

Il digitale ci trasforma?

GS1 Italy ha misurato gli impatti della trasformazione digitale su processi e competenze nel largo consumo

29 aprile 2021

#GS1Academy



Il digitale ci trasforma?

Francesco Pugliese

presidente, GS1 Italy

Davide Pellegrini

direttore scientifico del Master GS1 Italy
in Retail and Brand Management,
Università di Parma

Alessio Gianni

global digital & content marketing
director, Barilla

Silvia Scalia

ECR and training director, GS1 Italy

Fiorella Crespi

direttrice Osservatorio HR Innovation
Practice, Politecnico di Milano

Daniele Del Gobbo

talent acquisition & employer branding
manager, Esselunga

Ermanno Bertelle

HR and training manager, GS1 Italy

La Digital Transformation nella filiera del largo consumo

Davide Pellegrini – Università degli Studi di Parma

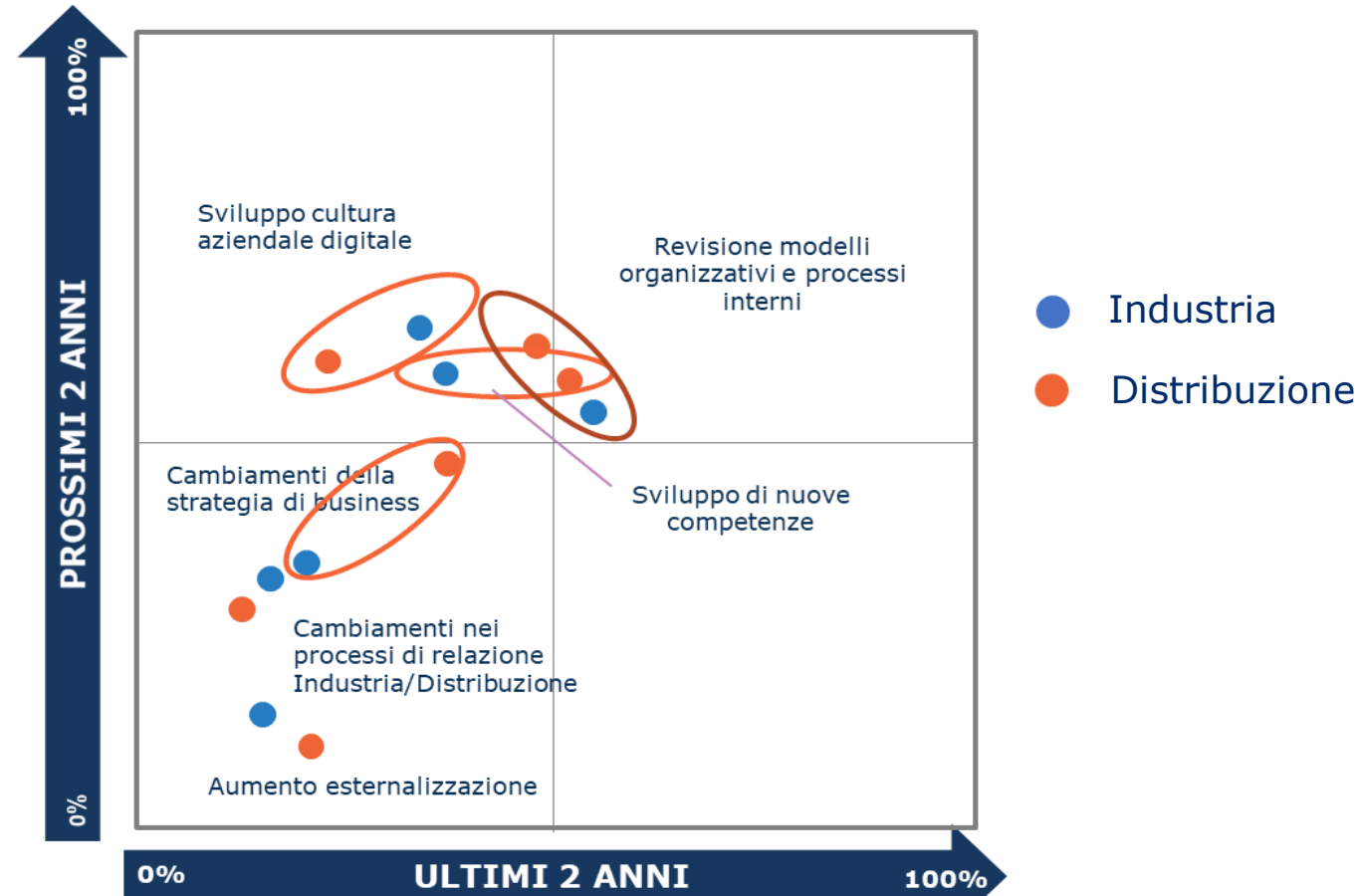
Research question_parte 1

- 1. Come stanno rispondendo le imprese del largo consumo alle sfide imposte dalla trasformazione digitale?**
- 2. Quali sono i processi maggiormente trasformati dalla digitalizzazione?**
- 3. Quali sono le risposte organizzative e come le funzioni aziendali sono chiamate ad affrontare i nuovi processi?**
4. Come si evolvono i profili professionali in termini di competenze digitali e quali sono le nuove professionalità?
5. Come vengono sviluppate le competenze all'interno dell'organizzazione, come vengono integrate o reperite dall'esterno?

La digitalizzazione pervade il largo consumo!

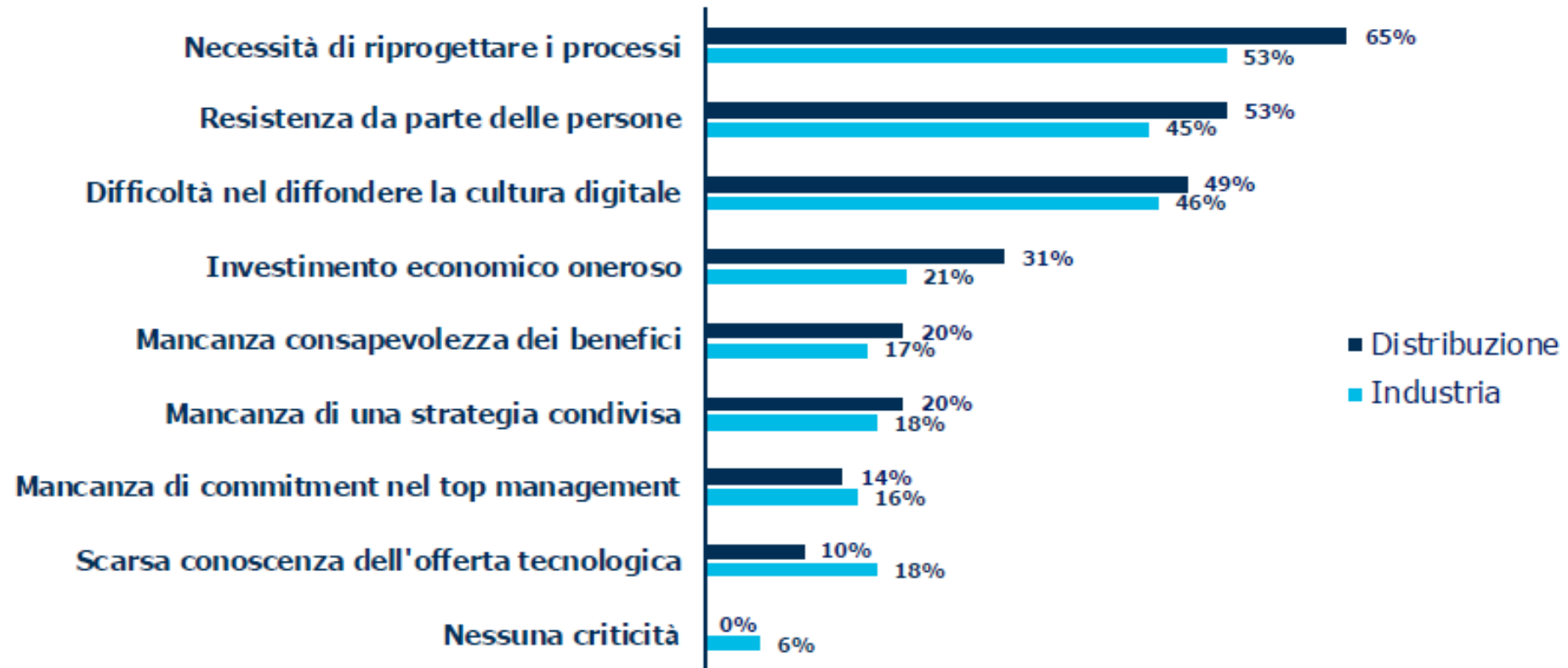


Le aziende si sentono "pronte" per le nuove sfide ?



