

Speciale DIGITAL TRANSFORMATION - Realtà Eccellenti

Cybersecurity e fattore umano

L'aumento degli attacchi cyber a organizzazioni pubbliche e private, causati da un inconsapevole errore umano, ha evidenziato quanto sia importante intervenire sul *Fattore Umano* e su un'efficace formazione in Cyber Security Awareness. Per di-

fendersi dagli attacchi sempre più sofisticati di un cyber crime che fa leva sui comportamenti degli utenti per aprirsi una breccia nei sistemi difensivi delle organizzazioni, è necessario trasformare dipendenti e collaboratori nella prima linea di difesa dell'or-

ganizzazione. *Cyber Guru* è la piattaforma italiana di elearning che agendo sul fattore umano, contribuisce a proteggere individui e organizzazioni dal rischio Cyber. *Cyber Guru*, con un programma formativo efficace e coinvolgente, genera negli utenti un level-

lo ottimale di consapevolezza rispetto alle minacce Cyber. Per valutare la soluzione che ha contribuito a migliorare il livello di *Cybersecurity* delle più importanti organizzazioni italiane del settore pubblico e privato: www.cyberguru.it



Maticmind cresce e investe sul digitale

Un campione nazionale dell'ICT a supporto della digitalizzazione del Paese

Gli ultimi 20 anni hanno visto emergere Maticmind come società leader in Italia nel settore della System Integration ICT. La crescita è stata impetuosa ed ha gettato le basi per un progetto ancora più ambizioso di consolidamento di settore, portato avanti con determinazione dalla proprietà e dal management aziendale. Ora Maticmind si pone come un interlocutore d'eccellenza per interpretare le linee strategiche della Trasformazione Digitale del Paese descritte all'interno del PNRR.

Maticmind progetta, integra e gestisce soluzioni tecnologiche innovative in ambito digitale, lavorando con più di 1.000 clienti dei settori pubblico e privato. Negli ultimi 6 anni Maticmind ha concluso alcune acquisizioni strategiche nella duplice ottica di ampliare la propria market share e innovare il proprio portafoglio di offerta: dalle applicazioni aziendali, ai servizi di



Carmine Saladino - Presidente di Maticmind

Network Operating Center, dalla cybersecurity, al settore della progettazione di infrastrutture in fibra ottica e 5G. Con le ultime acquisizioni il gruppo supera i 300 milioni di ricavi annui e i 1.000 dipendenti, con 11 sedi distribuite su tutto il territorio nazionale. Il percorso di espansione ha ricevuto un ulteriore impulso dall'ingresso nell'azionariato del Fondo Italiano Consolidamento e Crescita, che decide nell'ottobre 2020 di investire in Maticmind. L'azienda ha uno sfidante Piano Industria-

le in cui prevede una crescita rilevante del proprio volume d'affari nei prossimi 5 anni, per linee sia interne sia esterne, con una serie di acquisizioni d'eccellenza mirate a costruire un polo di aggregazione per il settore dell'ICT italiano.

Il progetto si armonizza alla perfezione con le strategie e i piani di digitalizzazione voluti dal Governo in sede di PNRR. La Trasformazione Digitale è infatti l'unica possibile risposta alla crisi di produttività che attanaglia l'Italia ormai da 30 anni. Maticmind ritiene di poter fornire un importante contributo in diversi ambiti descritti nel PNRR. Innanzitutto Maticmind, attraverso la sua controllata Fiber-

mind, progetta infrastrutture per le Reti ultraveloci (banda ultra-larga e 5G), precondizione necessaria ad ogni capillare processo di digitalizzazione del Paese.

Per quanto concerne la diffusione delle prassi Cloud,

Maticmind, con le proprie competenze nella realizzazione di Data Center, intende contribuire alla realizzazione del cosiddetto Polo Strategico Nazionale per la PA. Maticmind fornisce inoltre soluzioni tecnologiche per la digitalizzazione dei processi, l'ammodernamento degli spazi di lavoro, l'abilitazione dello Smart Working, la reingegnerizzazione e modernizzazione di applicativi in logica Cloud.

