

Liferay Vision Italy 2021

L'importanza Della Customer Experience

Troppo spesso considerata come una leva di marketing accessoria, la Customer Experience sta acquisendo un ruolo centrale nelle decisioni di acquisto delle persone. Di questo si stanno accorgendo non solo le aziende più lungimiranti ma anche la pubblica amministrazione.

L'Esperienza del cliente (o del cittadino) si può sicuramente riconoscere come fondamentale per definire il posizionamento e la differenziazione all'interno del mercato; ha infatti un impatto sul modello di business, sulla distribuzione e sul modello organizzativo.

Secondo una ricerca di Oracle la maggior parte dei clienti è disposta a pagare un prezzo premium che remunererà un'esperienza senza frizioni e che garantisca la massima soddisfazione dei bisogni. Per Forbes circa l'80% dei clienti dichiara di essere molto più propenso a comprare, o a intraprendere rapporti commerciali, con quelle aziende che assicurano un'esperienza personalizzata e di alto livello.

Solo il 20% delle aziende però propone una visione cliente centrica del proprio business, dando invece più importanza ai canali o al prodotto, elementi che fanno sempre meno la differenza.

In un contesto sempre più mediato dalle tecnologie, l'elemento che davvero può fare la differenza è la relazione tra azienda e cliente, e l'esperienza positiva che questa può lasciare, con il risultato di un alto livello di loyalty.

Come generare un' Experience di alto livello?

Attraverso dati e piattaforme che li sappiano gestire al meglio.

Durante il Liferay Vision 2021 abbiamo potuto ascoltare dalla voce degli speaker di rilievo coinvolti le potenzialità delle piattaforme di Liferay e i casi di successo della loro applicazione.



ENVISIONING:

Il potere dell'esperienza nell'Expectation Economy

“Il gap tra aspettative delle persone e ciò che offrono le aziende è sempre più ampio”, dichiara nell'envisioning speech di apertura Roberto Leonelli CEO Italia Publicis Group e Managing Director Italia di Publicis Sapient

Le tecnologie abilitanti odierne stanno portando velocemente alla realtà ciò che fino a qualche decennio fa era pura immaginazione.

Il veloce progresso tecnologico ha portato le aziende produttrici di soluzioni digitali ad una corsa alla migliore piattaforma da un punto di vista tecnico. La fallace imputazione del successo delle piattaforme al solo livello di efficienza tecnologica si scontra però con la necessità, sempre più forte, di immaginare, testare e creare un'esperienza per l'utente che utilizzerà la piattaforma ancor prima che venga creata.

Superare il BIAS dell'efficienza, in termine di costi di implementazione, e spingere la tecnologia al servizio dell'esperienza sono i requisiti fondamentali per creare Customer Journey si successo sia nel mercato B2C che B2B.

$$\frac{\text{Experience}}{\text{Expectation}} = \text{Valore Percepito}$$

Rappresentando il valore percepito come rapporto tra esperienza e aspettativa è facile capire come un aumento di quest'ultima debba essere compensato dalla crescita dell'esperienza per ottenere un valore positivo, e non solo, tanto maggiore sarà l'Expérience tanto maggiore sarà il valore che l'utente percepirà e sarà disposto a pagare.

L'opportunità per le aziende è quella di passare da una trasformazione lineare, guidata dalla piattaforma, ad una esponenziale guidata e potenziata dall' Experience, portando il business a crescere e creare valore via via più velocemente.

“Definire i requisiti di una piattaforma sulla base dell'experience, scegliendo piattaforme capaci di adattarsi al futuro che abbiamo immaginato.”



BUSINESS:

I trend del mercato, i vincoli alla creazione di Experience e la soluzione di Liferay

ANDREA DIAZZI, DIRETTORE VENDITE LIFERAY ITALIA, GRECIA, CIPRO, ISRAELE E TURCHIA

La Customer Experience necessaria per soddisfare le aspettative del mercato è cresciuta velocemente assieme all'accelerazione digitale spinta dalla pandemia. Le grandi aziende e gli enti pubblici si stanno rendendo conto delle potenzialità di questo fattore per il business, che può portare ad efficientare i processi, ridurre i rischi ed aumentare i fatturati.

Sono due i trend principali legati alla customer experience:

1. L'estensione del concetto di customer experience anche al mercato B2B;
2. La consapevolezza, da parte del settore pubblico, della necessità di soddisfare le alte aspettative di experience dei cittadini, che si sono abituati ai livelli eccellenti che riscontrano in ambito privato.