Fonte: Oss. HR Innovation Practice | Base IND: 100 rispondenti; DIST: 48

Quali sono le principali criticità?

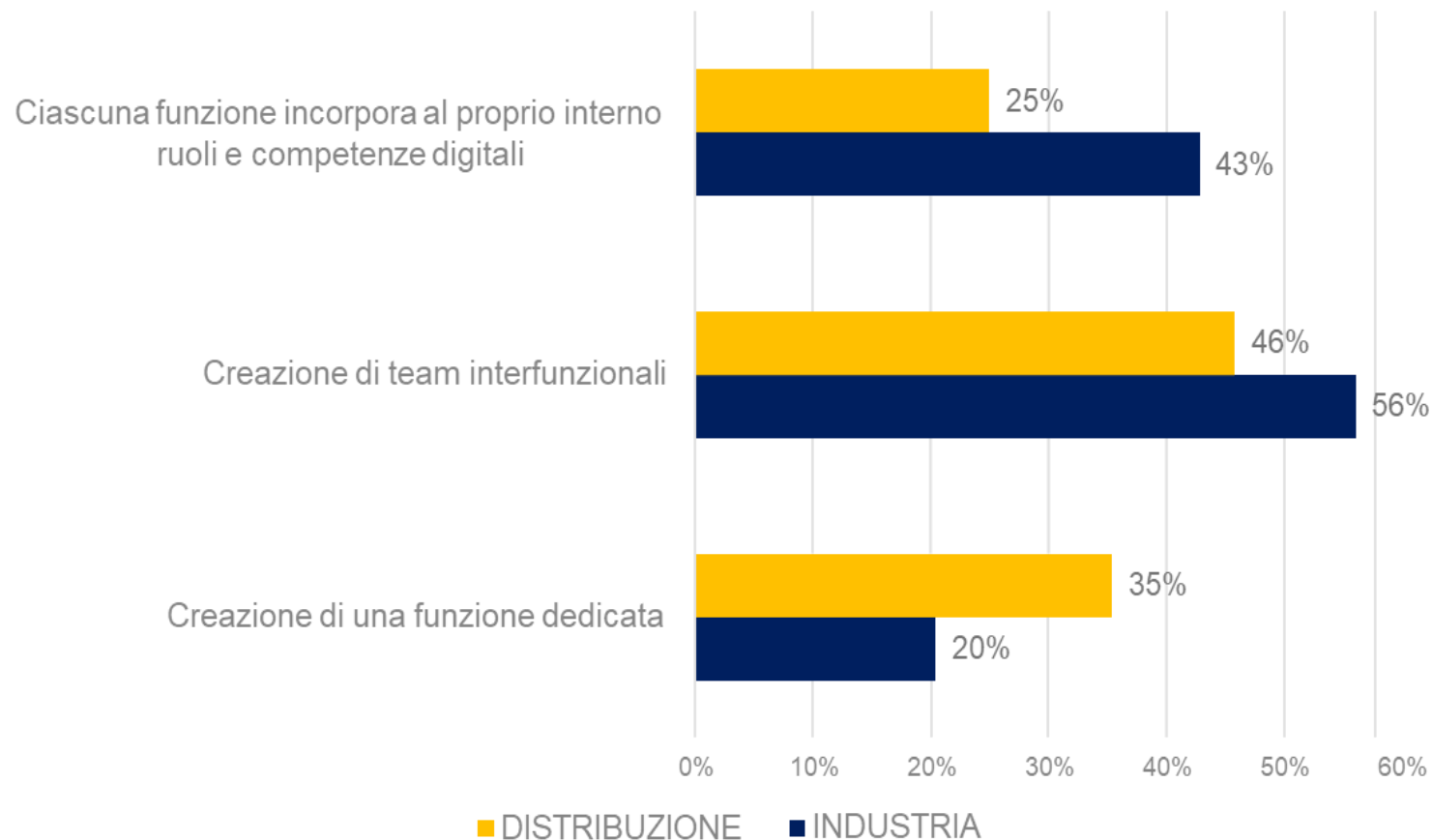


Occorre innanzitutto rivedere i processi interni



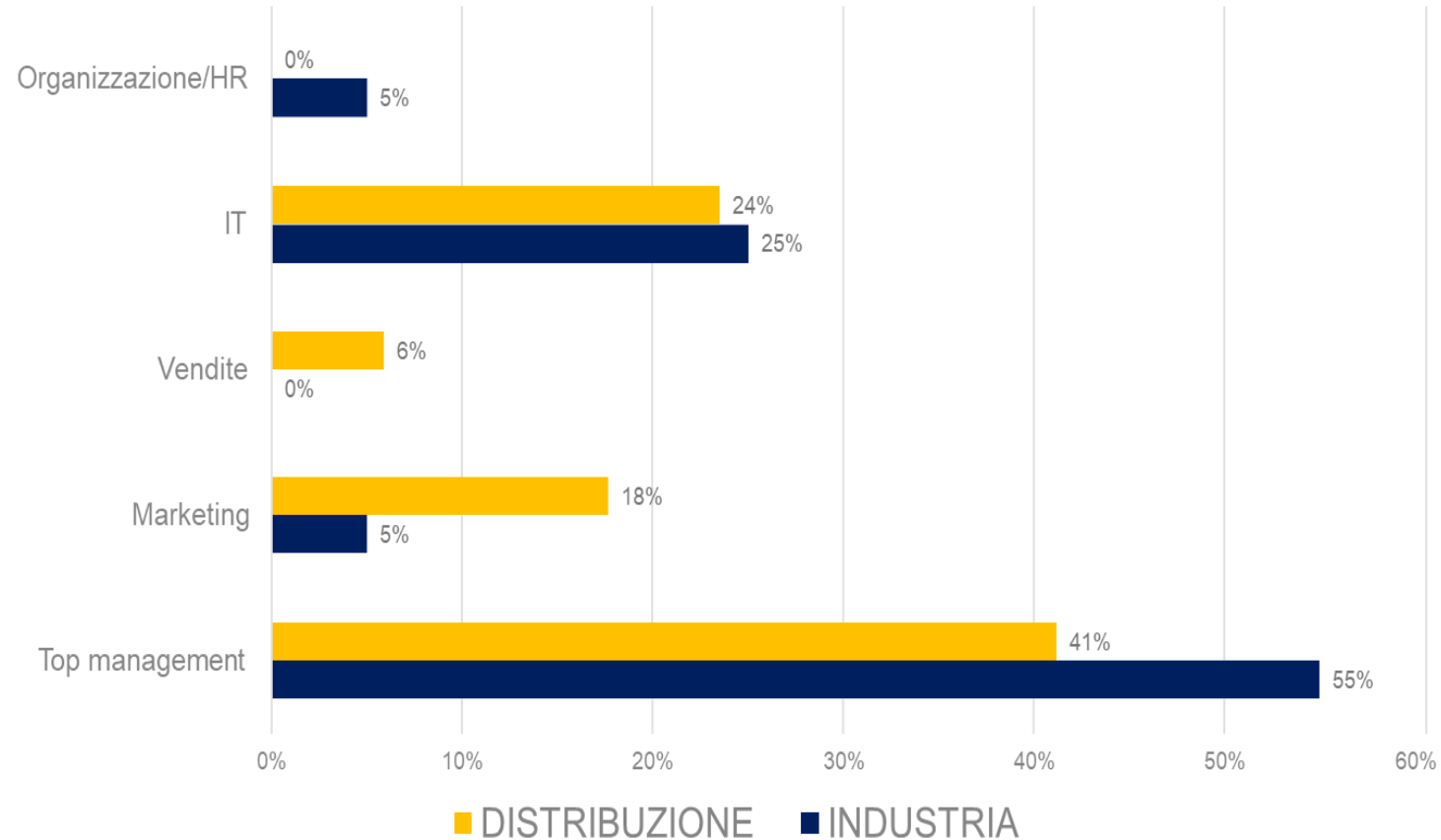
Base: 95 rispondenti.