Nell'alveo della Trasformazione 4.0, Maticmind può offrire un importante supporto alla modernizzazione del sistema energetico nazionale, con soluzioni per il miglioramento del livello di safety dei lavoratori e sicurezza anche a livello industriale.

Proprio la Cybersecurity, anche nella declinazione del Perimetro di Sicurezza Nazionale Cibernetica, è un ambito in cui Maticmind, coniugando aspetti normativi ed organizzativi, è in grado di offrire soluzioni e servizi a valore aggiunto che permettono di contenere il sempre crescente numero di cyberattacchi e mitigarne l'effetto. Infine, ragioni di economicità e praticità suggeriscono sempre più alle imprese di affidare all'esterno la gestione delle infrastrutture ICT: Maticmind offre una suite completa di servizi gestiti.



Il Security Operating Center di Maticmind

FasThink, Visionary Thinkers lead innovation

L'integrazione di componenti e tecnologie IoT e Auto ID più semplice che mai

FasThink progetta, realizza e commercializza componenti e sistemi dedicati all'identificazione automatica, alla tracciabilità e all'automazione aziendale. Il team FasThink affianca le aziende con servizi di analisi, consulenza progettuale e integrazione utilizzando tecnologie e sistemi RFID, Pick To Light, Realtà aumentata, Wireless networking, Mobile e Collaborative Robot, Voice picking e Localizzazione.

Il pacchetto dell'offerta FasThink si compone di solu-



Marco Marella
General Manager FasThink

zioni in grado di migliorare la produttività, l'organizzazione e la razionalizzazio-

ne dei processi attraverso l'integrazione dei sistemi informatici in uso.

Aiutiamo le aziende nella trasformazione digitale dei processi, operiamo nei mercati dell'industria manifatturiera, automotive, automazione, alimentare e farmaceutica, nei settori della produzione, della logistica e dei servizi.

Offriamo soluzioni di integrazione in grado di soddisfare i requisiti di industria 4.0 e Smart Factory, grazie alle competenze tecnologiche acquisite con installazioni di sistemi presso

aziende di primaria importanza in Italia e all'estero.

Ci sentiamo slegati rispetto al tradizionale percepito dell'IT, inteso come processo complesso attraverso soluzioni complesse. Al contrario, "orchestriamo" le risorse esistenti e i sistemi informatici in uso per indirizzarli verso un percorso di trasformazione digitale Industria 4.0 "virtuoso", frutto di una vision innovativa di lungo periodo, delle migliori soluzioni tecnologiche e delle più qualificate expertise internazionali.

Blockchain: assicurazioni verso il digitale

Tutti i vantaggi della tecnologia che sta rivoluzionando i modelli assicurativi

La blockchain è ritenuta a pieno titolo la tecnologia abilitante la digitalizzazione in atto in settori eterogenei della finanza, dell'industria e dei servizi. Un registro sicuro e trasparente, distribuito tra gli utenti costituisce un modello dirompente per qualsiasi ecosistema informativo. Processi altamente complessi e regolamentati rendono quello assicurativo uno degli ambiti applicativi che possono beneficiare maggiormente di questa tecnologia.

Il settore assicurativo è soggetto a inefficienze che vanno dalla complicata gestione di sinistri e indennizzi, ai macchinosi processi di compliance, fino all'utilizzo ancora estremamente diffuso dei supporti cartacei. Tutto ciò



gestione dei flussi di documenti e dati aziendali.

Papeers propone uno strumento con molteplici vantaggi, tra cui: KYC più affidabile e conforme al GDPR; gestione efficace dei processi di compliance e audit; contenimento delle frodi; integrazione tra sistemi informativi cartacei, digitali e IoT; sviluppo di polizze parametriche; assistenza post-sinistro e gestione di indennizzi e reclami. Qualunque sia la strada che un assicuratore decide di intraprendere, ora è il momento di agire. Come per il World Wide Web e il cloud computing, la blockchain promette di apportare un cambiamento radicale all'intero settore.

può determinare insoddisfazione dei clienti, errori nei processi, oltre a lasciare spazio alle frodi, incidendo talvolta pesantemente sulla redditività della compagnia.

