo di Ricerca e Sviluppo** a Torino che supportano le soluzioni ICT per il mercato, che possiedono le capabilities per favorire lo sviluppo di una proposizione di offerte applicative