Cambiano anche i modelli organizzativi



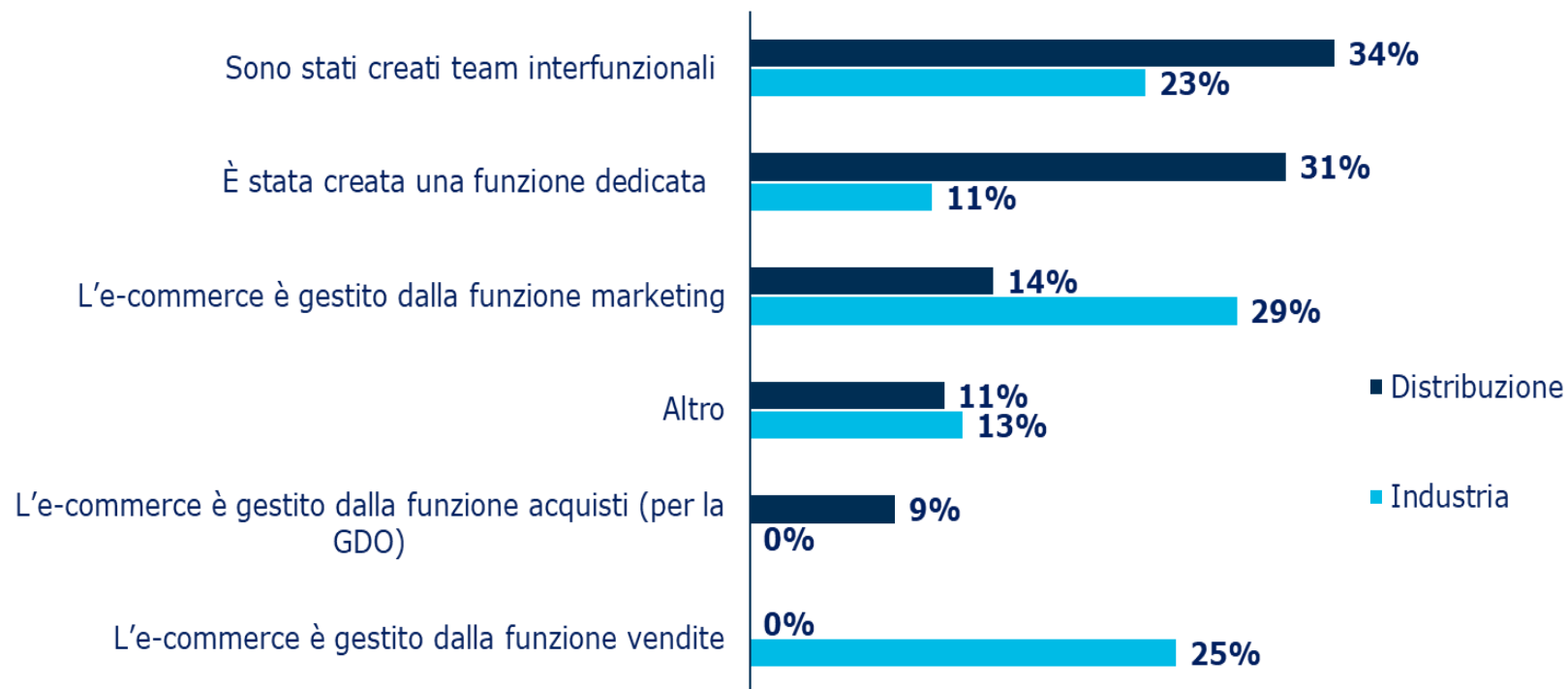
Fonte: Oss. HR Innovation Practice | Base IND: 100 rispondenti; DIST: 48

A chi rispondono le funzioni dedicate?

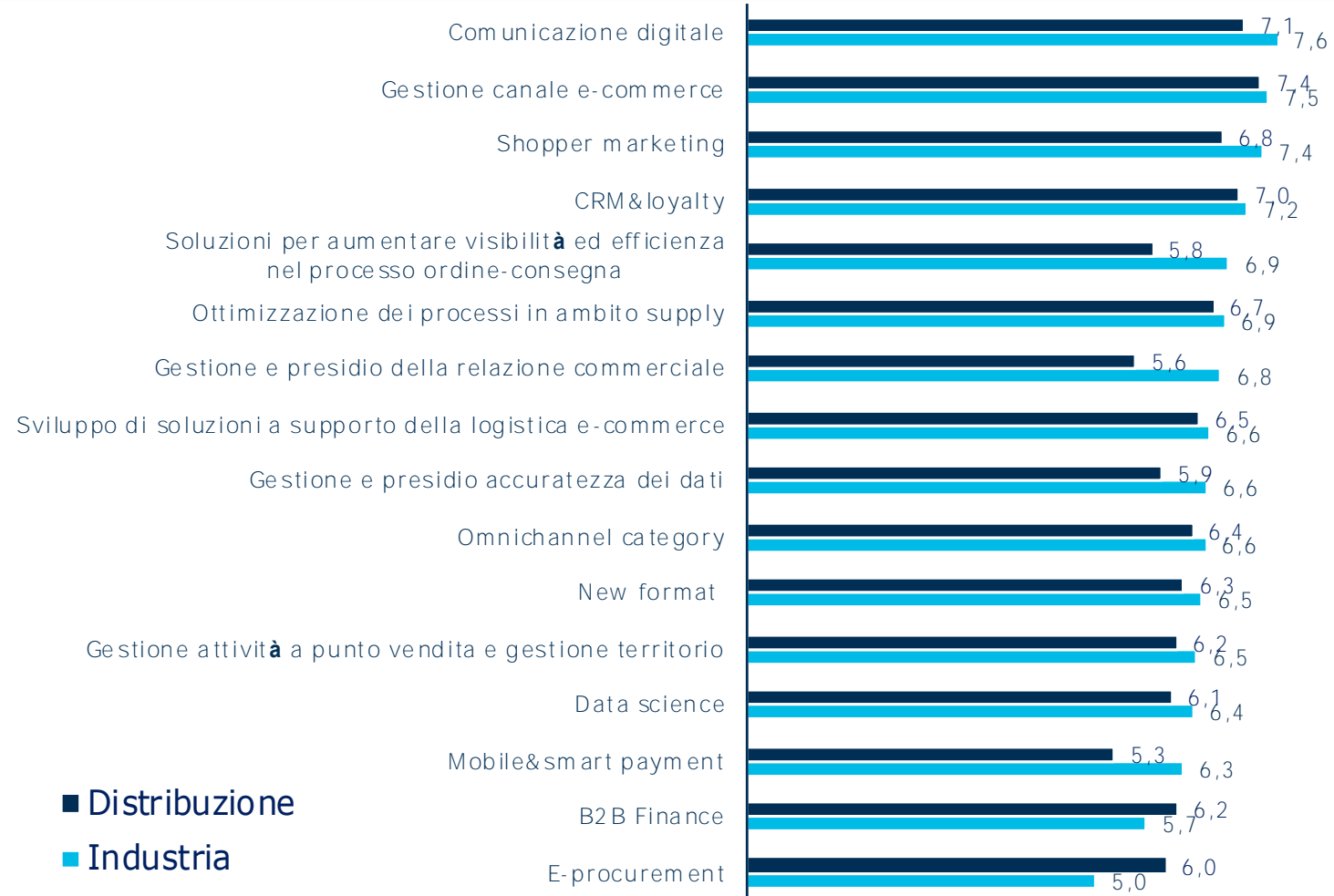


Fonte: Oss. HR Innovation Practice | Base IND: 20 rispondenti; DIST: 17

Le specificità dell'e-commerce



Si aprono nuovi spazi di collaborazione!