In tale contesto Mangrovia Blockchain Solutions, innovativa software house milanese, ha sviluppato Papeers, data-hub di servizi integrati con cui abilitare i vantaggi della blockchain nella

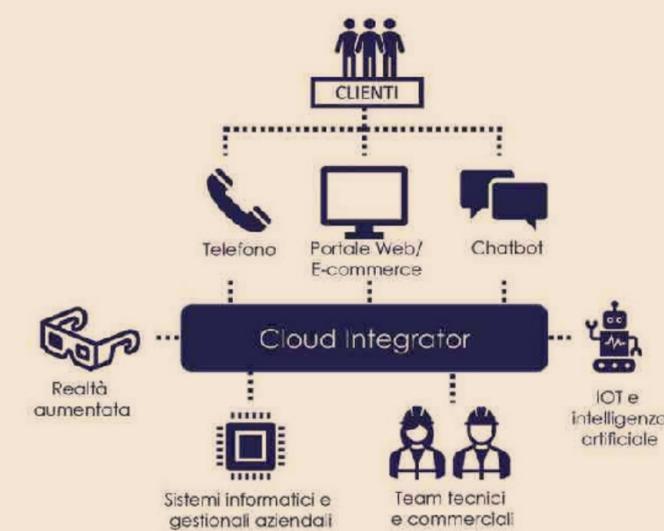
E-commerce e CRM: la strategia per le imprese proposta da Mind The Value

La tecnologia al servizio delle imprese per rispondere alle nuove sfide di business. Creare valore attraverso la trasformazione digitale dei processi

I cambiamenti delle abitudini dei consumatori, la concorrenza e le nuove tecnologie stanno spingendo le aziende B2B a ripensare radicalmente le loro strategie digitali e di coinvolgimento dei clienti. Ora più che mai, le piattaforme tecnologiche rappresentano un fattore determinante per produttori, grossisti e distributori per interagire con i loro clienti e offrire servizi sempre più innovativi. In particolare, le soluzioni offerte dai principali player nel mercato digitale delineano una tendenza ad accompagnare i clienti lungo tutto il customer journey, offrendo servizi che non si limitano solo alla vendita del prodotto, ma che supportano i consumatori anche nelle fasi precedenti e successive all'acquisto.

È in questo contesto che si inserisce la strategia digitale promossa da Mind The Value, azienda milanese nata nel 2011 come progetto imprenditoriale di un gruppo di professionisti con esperienza di consulenza di business. Dotata di una forte impronta internazionale, l'azienda acquista negli anni una presenza globale aprendo sedi a Milano, Sydney, Atlanta, Chisinau e Croazia, affermando un'esperienza pluriennale in progetti di trasformazione digitale e diventando Partner certificato di alcuni dei principali technology provider nel mercato. I servizi di consulenza offerti da Mind The Value mirano principalmente a massimizzare l'efficienza e l'efficacia dei processi di business dei propri clienti, sia attraverso una revisione e integrazione degli stessi, sia grazie all'implementazione delle tecnologie digitali più adatte alle esigenze dell'azienda.

Fra i temi di cui Mind The Value si occupa vi sono anche l'E-commerce e le nuove strategie di Digital Marketing, per i quali l'azienda ha dedicato un team specializzato. "L'obiettivo della nostra Business Unit è quello di revisionare e ottimizzare l'intero processo di User Experience, identificando tutti i touch point all'interno di una strategia omnichannel ed integrando aspetti di branding, design, usabilità e funzionalità" afferma Angelo Catalano, Sales & Marketing area lead dell'azien-