I vincoli alla generazione dell'esperienza

I principali vincoli alla creazione di un alto livello di Experience sono legati ad un'errata scelta delle piattaforme digitali che sono a volte inadatte a creare la giusta tipologia di esperienza per il proprio target di riferimento.

Un secondo punto fondamentale è la sottovalutazione della complessità delle esperienze necessarie, che richiede soluzioni tecnologiche altrettanto complesse.

Infine le frizioni organizzative dovute al change management necessario per gestire l'introduzione dell'experience nel processo aziendale. È spesso necessario di ridefinire i ruoli o crearne di nuovi al fine di allineare tutti verso il perseguimento dell'obiettivo di cambiamento.

La soluzione di Liferay in questo contesto di cambiamento:

Liferay pone come soluzione una piattaforma ben inserita in un contesto di ecosistema di soluzioni e partner, funzionale a creare Customer Experience di successo non solo per consumatori finali, ma bensì anche per employee, cittadini, enti pubblici e aziende b2b.

La piattaforma punta a porsi a metà tra il duopolio di soluzioni presenti attualmente, che vede, da una parte, possibilità di personalizzazioni complesse, lunghi tempi di implementazione e costi alti, e dall'altra piattaforme standard, pronte all'uso ma scarsamente personalizzabili e adattabili alle esigenze dell'utilizzatore.

La piattaforma di Liferay avrà quindi un alto livello di personalizzazione possibile e raggiungibile con un basso effort di implementazione grazie ad una semplificata configurazione.

Interoperabilità

L'obiettivo di Liferay, propiziato dalla sua struttura opensource, è quello di avere una piattaforma completamente integrabile con lo stack infrastrutturale già presente all'interno delle realtà clienti, dando la possibilità di integrare i dati già presenti e implementare la piattaforma in tempi molto rapidi, assicurando un breve time to market e iniziando fin da subito a beneficiare delle potenzialità dell'Experience.



INNOVAZIONE ED ESPANSIONE NEL MONDO B2B:

La proposta di Liferay verso una soluzione integrata e verticale

I problemi e le necessità di un business B2B sono molto differenti da quelli del mercato B2C e, al fine di essere funzionale alla creazione di Experience per questa tipologia di mercato, la soluzione di Liferay è stata pensata come una piattaforma hub di gestione del dato che non si limita a raccogliere ordini, ma li gestisce e li elabora attraverso intelligenza artificiale e machine learning.

“Il cliente per noi è sempre al centro e siamo pronti a mettere in campo il nostro know how e quello dei nostri partner per aiutarlo ad implementare la tecnologia che senza il giusto supporto sarebbe di difficile applicazione”, Dichiarò Marco Leo, Head of Commerce di Liferay.

L'Italia è leader del mercato EMEA di Liferay con una quota dell'80% e tassi di crescita positivi.

A sottolineare la particolare attenzione nei confronti dei clienti italiani vi è il fatto che Liferay sta investendo in sedi e partner in Italia, in quanto percepisce il beneficio per le soluzioni B2B della piattaforma dato dalle caratteristiche visionarie e dalla conoscenza del settore manifatturiero della piccola media impresa Italiana.

Imparare Dai Progetti

MAURIZIO STUMBO, IS DIRECTOR, LAZIO CREA CI SPIEGA LE LEVE CHE HANNO DETERMINATO IL SUCCESSO DEL PORTALE SALUTE LAZIO

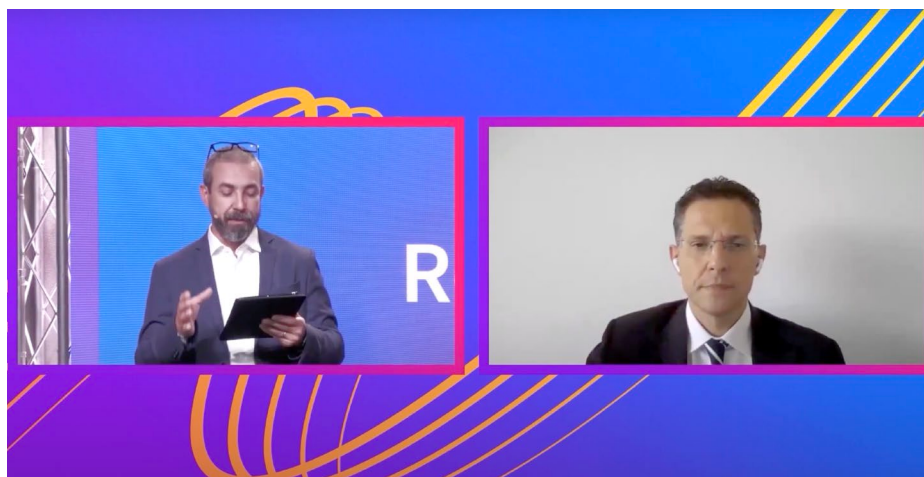
La società Lazio Crea si occupa di governance del sistema informativo regionale e supporta la Regione Lazio nella pianificazione e nello sviluppo di soluzioni di gestione digitale.