Evidenze parte 1

1. Il digitale rimodella le relazioni orizzontali all'interno delle imprese (interfunzionalità e pervasività) a anche le relazioni verticali tra Industria e Distribuzione (nuovi spazi di dialogo).
2. Industria e Distribuzione si aprono al confronto anche su temi che impattano sull'efficacia e non solo sull'efficienza.
3. Le nuove sfide rimandano ai processi ma anche alla dimensione soft dell'organizzazione su cui si concentra la seconda parte della nostra ricerca.

segue

La Digital Transformation nella filiera del largo consumo

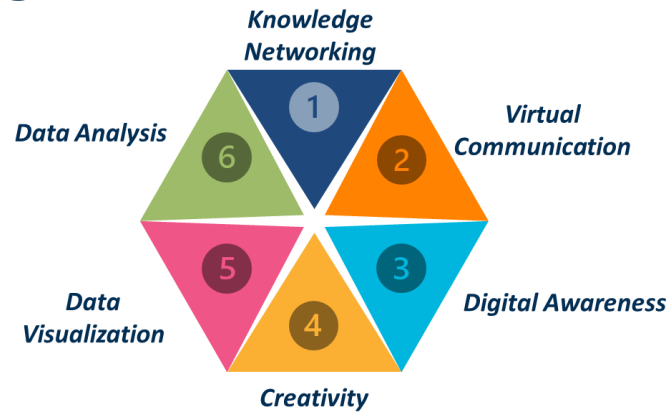
Fiorella Crespi – Politecnico di Milano

Research question_parte 2

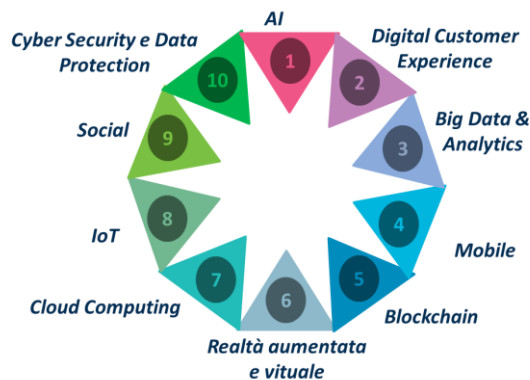
1. Come stanno rispondendo le imprese del largo consumo alle sfide imposte dalla trasformazione digitale?
2. Quali sono i processi maggiormente trasformati dalla digitalizzazione?
3. Quali sono le risposte organizzative e come le funzioni aziendali sono chiamate ad affrontare i nuovi processi?
- 4. Come si evolvono i profili professionali in termini di competenze digitali e quali sono le nuove professionalità?**
5. Come vengono sviluppate le competenze all'interno dell'organizzazione, come vengono integrate o reperite dall'esterno?

Le tipologie di competenze digitali nelle diverse aree aziendali

Digital Soft Skill



Digital Hard Skill



MARKETING

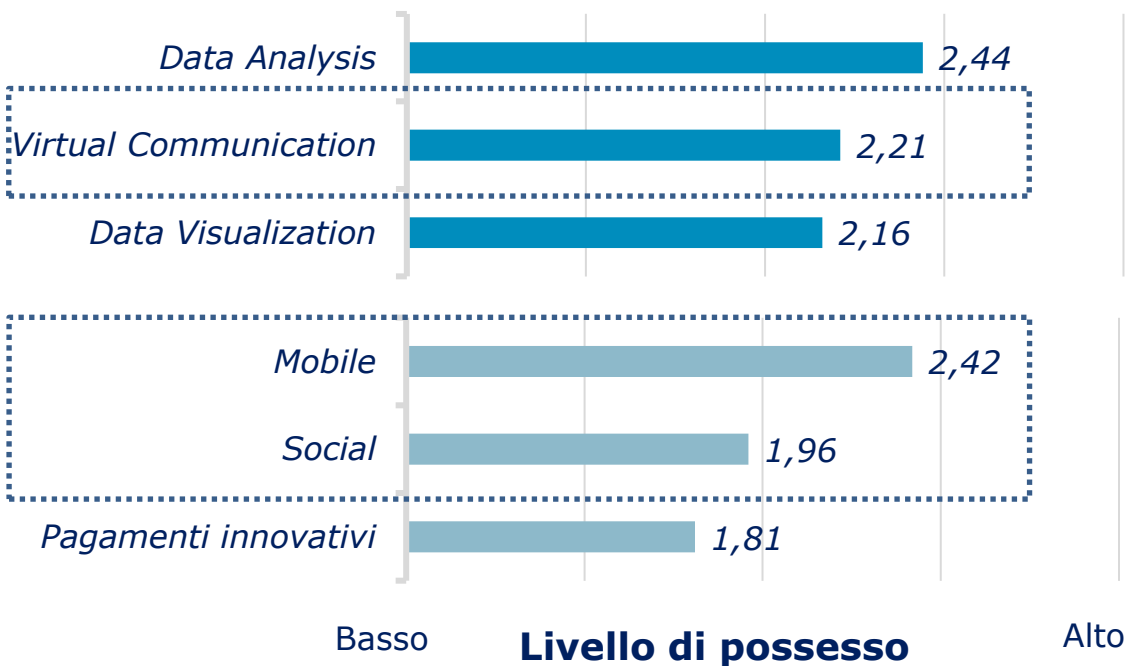
COMMERCIALE

DIGITAL/IT

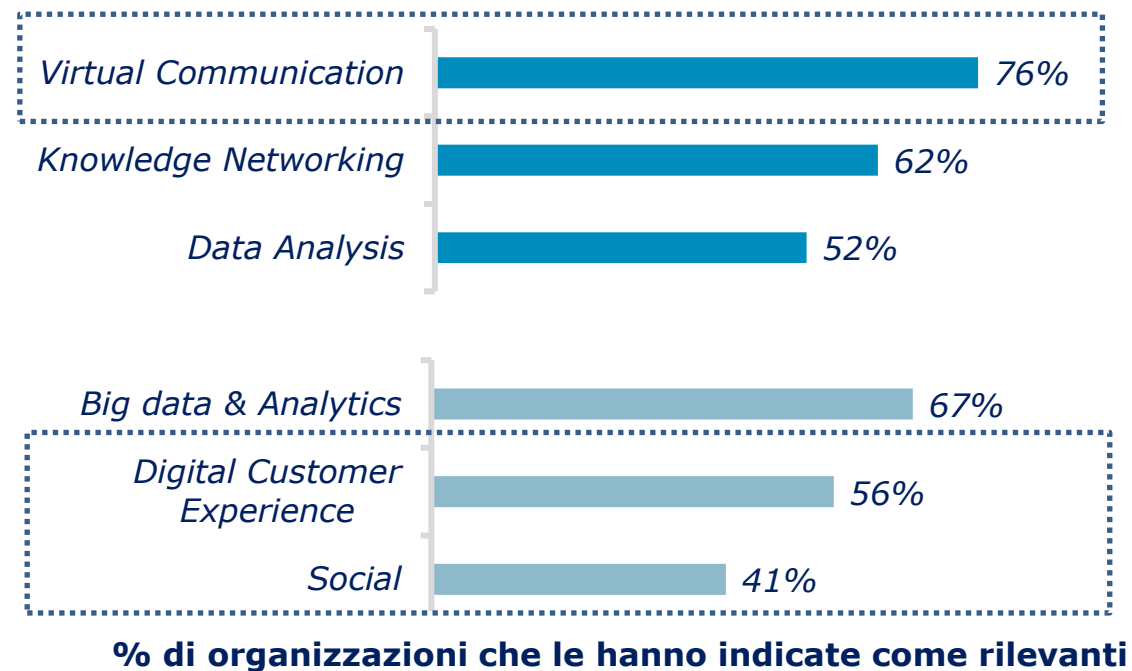
Le competenze chiave della direzione Marketing

- Evoluzione delle **modalità di interazione con il cliente** sia on line sia all'interno del negozio

Le principali competenze attuali



Le competenze rilevanti in futuro



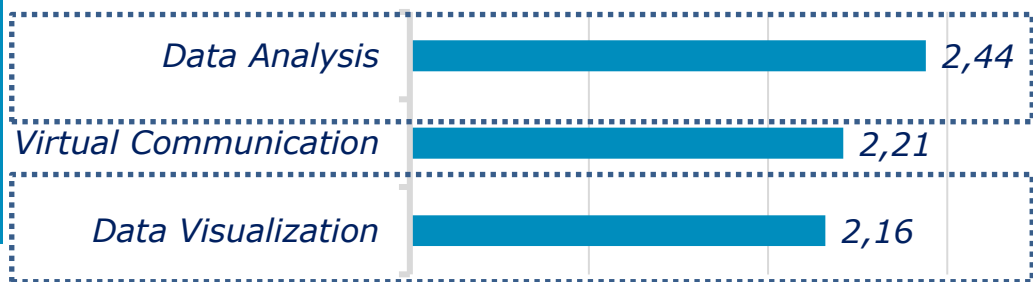
Le competenze chiave della direzione Marketing



