

- Strategico 
- Efficace 
- Flessibile 

L'impresa connessa:

ROI = adozione da parte degli
utenti + alleanze strategiche





Comunicare: la chiave per una migliore adozione

Le organizzazioni spesso prendono in considerazione l'adozione da parte degli utenti solo a giochi già fatti, invece di consultare i dipendenti sin dall'inizio. Molti dipendenti si riconosceranno in questo scenario: arriva una nota che li informa che da adesso in poi si dovrà utilizzare un nuovo sistema appena installato. Vi sarà magari una pagina Intranet che dà alcune indicazioni sull'uso del nuovo sistema e un'eventuale lezione frontale in aula. Questo modo di procedere ha un effetto negativo su tutta una serie di progetti IT.

Il 49%

[dei progetti CRM](#), ad esempio, risente di una "scarsa adozione da parte degli utenti" e nel

15%

dei casi vi sono difficoltà di allineamento tra cultura aziendale e nuove modalità di lavoro. Infine, nel sondaggio Arkadin del 2015 sull'introduzione delle comunicazioni unificate, il

28,6%

degli intervistati ha menzionato la resistenza dei dipendenti al cambiamento delle modalità lavorative esistenti come uno dei più grandi ostacoli all'implementazione di una soluzione di comunicazioni unificate.

Per massimizzare il ROI degli investimenti tecnologici, è quindi essenziale che le aziende coinvolgano gli utenti sin dalle prime fasi del progetto.

Perché il progetto produca i risultati sperati, è essenziale che l'adozione da parte degli utenti venga considerata un fattore di successo critico, al quale assegnare la massima priorità.

Il coinvolgimento facilita gli utenti

Per assicurare che il progetto restituisca il ROI atteso, si dovranno consultare gli utenti sin dalle prime fasi. È necessario distinguere i profili degli utenti a seconda delle funzioni e definire quindi piani di adozione specifici, nonché consultare gli utenti e chiedere la loro opinione sull'introduzione di qualsiasi tecnologia.

Una tattica adottata da molte aziende è quella di prevedere non solo esercitazioni che guidino il personale nell'uso della nuova applicazione, ma anche la presenza in ogni reparto di "promotori" che siano utenti avanzati dell'applicazione, persone, cioè, che hanno ricevuto una formazione più approfondita sul sistema e possono condividere internamente le loro conoscenze e il loro entusiasmo per il progetto.

Un'altra misura da prevedere è quella di creare un progetto pilota, limitato a un sito o a una parte dell'azienda considerati adatti a un'implementazione di prova. Potrà trattarsi di un sito che opera in modo relativamente indipendente, oppure di una parte dell'azienda che si ritiene comporti particolari sfide. In ogni caso, le lezioni tratte dal progetto pilota potranno essere applicate al momento di implementare la soluzione nel resto dell'azienda.

Plantronics, ad esempio, scelse il suo contact center olandese per il progetto pilota di una soluzione di comunicazioni unificate. L'esperienza di questa implementazione limitata ha poi assicurato il successo della soluzione nel resto dell'azienda.





Definire KPI per verificare il ROI

Potrà sembrare ovvio ma è bene ricordarlo: sin dall'inizio bisogna definire chiaramente quali aspetti vanno migliorati e come misurare tale miglioramento. In questo modo non solo si agevola tutto il processo, ma si ottiene anche un KPI con il quale dimostrare che il nuovo sistema rappresenta un miglioramento rispetto al precedente. Se vi sono KPI da misurare, si può anche determinare il ROI e dimostrare il valore aggiunto dalla nuova applicazione.

Ad esempio, se con il precedente sistema amministrativo era necessario l'intervento di tre persone in un processo di per sé semplice, si può stabilire come KPI la riduzione del numero di interventi da parte del personale, oppure il tempo complessivo richiesto per il completamento dell'intero processo.