Il portale Salute Lazio è stato uno dei migliori portali in Italia di prenotazione di vaccini e servizi sanitari regionali. Questo successo è stato raggiunto grazie all'abilitazione data dalla tecnologia Liferay che ha permesso di rendere flessibili e resilienti questi servizi e offrire un alto livello di Experience al cittadino.

“Fare trasformazione digitale nel pubblico non significa soltanto trovare le migliori soluzioni tecnologiche, ma trovare soluzioni che permettano di raggiungere tutti i cittadini in egual misura, indipendentemente dal loro grado di digitalizzazione, alfabetizzazione o possibilità economiche per il possesso di strumenti altamente tecnologici”, dichiara Maurizio Stumbo.

Offrire la stessa experience a fasce di utilizzatori profondamente eterogenee è stata la grande sfida di Lazio Crea durante la pandemia. La flessibilità della piattaforma Liferay ha permesso di trovare il giusto equilibrio tra mondo digitale e mondo reale e di uniformare le possibilità di accesso ai servizi per tutti i cittadini (ad esempio permettendo di utilizzare tessere sanitarie per i meno digitalizzati).





Il successo del nuovo portale BPER Banca, presentato da Omar Campana, IT Director, BPER Banca

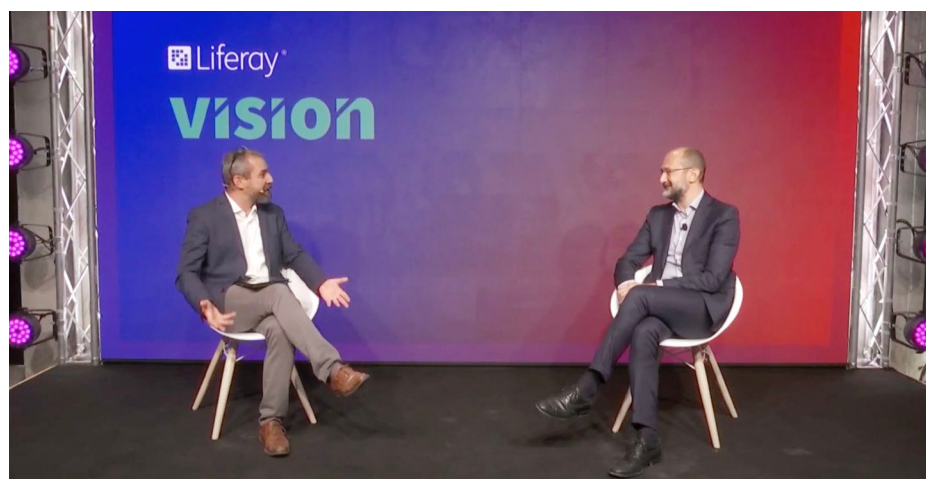
L'esigenza di ridisegnare i portali di front-end della banca nasce dalla necessità di comunicazioni e attività di marketing customer oriented e dalla necessità degli utenti interni e dei partner di flessibilità ed efficienza nel time to market.

Grazie ad un alto effort di progettazione e un'ottima esperienza di delivery, l'iniziativa è arrivata nel 2018 a vincere l'interactive key award in ambito publishing.

La flessibilità delle piattaforme nel gestire workflow e content management si è dimostrata come elemento dirimente nel successo del progetto, permettendo di agire durante tutta le fasi in ottica cliente-centrica, e creando quindi l'Expérience desiderata.

Skill e cambiamento tecnologico

Per gestire la complessità e il continuo mutamento della tecnologia odierna le skill tecnologiche, gestionali e di design richieste dalle aziende devono essere accompagnate da un'attitudine positiva nei confronti del cambiamento, con il risultato di un allineamento interno verso un obiettivo comune che crea dinamiche di compartecipazione ad alto impatto sulle performance dei progetti e dell'azienda.



Il nuovo portale per i cittadini del Comune di Milano, raccontato da Luca Curioni, Project Director Digital Lead, Comune di Milano

Il progetto nasce dalla necessità di creare una strategia di dialogo con i cittadini focalizzata attorno ai loro bisogni. Dopo aver compreso che la necessità fondamentale dei cittadini Milanesi è legata ai servizi è stata creata un'esperienza che, grazie a logiche automatiche, ha permesso di creare percorsi di scoperta dei servizi immediati, funzionali e personali.