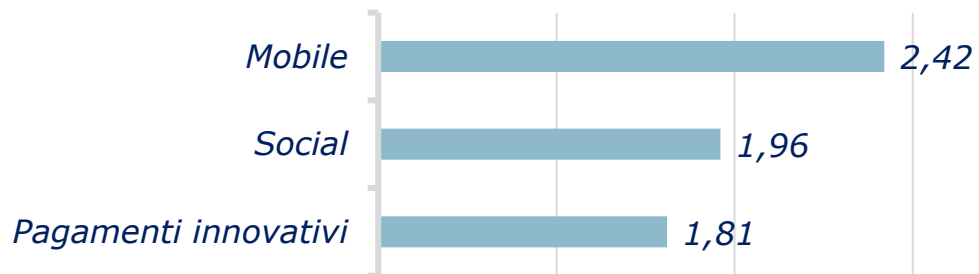
- Evoluzione delle **modalità di interazione con il cliente** sia on line sia all'interno del negozio
- **Aumento dei dati disponibili sul consumatore** e necessità di utilizzarli per mettere in atto strategie personalizzate per la comunicazione e la fidelizzazione

Le principali competenze attuali

Soft skill

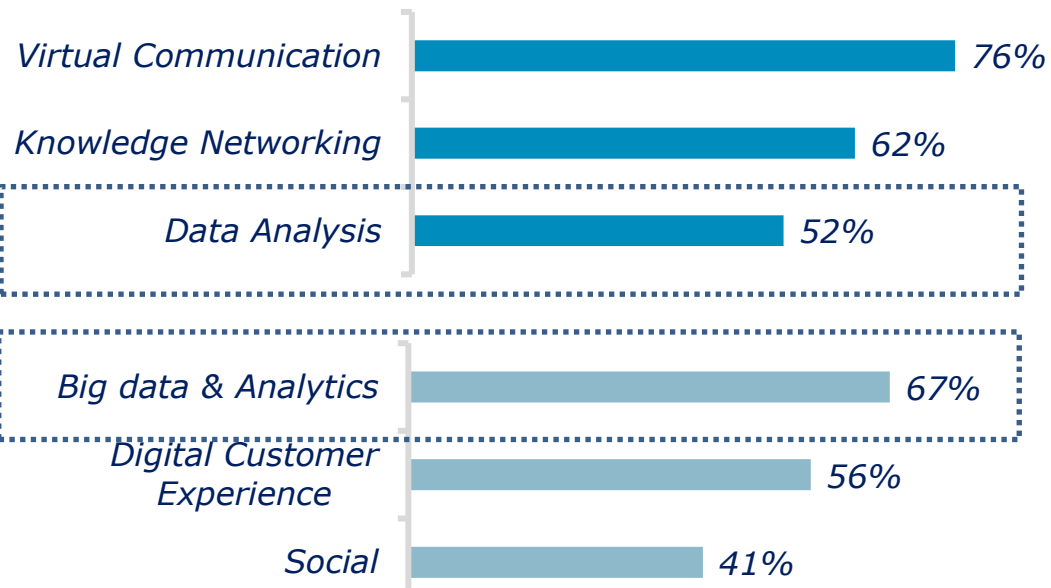


Hard skill



Basso **Livello di possesso** Alto

Le competenze rilevanti in futuro



% di organizzazioni che le hanno indicate come rilevanti

Le nuove figure professionali nella direzione Marketing



- Evoluzione delle **modalità di interazione con il cliente** sia on line sia all'interno del negozio
- **Aumento dei dati disponibili sul consumatore** e necessità di utilizzarli per mettere in atto strategie personalizzate per la comunicazione e la fidelizzazione

Le principali competenze attuali

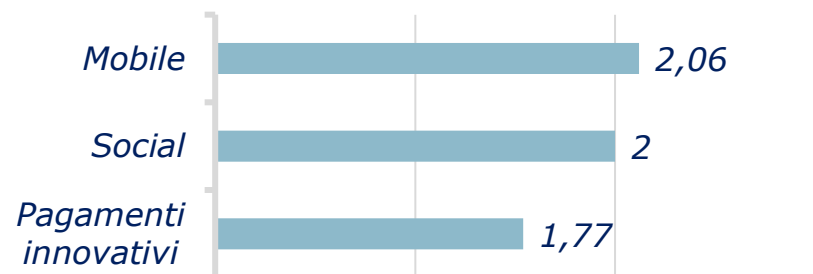
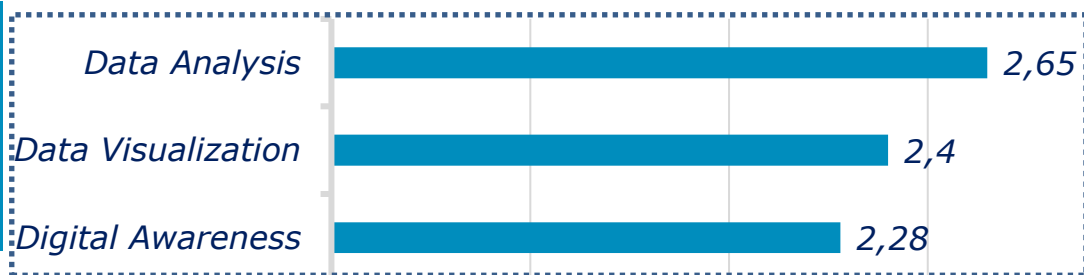
Le competenze rilevanti in futuro



Le competenze chiave della direzione Commerciale

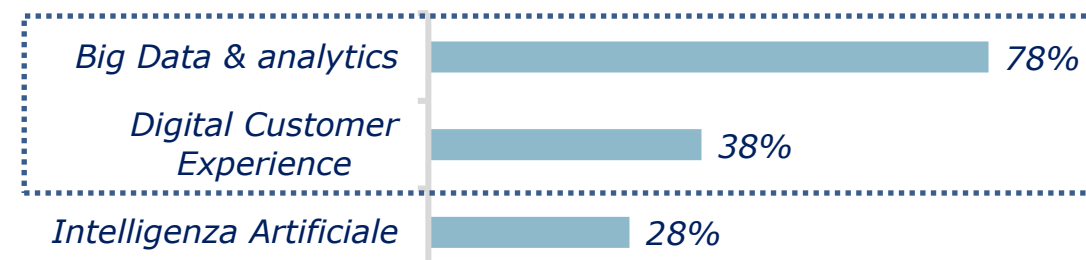
- **Limitata soddisfazione** rispetto al supporto del **digitale ai processi tipici**
- **Velocizzazione** e automatizzazione del processo di **gestione degli ordini e previsioni di vendita**