da. "Il nostro approccio - continua - partendo dalle sfide aziendali, sfrutta l'innovazione come vantaggio competitivo per raggiungere i risultati, tramite l'identificazione dei processi e delle tecnologie più adatte, e con la giusta strategia a supporto. La metodologia di Mind The Value nella riprogettazione della strategia digitale, integra processi di marketing, vendite e servizio clienti sfruttando tecnologie e tecniche di marketing avanzato nelle varie fasi del percorso d'acquisto al fine di costruire una esperienza unificata". Mind The Value ha maturato negli anni un'esperienza consolidata nell'analisi, disegno ed implementazione di nuove soluzioni digitali, unita a solide competenze di Project e Change Management. Questi fattori le hanno permesso di accompagnare le aziende clienti a diventare leader nell'esperienza digitale, attraverso il disegno di soluzioni customer-centric. "Recentemente siamo stati coinvolti nell'a-

nalisi dei processi di un'importante impresa manifatturiera italiana - racconta Alfredo Guerra, consulente del Team Sales and Marketing di Mind The Value - al fine di supportarli nella definizione degli obiettivi della loro nuova strategia digitale". L'assessment iniziale è infatti il primo passo dell'approccio Mind The Value verso l'ottimizzazione dei processi dei propri clienti, in cui le tecnologie digitali sono al servizio del business e hanno la funzione principale di aiutare le aziende a raggiungere i propri obiettivi strategici. "L'obiettivo principale del cliente in questo caso consisteva in un'ottimizzazione della customer experience - aggiunge Matteo Galbiati, altro membro del team di Sales & Marketing - con la possibilità di seguire al meglio anche tutte le attività precedenti e successive alla vendita. L'analisi svolta ha rivelato come l'azienda al momento sia fortemente product-centric e con uno scenario digitale frammen-

tato, ossia caratterizzata da un'integrazione limitata tra i sistemi informativi presenti nelle diverse aree aziendali. La prospettiva futura a cui l'azienda tende vede invece una forte spinta ad aumentare i ricavi derivanti dai servizi complementari, offrendo ai propri clienti una vera e propria esperienza omnichannel". Appare chiaro però come alla base di questa trasformazione digitale risieda il buon funzionamento di tutti i processi aziendali sottostanti: il prerequisito perché l'integrazione fra i sistemi funzioni e porti ad un'ottimizzazione dell'esperienza di acquisto è proprio che i processi di business siano integrati fra loro. "In questo caso le aree di ottimizzazione dei processi principalmente impattate sono la parte del ciclo di vendita e le attività riferite ai servizi post-vendita, come le richieste di assistenza e il monitoraggio e la manutenzione del prodotto" spiega Guerra. "Lavorando su queste aree, siamo in grado di ottimizzare sia la Customer Experience dei clienti sia la Company Experience stessa. Nel primo caso l'obiettivo è raggiunto grazie ad una vera e propria esperienza omnichannel offerta ai clienti, unita ad un aumento della trasparenza, mentre nel secondo caso l'efficiamento dei processi di business interni è raggiunto grazie ad un unico punto di accesso a tutte le informazioni relative al cliente, che consente di averne una visio-

ne integrata". È proprio in questo scenario che il ruolo delle tecnologie digitali diventa fondamentale: la proposta di Mind The Value è quella di implementare una Dashboard integrata in grado di supportare sia l'acquisto dei prodotti offerti dall'azienda sia tutti i servizi post-vendita, digitalizzando le interazioni con i clienti finali attraverso strumenti di ticketing, chat e chiamate con routing automatizzato. Il tutto accompagnato anche da tecnologie all'avanguardia come la Virtual Reality per fornire assistenza sul campo o l'intelligenza artificiale e le tecnologie IoT per monitorare i macchinari venduti.

L'approccio da seguire appare quindi chiaro: sono gli obiettivi strategici dell'azienda a definire le migliori soluzioni digitali da implementare, non il contrario. Mind The Value concepisce le nuove tecnologie come un'opportunità per aiutare i propri clienti a raggiungere risultati concreti, nel modo più efficiente possibile. Diventa dunque non solo importante, ma assolutamente necessario, reinterpretare i modelli tecnologici in modo che questi possano essere al servizio del modello di business per creare un vero vantaggio competitivo. In questo caso, gli strumenti digitali giocano un ruolo chiave per rispondere alle nuove tendenze del mercato, che impongono una presenza digitale delle aziende sempre più marcata, anche nel mondo B2B.