Una volta definito il KPI, è possibile prendere un valore standard del passato come riferimento in base al quale misurare il miglioramento (o la sua assenza). Questa misurazione può inoltre essere facilmente trasformata in un valore ROI, che mostra ad esempio che l'applicazione costa mille ore di lavoro del personale amministrativo ma consente di risparmiare cento ore la settimana. Dopo dieci settimane la soluzione si sarà ripagata da sola e in seguito restituirà all'azienda gratuitamente 400 ore di risorse amministrative al mese, tolti naturalmente eventuali costi di manutenzione.

La centralità della comunicazione

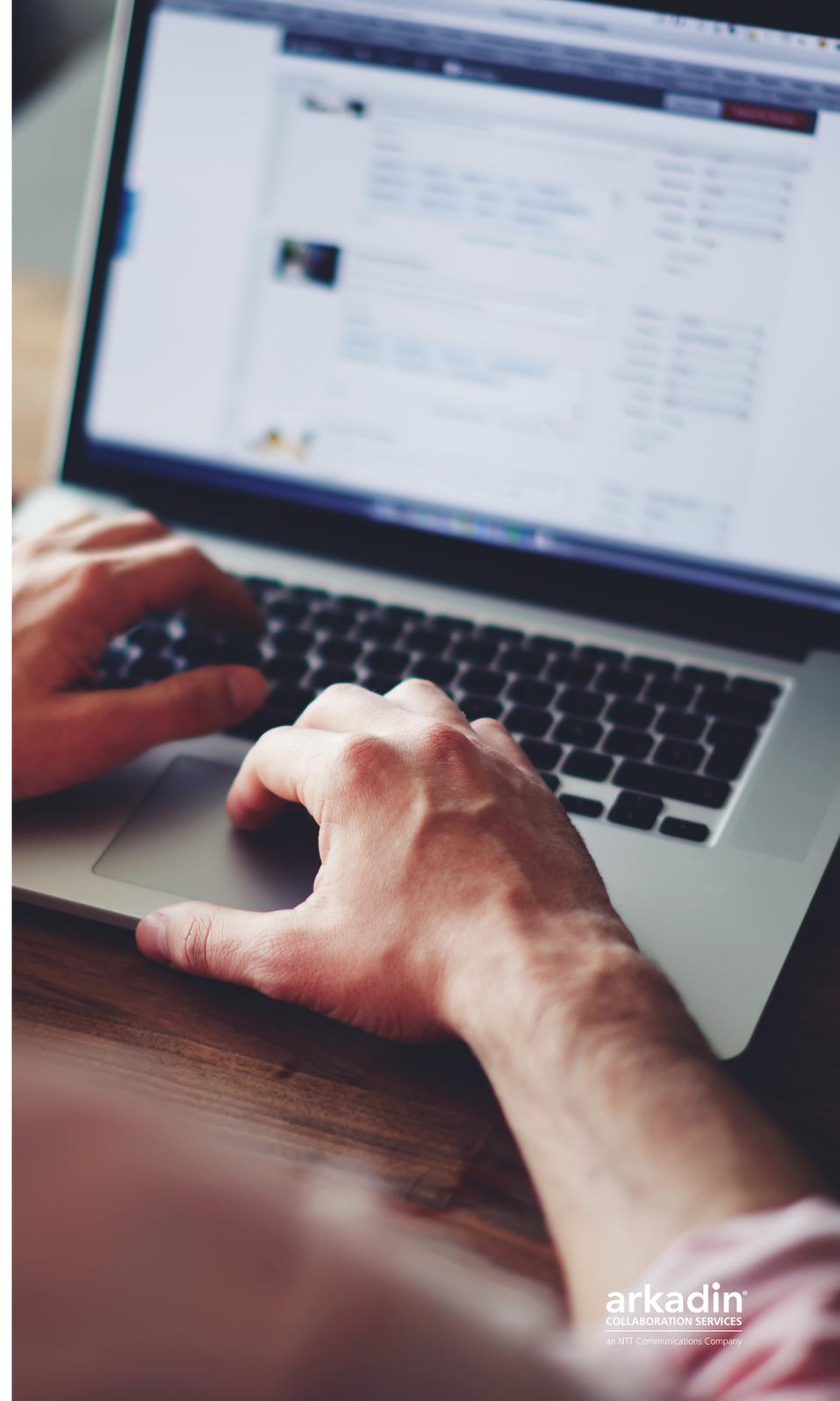
Elemento fondamentale di qualsiasi progetto che miri a coinvolgere le persone in un'azienda è un sistema di comunicazione interfacciato con tutti i soggetti interessati. Un sito Web, ad esempio ospitato in un'Intranet, può spiegare il nuovo sistema attraverso risposte alle domande più frequenti. Di per sé, tuttavia, risulterebbe un po' arido e limitato, perché non incoragerebbe una comunicazione bidirezionale e, soprattutto, non consentirebbe di sfruttare il supporto e i consigli che possono essere offerti da partner esterni.