Le principali competenze attuali



Basso **Livello di possesso** Alto

Le competenze rilevanti in futuro

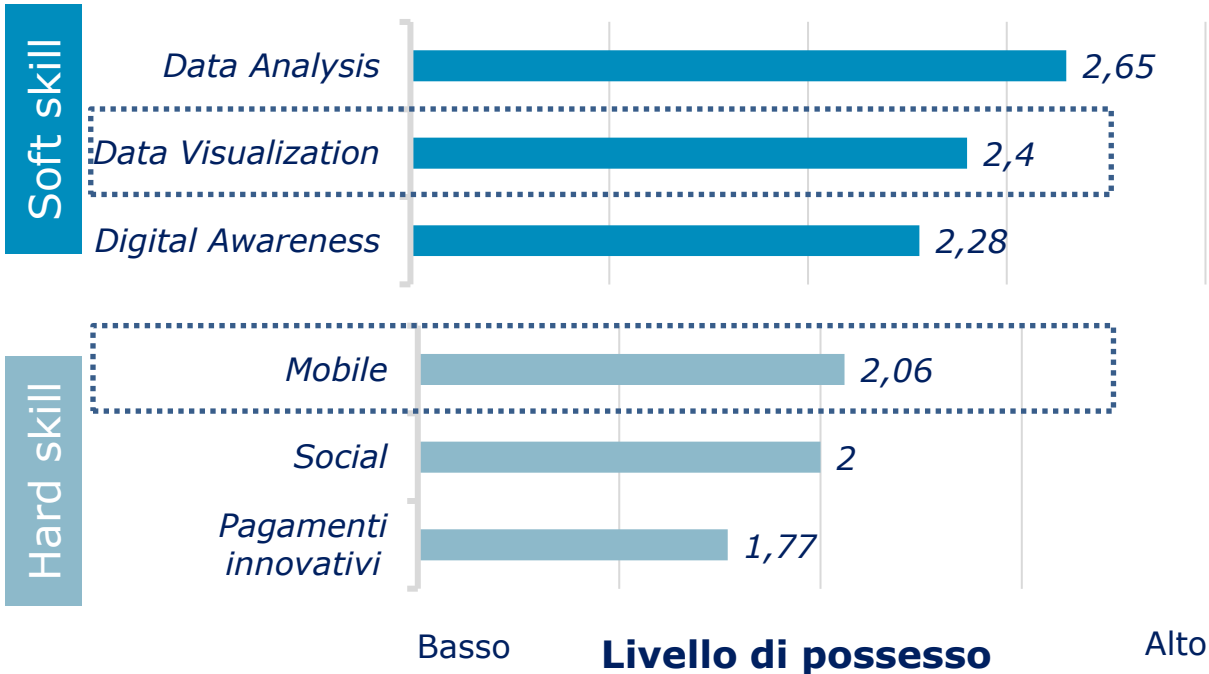


% di organizzazioni che le hanno indicate come rilevanti

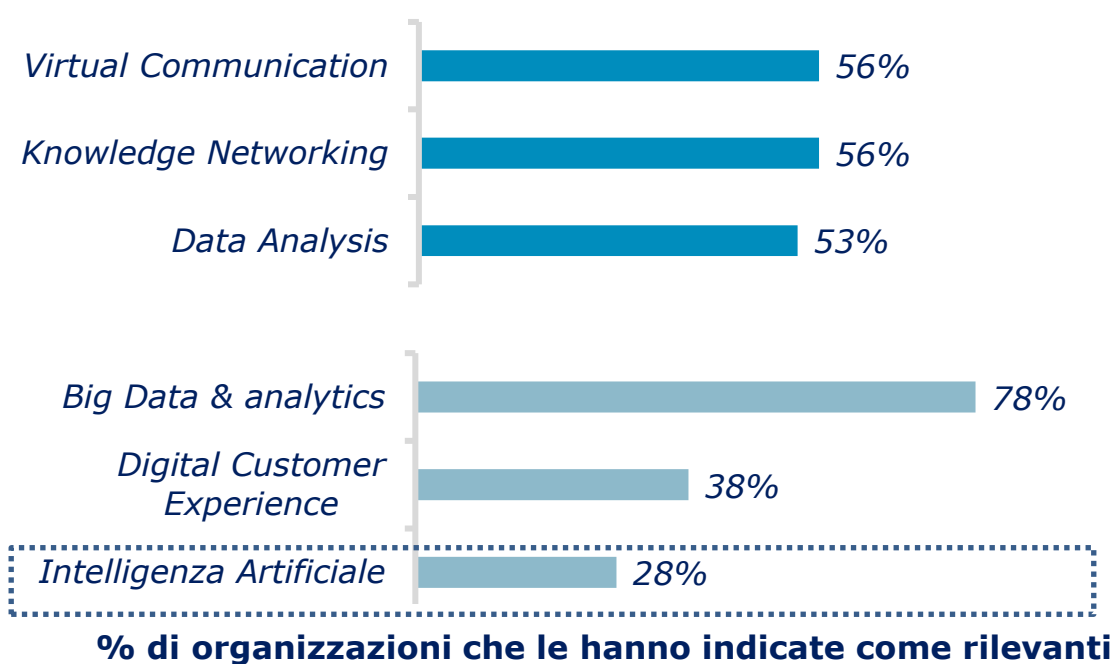
Le competenze chiave della direzione Commerciale

- **Limitata soddisfazione** rispetto al supporto del **digitale ai processi tipici**
- **Velocizzazione** e automatizzazione del processo di **gestione degli ordini e previsioni di vendita**
- **Velocizzazione** del processo decisionale **nel punto vendita o lo stabilimento**

