

Massimo Palermo

Country Manager, Avaya Italia

MODERATORE: Sono lieto di presentare ora una delle aziende nostri partner all'interno di questa manifestazione, il primo è Massimo Palermo, Country Manager, Avaya Italia.

MASSIMO PALERMO, Country Manager, Avaya Italia: Buongiorno anche da parte mia. Certo è difficile aggiungere qualcosa di significativo dopo questi eccellenti interventi al nostro parterre, soprattutto in 6 minuti, però cercherò – so che Roberto ci tiene – di rispettare il tempo e soprattutto di non annoiarvi eccessivamente con temi tecnologici.

Il mio obiettivo è duplice, da un lato dirvi due cose in più su Avaya, far conoscere di più Avaya e l'altro è come possiamo supportare la digitalizzazione delle Imprese e delle organizzazioni in Campania. Per quanto riguarda Avaya noi siamo una multinazionale americana, siamo leader in soluzioni di collaboration e comunicazione e di sistemi di contact center, cosa vuol dire in pratica? Ci occupiamo di tecnologia di comunicazione, siano esse video, web, chat e aiutiamo le aziende, le organizzazioni in tutto il mondo a strutturare le loro interazioni digitali sia all'interno, verso i propri dipendenti, ma soprattutto ad aprirsi verso l'esterno, a farlo verso i loro clienti, quindi diciamo che il nostro contributo all'interno della Digital Transformation è quello di portare la tecnologia della comunicazione, quindi abilitiamo aziende e organizzazioni ad avere quest'esperienza di comunicazione e di collaborazione intelligenti. Siamo fermamente convinti che la trasformazione digitale abbia sicuramente a che fare con l'adozione delle tecnologie, ma soprattutto con la possibilità che le tecnologie danno di realizzare nuovi servizi e prodotti, quindi rendere, in realtà, possibile realizzare questi nuovi servizi e soprattutto sull'impatto tecnologico, ma anche economico e sociale che la Digital Transformation può portare. Quindi alla fine in che cosa si sostanzia il nostro contributo? Tecnologie abilitanti, piattaforme, ma anche un ecosistema di partner territoriali, lavoriamo con più di 500 partner sul territorio italiano che permettono di tradurre, in pratica, la Digital Transformation. Siamo convinti che sia una battaglia che non si può combattere e vincere da soli, è, come testimonia anche la presenza di colleghi dell'Industria, a noi che tocca fare il primo passo, sicuramente anche in un'ottica propositiva, ma anche in un'ottica di collaborazione, quindi, lavorando insieme, possiamo permettere alle istituzioni campane di abilitare le interazioni con i cittadini digitali o abilitare il lavoratore cosiddetto digitale. Per scendere nel concreto, di cosa voglio parlare nei minuti rimanenti? Potrei parlarvi di chatbot, potrei parlarvi di intelligenza artificiale, di virtual assistant, quindi entrare nella tecnologia, c'è Mercedes che ci aspetta in macchina, Alexa che ci aspetta a casa, Siri che ci accompagna in giro, ma lo spunto che vorrei dare a tutti voi è: focalizzarci su come il digitale può aiutare a trasformare, a creare valore, a creare vantaggio competitivo sui business nazionali. Vi parlerò, permettetemi la provocazione, di pizza, un esempio molto concreto di cosa stiamo parlando è che il digitale non è un qualcosa che riguarda solo l'ambito tecnologico, non riguarda solo le start-up, le aziende, ma dobbiamo vedere come possiamo utilizzare il digitale a nostro vantaggio per quello che facciamo. Vi dico solo un nome: "Domino's Pizza", girando per Milano mi sono meravigliato, mi sono chiesto: "Come mai? Serviva Domino's Pizza in Italia, ma chi compra da Domino's Pizza in Italia?". Mi sono documentato, ho visto che questi signori hanno aperto ben 21 punti vendita, hanno in obiettivo di raddoppiarli entro questo anno, non hanno ancora varcato il rubicone, ma stanno arrivando, ma perché lo hanno fatto? Semplicemente offrendo più che una pizza, offrendo un'esperienza e aggiungendo un'innovazione, anche in un ambito come quello della pizza. Preciso che non ho azioni di Domino's Pizza, anche se, se voi aveste investito, a proposito di digitale, si parla di Google, un dollaro, quando sono stati quotati Google e Domino's Pizza nel 2014, adesso avreste guadagnato molto di più con Domino's Pizza. Perché lo hanno fatto? Dicevo: innovazione. Hanno innanzitutto studiato un'area raggiungibile entro i 30 minuti, hanno studiato un packaging per prevenire lo schiacciamento e tutto il resto, non voglio fare l'elogio di Domino's Pizza, la

Massimo Palermo

Country Manager, Avaya Italia

provocazione era semplicemente per dire: “Questi questi signori vendendo un’esperienza associata alla pizza hanno creato valore, hanno creato un vantaggio competitivo”. Questa, secondo me è la vera essenza della tecnologia, delle tecnologie di comunicazione e della trasformazione digitale. Per chiudere, come s’innesta, in concreto, questo sul territorio campano? Se siamo qui oggi è sicuramente perché c’è un rapporto storico, consolidato con molte Imprese e istituzioni della Campania, soprattutto perché la Pubblica Amministrazione è importante. Cerco di agganciarvi ad alcuni degli obiettivi dell’agenda 2020 molto ben strutturata e devo dire che negli obiettivi Felix possiamo – come dicevo: Digital Trasformation richiede un enterprise digitale, quindi richiede interazione digitale – aiutare con le nostre tecnologie, con le nostre piattaforme a creare queste interazioni digitali, noi possiamo aiutare con le nostre tecnologie, con le nostre piattaforme, a creare queste interazioni digitali, vi faccio solo un esempio legato al territorio: Optima, penso la conoscete, è una multiutility campana che fornisce alla collettività gas, luce, lavorando, per esempio, con Optima, l’abbiamo messa in condizioni di aprire i loro canali di comunicazione perché la vera sfida oggi è individuare i bisogni degli utenti e dargli la possibilità di colloquiare con noi da ogni dispositivo in qualunque momento, mantenendo una storicità del contesto, quindi loro nello dimezzato i tempi di lavorazione e mobilità. Stiamo lavorando con l’A.S.L. 1 per la sanità, la sanità è un altro settore in cui sicuramente si possono portare gli esempi di efficientamento, di collaborazione. Se prima abbiamo parlato di aprirsi all’esterno e digitalizzare il rapporto con i nostri clienti, qui si tratta di far collaborare meglio: pazienti, operatori del settore, liberando energie, risorse e costi per attività di ricerca a più alto valore aggiunto. Questo è il contributo che possiamo portare, molto pratico, vi invito a conoscerci un po’ di più, noi ci metteremo tutto l’impegno e il supporto che servirà per aiutare il processo di digitalizzazione. Grazie.