La creazione di un fascicolo del cittadino è stata uno dei mezzi della nuova esperienza e ha permesso di allineare i bisogni dei 500.000 cittadini che già la utilizzano con l'agenda della città.

Una delle difficoltà più evidenti in ambito pubblico è transitare le abitudini dei cittadini dall'analogico al digitale. Creare esperienze partendo dal mobile, in assoluto lo strumento più utilizzato per accedere ai servizi, è stato il primo step per guidare i cittadini meno digitalizzati, seguito all'affiancamento di servizi di aiuto all'utilizzo dei portali di cui hanno potuto beneficiare le fasce di popolazione meno avvezze alla tecnologia o limitate da difficoltà linguistiche-culturali.

Il ruolo di Liferay ha permesso di intercettare le necessità e dirottare le richieste direttamente ai giusti operatori certificati che potessero intermediare e soddisfare i bisogni dei cittadini con successo.

Internamente al comune di Milano è stato necessario organizzare una complessa architettura organizzativa attraverso il rifacimento della intranet municipale.

Il progetto necessita di una forte personalizzazione per far fronte alle esigenze delle eterogenee figure che compongono i 15.000 dipendenti del Comune.

L'hub di accesso di Liferay ha permesso di integrare tutte le diverse tecnologie (moderne e non) che caratterizzano i numerosi dipartimenti di cui l'amministrazione Comunale è costituita e di semplificare, attraverso office-automation, la gestione interna.

Le caratteristiche fondamentali di una piattaforma funzionale alla creazione della giusta Experience:

- **Interoperabilità:** per connettere verticali diversi ed erogare il servizio con la stessa esperienza su ognuno di essi. Unendo, attraverso logiche next-best-action, i diversi step di uno stesso processo, come, ad esempio, ufficio anagrafe e ufficio tributi per il cambio di residenza e la denuncia di nuova occupazione ai fini TARI.
- **Scalabilità:** per permettere non solo alle piattaforme di rispondere in maniera trasparente ed efficace in situazioni di alto traffico, ma anche di poter commettere errori e rimediare senza conseguenze.
- **Riutilizzabilità:** avere elementi low-code o no-code in modo da riutilizzare strumenti e tecnologie di successo in ambiti differenti e in tempi differenti (come l'identificazione SPID).

Anche piattaforme mission critical beneficiano di una enhanced experience, come illustrato da Cesare Amendola, Manager & Liferay tech expert, Open Reply e Daniele Pirovano, Digital Transformation Manager, Vivisol.

Vivisol, uno dei più grandi Home Care providers in Europa, si pone l'obiettivo di rendere le terapie erogate dal sistema sanitario il più sostenibili ed efficaci possibile attraverso la cura a domicilio.

La collaborazione con Liferay nasce dalla necessità di creare un'esperienza utente di alto livello tramite portali self service per la gestione autonoma delle terapie da parte dei pazienti e da parte degli enti erogatori.

Grazie alle caratteristiche di sicurezza, monitoraggio, gestione di app, performance e possibilità di team collaboration la piattaforma Liferay DXP Cloud si è rivelata il giusto abilitatore tecnologico di questo ambizioso progetto.

Conclusioni

Sono tre i concetti chiave che hanno caratterizzato questo incontro pieno di spunti di riflessione, informazioni e racconti di successo: Customer Experience, Soluzioni ed Ecosistema.

- **Customer Experience** come elemento fondamentale di differenziazione e raggiungibile solo attraverso un'attenzione all'esperienza di tutta la filiera del business: dall'employee, al partner, al rivenditore, fino al fornitore.
- **Soluzioni** semplici per far fronte a realtà complesse soprattutto per il settore pubblico e il mercato B2B.
- **Ecosistema** di piattaforme, soluzioni e partner che rappresenta la vera scelta dei clienti di Liferay e il futuro del successo delle offerte dei software vendor.

Per maggiori informazioni visita il sito www.liferay.com. Puoi rivedere gli interventi del Liferay Vision Italy 2021 su Youtube <https://tinyurl.com/294ummcb>



Liferay sviluppa software che supporta le aziende a creare esperienze digitali su web, mobile e dispositivi connessi. La nostra piattaforma è open source, caratteristica che la rende più affidabile, innovativa e sicura. Desideriamo lasciare un segno positivo nel mondo attraverso il business e la tecnologia. Centinaia di organizzazioni operative in ambito di servizi finanziari, sanità, pubblica amministrazione, assicurativo, retail, manifatturiero e molti altri utilizzano Liferay. Scopri di più su liferay.com.

© 2021 Liferay, Inc. Tutti i diritti riservati.