Le principali competenze attuali



Le competenze rilevanti in futuro

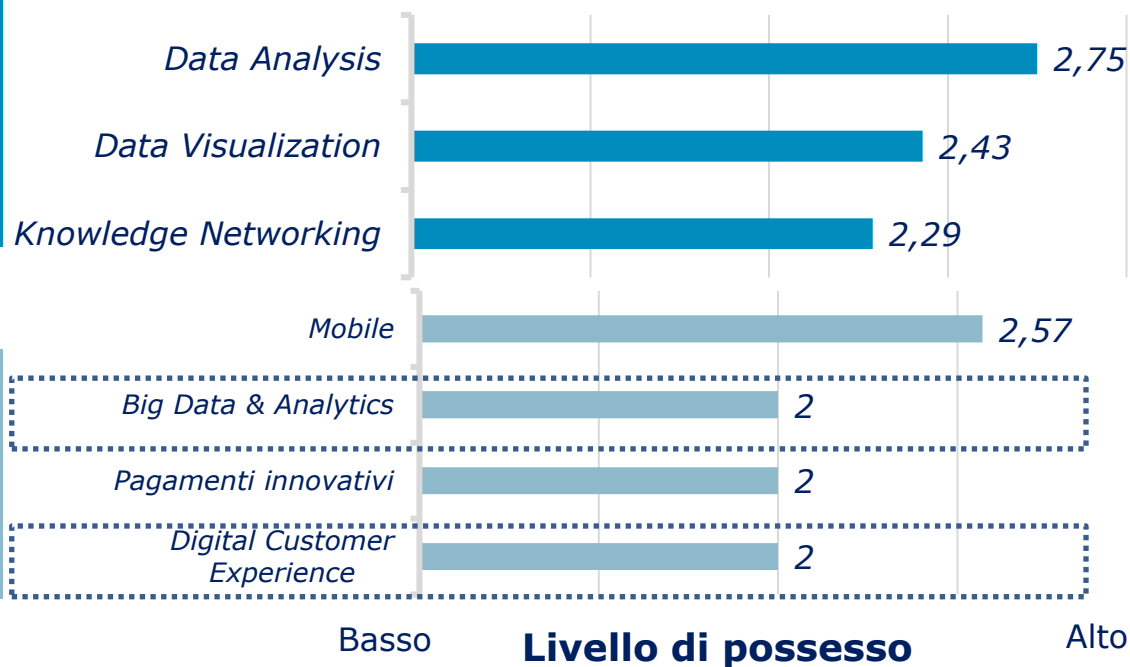


Le competenze chiave della direzione IT e Digital

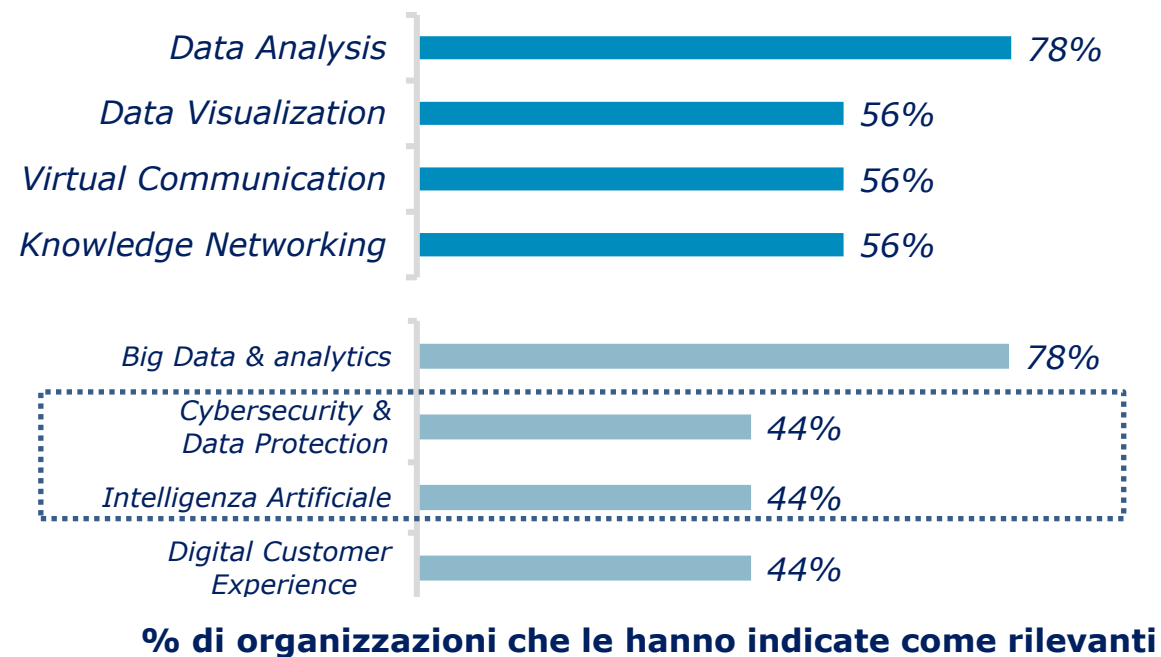


- **Livelli di possesso di competenze digitali più elevati** rispetto agli altri referenti aziendali.
- **Gestione flussi di informazioni e dati rilevanti** fungendo da centro di competenza interno per l'organizzazione

Le principali competenze attuali



Le competenze rilevanti in futuro



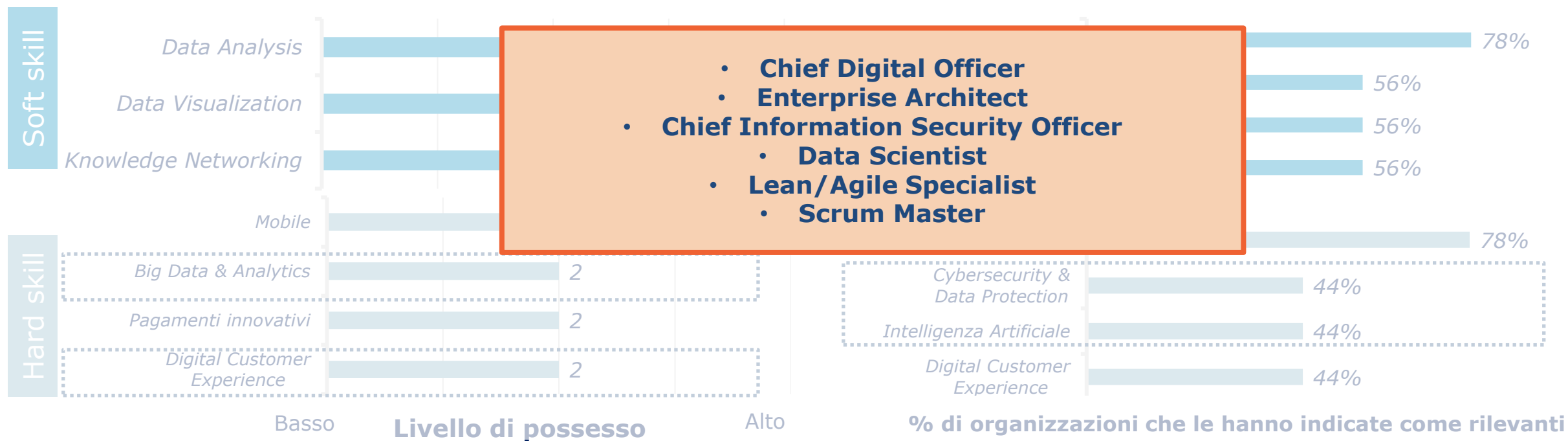
Le nuove figure professionali nella direzione IT e Digital



- **Livelli di possesso di competenze digital più elevati** rispetto agli altri referenti aziendali.
- **Gestione flussi di informazioni e dati rilevanti** fungendo da centro di competenza interno per l'organizzazione

Le principali competenze attuali

Le competenze rilevanti in futuro

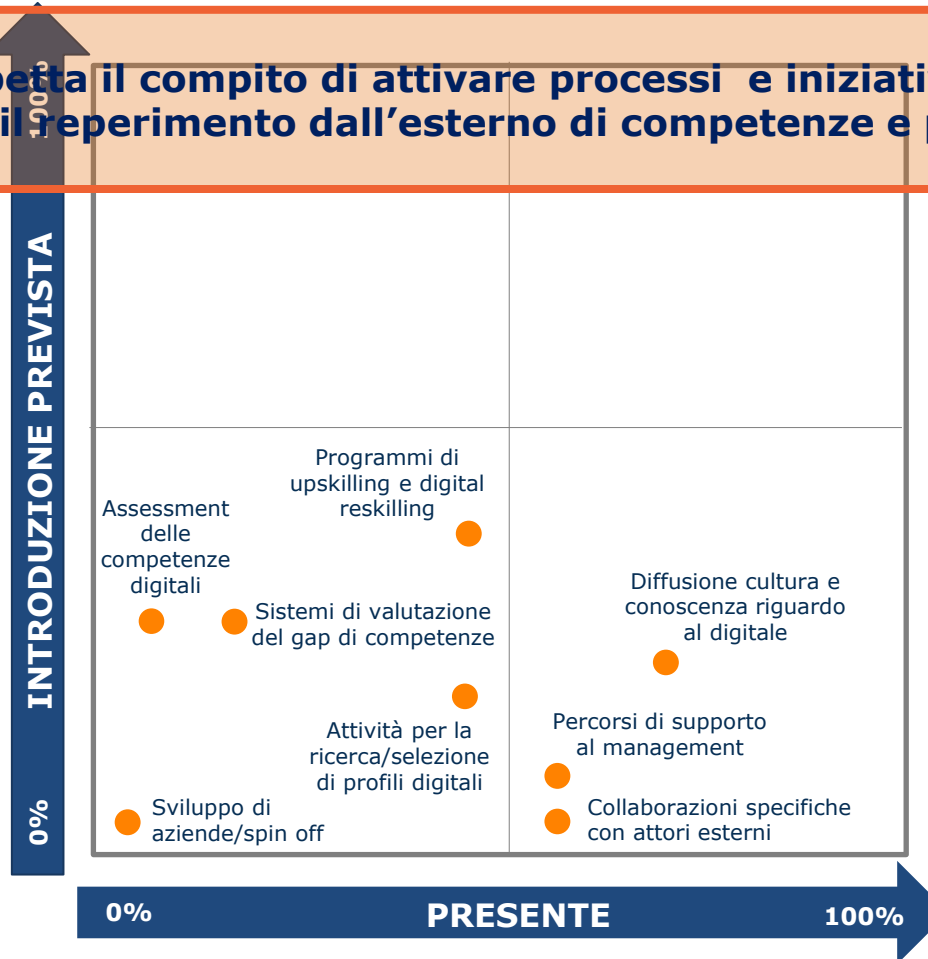


Research question_parte 2

1. Come stanno rispondendo le imprese del largo consumo alle sfide imposte dalla trasformazione digitale?
2. Quali sono i processi maggiormente trasformati dalla digitalizzazione?
3. Quali sono le risposte organizzative e come le funzioni aziendali sono chiamate ad affrontare i nuovi processi?
4. Come si evolvono i profili professionali in termini di competenze digitali e quali sono le nuove professionalità?
- 5. Come vengono sviluppate le competenze all'interno dell'organizzazione, come vengono integrate o reperite dall'esterno?**

