

Trasformazione digitale efficace se parte dal cuore dell'azienda

VISIONI Innovazione

Giampaolo Colletti

Col nuovo anno il bruco è diventato una farfalla hi-tech. Una mutazione nient'affatto graduale, segnata dalla scalabilità esponenziale dell'intelligenza artificiale generativa. Per l'Harvard Business Review la prima copertina del 2025 è incentrata sull'evoluzione delle sue prestazioni. La testata americana le ha tratteggiate partendo dal superato scetticismo dei lavoratori e dal ruolo trasformativo per i processi aziendali.

«L'unico vantaggio competitivo di cui oggi un'azienda dispone è quello di ottenere informazioni dai propri dati più velocemente rispetto alla concorrenza. Molte realtà stanno annegando nei dati e non riescono a cogliere quelli necessari per diventare competitive. Ma l'intelligenza artificiale può trasformarsi nel miglior strumento per colmare questo divario», afferma Jay Samit, pioniere della trasformazione digitale e tra i massimi esperti mondiali di innovazione. Già vicepresidente di Deloitte Digital, Samit ha guidato grandi realtà quotate come Emi, Sony e Unilever, rivoluzionando la generazione e distribuzione della componente digitale.

Se in passato ha collaborato con Bill Gates, Steve Jobs e Richard Branson, ancora oggi tra i suoi clienti annovera colossi come Adobe, Amazon, Disney. Tecnologie certamente, ma ciò che conta ruota attorno alle persone e alla loro

capacità di mettersi in ascolto delle opportunità offerte dall'evoluzione digitale. «Nella storia dell'umanità non è mai stato così facile come oggi raggiungere il successo. Siamo tutti a un solo clic di distanza da quasi otto miliardi di potenziali clienti. Il campo di gioco si è livellato e oggi anche la più piccola start up può competere con la più gigantesca multinazionale. Con l'innesto dell'ia una piccola realtà anche di una sola persona può svolgere il lavoro di un'intera squadra. Questa connettività aumenta anche l'accesso al capitale per le start up al di fuori della Silicon Valley. Quindi senza barriere all'ingresso per capitale o mercati, è il momento più propizio per fare impresa», dice Samit.

Ma attenzione. Il discrimine tra successo o fallimento nella trasformazione digitale si riduce a un fattore chiave: l'adesione del top management. «Sono stato chiamato a trasformare alcune delle più grandi aziende al mondo. Quando viene delineato uno scopo chiaro direttamente dal Consiglio di amministrazione, dal Ceo o dai principali stakeholder, quelle trasformazioni hanno successo. Quando invece il digitale viene trattato come entità separata, fallisce», precisa Samit,

autore del best seller tradotto in Italia da Roi Edizioni col titolo "Metti al sicuro il tuo futuro" e ospite all'edizione 2024 del Leadership Forum di Milano.

Però la partita che si svolge su un agone rigorosamente digitale, abbraccerà sempre di più le sfide ambientali e sociali dell'impresa. «L'intelligenza artificiale sta cambiando come viviamo, lavoriamo e ci divertiamo e farà evolvere necessariamente il modo in cui ogni azienda funziona. Con l'ia la sostenibilità non deve significare meno profitto o riduzione della crescita. È esattamente il contrario. Le aziende che abbracciano le sfide della sostenibilità stanno già crescendo più velocemente delle altre e stanno già ottenendo una maggiore redditività. Inoltre le marche associate ai valori della sostenibilità attraggono e trattengono le proprie persone che sono più soddisfatte del loro lavoro».

Ma questa evoluzione trasformativa genera anche rischi. Un facile accesso ai consumatori rappresenta per loro anche un'arma a doppio taglio. Ne è convinto Samit. «Internet ha dimostrato di essere il modo più conveniente per commercializzare e vendere prodotti, ma questa componente pervasiva lo rende a disposizione di criminali di ogni sorta. Miliardi di dollari vengono persi ogni mese a causa di truffatori, hacker e cyber terroristi. La sicurezza dei dati è la sfida più grande che il commercio digitale dovrà affrontare e i problemi aumenteranno esponenzialmente con l'aggiunta di intelligenza artificiale e calcolo quantistico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Jay Samit, che ha guidato imprese come Sony e Unilever, delinea il futuro con l'intelligenza artificiale