L'aggiunta di funzioni di messaggistica in tempo reale, e-mail e calendario offrono ulteriore flessibilità, assicurando che tutti i collaboratori siano coinvolti e continuamente connessi tra di loro e con fornitori esterni di servizi di supporto.

Tuttavia, con l'inclusione di qualche altro strumento di comunicazione, il sistema di comunicazioni unificate centrale può offrire una funzione di avvio chat con un clic, per mettere gli utenti in contatto con un esperto. È anche

possibile includere funzionalità video, per consentire di offrire assistenza faccia a faccia. Le comunicazioni video possono essere utilizzate anche per riunioni in teleconferenza tra il personale, per discutere inizialmente i requisiti di partenza prima di valutare lo stato di avanzamento. È inoltre possibile utilizzare collegamenti video per la formazione.

Come detto in precedenza, è importante scegliere internamente un promotore, o utente avanzato, che incentivi l'adozione della soluzione da parte dei colleghi. Un promotore, designato idealmente tra gli alti gradi aziendali, con una conoscenza approfondita del sistema che si sta implementando, può ottimizzare la comunicazione tra gli utenti e il processo di feedback, nonché costituire un punto di contatto unificato per i partner.





Monitorare l'adozione

Crea un programma di miglioramento continuo, per ottenere un ritorno sicuro sull'investimento. Definisci indicatori chiave per misurare l'adozione da parte degli utenti e svolgi sondaggi che ti mostrino l'utilizzo degli strumenti e l'andamento dei processi. Tali iniziative dovranno fare parte di un più ampio programma di gestione del cambiamento, in quanto l'adozione di una soluzione di UC è un processo in continua evoluzione.

Prima si coinvolgono gli utenti, minore sarà la resistenza. Anche se un certo grado di resistenza all'introduzione di nuove modalità lavorative è normale, è possibile facilitare il cambiamento con un approccio strutturato e continuo.



Punti chiave



La comunicazione è fondamentale: comunicare, comunicare



Ripensare gli indicatori KPI



Coinvolgere un team multidisciplinare

[Enjoy sharing]

Arkadin è il fornitore di servizi di collaborazione con la più rapida crescita al mondo. Offriamo una gamma completa di soluzioni di Unified Communications, conferenze audio, web, video ed eventi virtuali. Tutte le nostre soluzioni sono disponibili in ambiente cloud, per una distribuzione veloce e scalabile. Il nostro obiettivo è accompagnare le imprese in un percorso di crescita e successo, offrendo esperienze di collaborazione positive.

 30+

Paesi e culture che fanno parte della nostra infrastruttura aziendale in continua espansione

 19

Lingue parlate dai nostri team del servizio clienti e utilizzate per le comunicazioni con gli utenti finali

 53

Uffici in posizioni strategiche, per una prospettiva globale unita alla conoscenza delle realtà locali