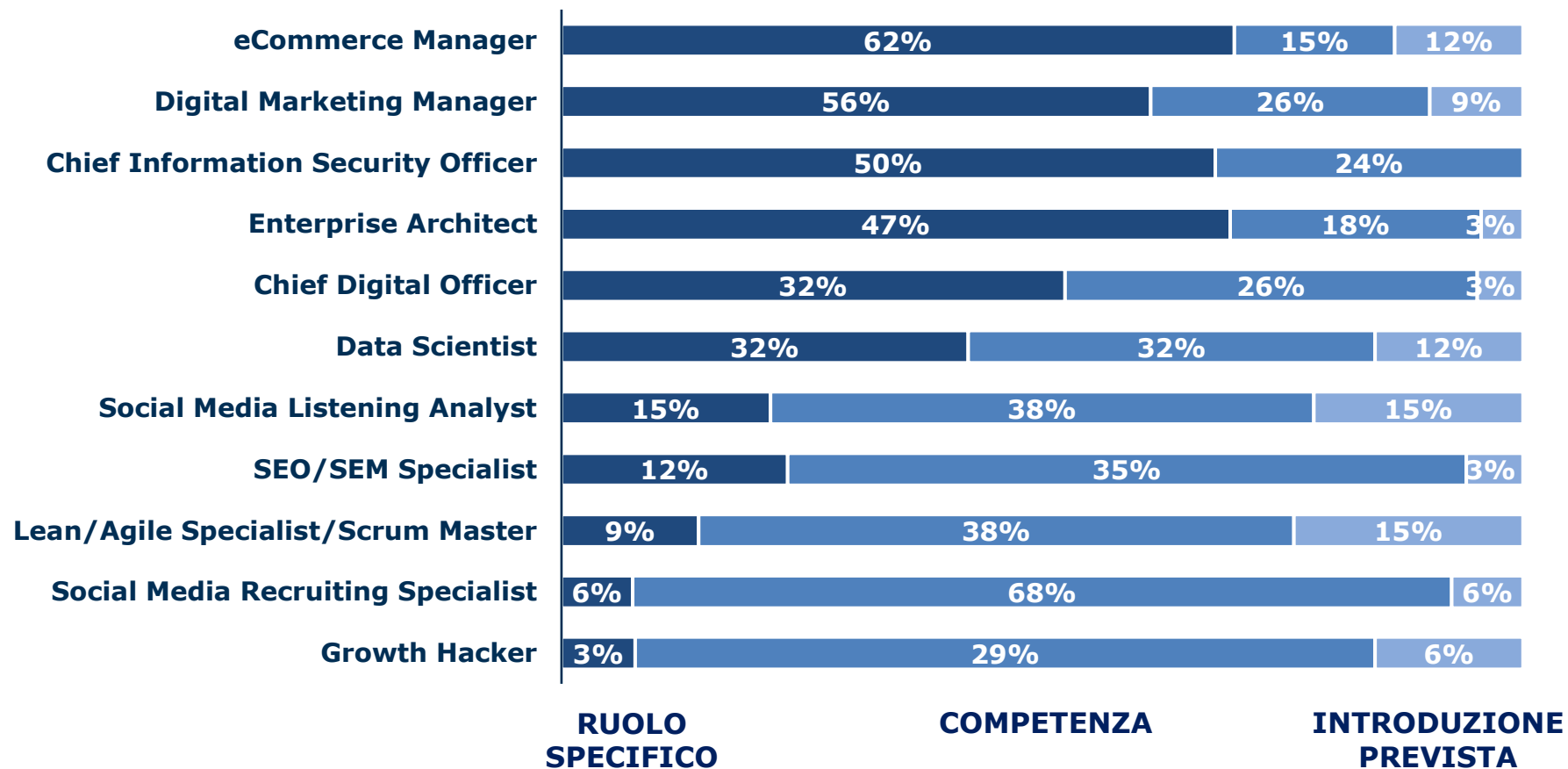
Le azioni per l'introduzione o lo sviluppo di competenze e attitudini digitali: il ruolo chiave della Direzione HR

Alla Direzione HR spetta il compito di attivare processi e iniziative per lo sviluppo interno, l'integrazione e il reperimento dall'esterno di competenze e professionalità digitali



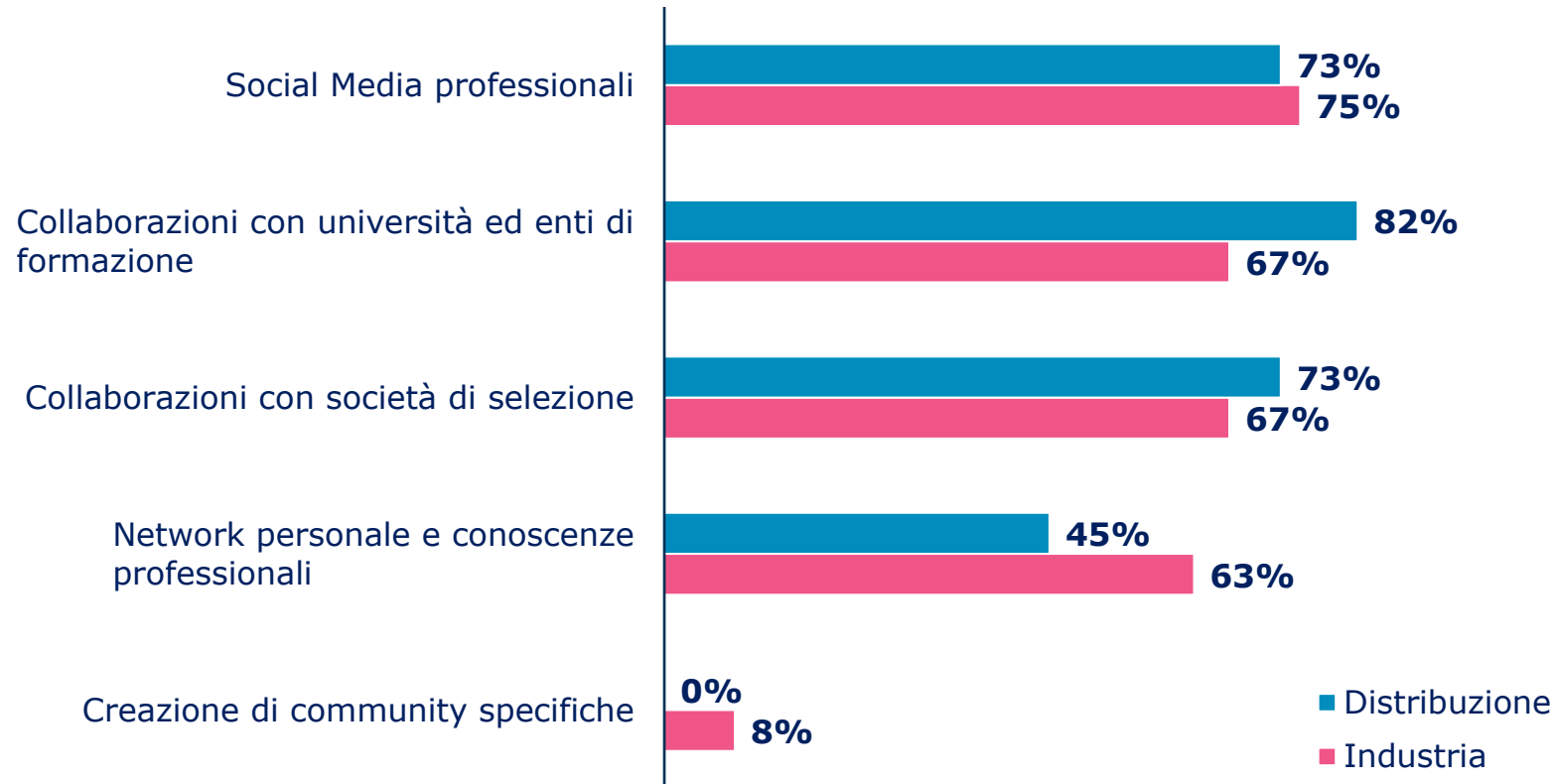
Base: 39 rispondenti.

Le professionalità digitali emergenti



Base: 34 rispondenti Largo consumo; 81 Multisetto.

I canali utilizzati per ricercare le professionalità digitali



Base: 24 rispondenti Industria; 11 Distribuzione.

Le criticità nella ricerca delle professionalità digitali



Base: 35 rispondenti Largo consumo.

Evidenze parte 2

1. Le competenze legate alla gestione dei dati e funzionali al miglioramento dell'esperienza del cliente saranno sempre più rilevanti nel settore del largo consumo
2. Le organizzazioni del largo consumo dovranno prestare più attenzione agli aspetti di retention delle nuove professionalità digitali
3. La Direzione HR avrà un ruolo fondamentale nel contribuire a sviluppare una cultura e competenze digitali nelle organizzazioni, attraverso il ripensamento dei propri processi in chiave digitale e delle modalità di relazione con candidati e collaboratori

Scarica il report e rivivi l'evento

su **gs1it.org**



@gs1italy #GS1Academy



The Global Language of Business

La trasformazione digitale

Impatti su processi e competenze nel largo consumo

