



- NEWS ▾
- EVENTI
- WHITE PAPERS
- RIVISTA DATA MANAGER ▾
- TOP100 DEL SOFTWARE
- NEWSLETTER
- PUBBLICITÀ E SERVIZI ▾
- CANALE ICT
- 🔍

**BREAKING NEWS** ite paper SaaS una guida per la scelta del fornitore ideale ! White Paper gratuito: TCO del CRM, analisi comparativa ! Il paradigma olivettiano, l'impresa nel ter

## E alla fine arrivò l'IT...



f 4 
 🐦 10 
 in 24 
 g+ 8

di Michele Mornese, 21 settembre 2015

La strategia SMART del nuovo libro di Matteo Quagini rovescia i paradigmi e accende l'innovazione



Non è solo un acronimo ma anche un metodo. S.M.A.R.T. (l'esatto opposto del metodo TRAMS) non parte dal puro aspetto tecnologico per implementare soluzioni digitali innovative in azienda. Parte invece dall'analisi di dove si è ora e degli obiettivi da raggiungere, e in base a questo definisce una "roadmap". Smart significa "intelligente" in inglese, ma S.M.A.R.T. indica un preciso approccio al change management e una cultura d'impresa orientata al miglioramento continuo, finalizzata alla totale soddisfazione del cliente. Strategia, Managerialità, Allineamento, Reengineering e Tecnologia. Questi sono i



ACCEDI CON FACEBOOK

f Login with Facebook

TROVA ARTICOLI

cerca qui

CERCA

ULTIME DAL MONDO STARTUP

**SGIUNGER** individualit CRM White Paper gratuito: i vantaggi del CRM individualizzato  
24 SETTEMBRE 2015

**TIM Ventures** investe 150.000 euro in Crowdway  
22 SETTEMBRE 2015

**EE White** Paper gratuito: TCO del CRM, analisi comparativa  
22 SETTEMBRE 2015

MORF ARTICLES



principi fondamentali del nuovo lavoro di Matteo Quagini – economista, CIO & Controller e membro del Comitato Direttivo di [Revello Spa](#), già consulente di organizzazione e direzione aziendale in [SDG Group](#) – “SMARTechnology. CRM & Digital Innovation per creare valore in azienda”, edito da FrancoAngeli.

“La premessa da cui tutto il lavoro muove – ci spiega – è che circa il 70% dei progetti d’innovazione nelle aziende non raggiunge il risultato sperato. Questi dati sono confermati dalle ricerche di McKinsey e Gartner. Ora, com’è possibile una percentuale di insuccesso così rilevante, a fronte delle immense possibilità che la tecnologia abilita?” La risposta che si prova a dare ruota intorno all’adeguatezza della tecnologia in relazione all’azienda, concepita come un’entità complessa, un’organizzazione

che apprende” e un vero e proprio “sistema cognitivo”. “Le organizzazioni – scrive l’autore – trovano così difficile introdurre cambiamenti *technology intensive* perché, nella maggioranza dei casi, cercano di risolvere il problema utilizzando l’approccio sbagliato: antepongono la scelta di sistemi o applicazioni senza prima porsi il problema di capire se l’azienda è pronta ad accogliere tale cambiamento”.

La tecnologia non è “il” fattore centrale attorno a cui far ruotare tutto il contesto, ma un “facilitatore del cambiamento organizzativo”. “Iniziamo dalla prima lettera – ci spiega Quagini – . La “S” di Strategia. Se un’azienda non sa dove vuole andare, non ha chiari i suoi obiettivi né la sua mission, non può pretendere di trovare una tecnologia utile al raggiungimento degli scopi. Una strategia chiara si compone invece di una visione, una missione e di valori fondanti”. Viviamo in un mondo dove il digitale ha preso il timone del cambiamento, mutando per sempre il volto dell’economia (Uber, Alibaba, Facebook...) dove regna il paradigma dell’hyperconnectivity e il lavoro è sempre più mobile. Ma a fronte di questa trasformazione, paradossalmente forse, l’ICT non è l’unica cosa che conta. “In se stessa, la tecnologia non può essere né buona, né cattiva. Tutto dipende dall’uso che se ne fa”. E allora, la managerialità, la capacità di gestire le risorse umane all’interno di un’azienda, l’allineamento verso il nuovo e l’importanza della comunicazione, il reengineering e la revisione dei processi per conformarsi a standard di servizio più alti, sono i vari step che il metodo S.M.A.R.T. propone per ottenere il meglio dalla rivoluzione digitale, dalla tecnologia come ultimo gradino, definitivo e abilitante, del cambiamento.

“Come diceva Steve Jobs, le persone sono capaci di fare cose meravigliose”. Il cambiamento a sua volta deve trasformarsi in cultura d’impresa, mentalità e atteggiamento positivo, diventando “parte integrante delle attività quotidiane”. “La mia esperienza mi ha insegnato che dietro alle aziende ci sono persone, famiglie, timori e desideri, ovvero tutto il contesto umano con la sua straordinaria complessità e il suo fascino – conclude Quagini – . Credo che un libro di management debba affrontare temi non solo di IT ma di psicologia, motivazione e organizzazione del lavoro. Il mio auspicio è che questo volume possa essere una fonte d’ispirazione per chi, e siamo in tanti, ha l’ambizione di migliorare la propria azienda, lavorando in primo luogo su se stesso, e continua a credere in un futuro più prospero per il nostro bellissimo paese”.

Per ulteriori informazioni e per acquistare il volume [clicca qui](#)

0 Comments

Sort by



Add a comment...