

ORACLE

Starter Kit per l'area Finance: Adottare modelli di business innovativi

Best practice e primi passi



Adottare modelli di business innovativi

Quasi due decenni fa, l'avvento del Software-as-a-Service (SaaS) ha iniziato a ribaltare i modelli di business tradizionali. Una moltitudine di provider di cloud emergenti ha dimostrato di poter fornire software su Internet, anziché doverlo installare su un server fisico presso la sede del cliente. Per i clienti, era molto interessante evitare grandi investimenti in attrezzature e supporto IT, consentendo di trarre vantaggio dai pagamenti mensili di abbonamento secondo il modello “Pay As You Go”. Per i fornitori di software, il modello di business SaaS ha introdotto nuovi modi per trarre vantaggio da ricavi ricorrenti e prevedibili, mantenendo la fedeltà dei clienti con accesso alle ultime tecnologie e al valore sostenibile.

Oggi qualsiasi servizio, dalla musica (Spotify) ai film (Netflix) al fitness (Peloton) al monitoraggio delle apparecchiature e alla manutenzione preventiva (John Deere, Boeing) può essere fornito “as a Service”. Sull'onda della pandemia globale di COVID-19, per sopravvivere le aziende hanno dovuto trovare nuovi modi di fare business. Molte di loro si sono orientate rapidamente, rispondendo alle esigenze dei clienti in modi nuovi. In un [sondaggio di ottobre 2020](#), il 62% di tutte le aziende ha affermato di aver implementato soluzioni per gestire una maggiore domanda di interazioni e servizi in linea. E oltre la metà degli intervistati (53%) ritiene che il cambiamento continuerà dopo che la pandemia si sarà placata, man mano che consumatori e clienti si sistemeranno nella “successiva normalità”.

Il rivolgimento economico globale ha causato una diminuzione dei ricavi in molti settori e un certo numero di aziende ha iniziato a ritirare i propri investimenti nell'innovazione per risparmiare denaro. Ma è questa la migliore strategia? [Un'analisi di McKinsey & Company](#) ha evidenziato che “le aziende che investono in innovazione durante una crisi superano del 10% la concorrenza sulla capitalizzazione di mercato; l'investimento nell'innovazione dopo una crisi offre loro un vantaggio del 30%”.

Tuttavia, in un'epoca in cui la liquidità è limitata per la maggior parte delle aziende, come è possibile accertarsi di essere ripagati dagli investimenti nell'innovazione? Ecco alcune best practice consigliate per aumentare le possibilità di successo.

Cinque best practice per adottare modelli di business innovativi

1 **Riformulare i desideri dei clienti di riferimento**

Cerca i tuoi potenziali clienti e ascolta quello che hanno da dire. Puoi raccogliere feedback tramite ascolto su social, gruppi di comunità di clienti, sondaggi, eventi, ovunque la “voce del cliente” sia evidente. Potresti scoprire che i clienti non vogliono recarsi in un negozio o un ristorante e che desiderano piuttosto che tutto venga consegnato a casa. I rivenditori potrebbero dover rinnovare i loro canali di e-commerce perché le persone desiderano acquistare on line. Oppure potresti apprendere che i lavori di ristrutturazione della casa stanno avendo un picco a causa dei bassi tassi di interesse sui prestiti.

Le aziende di servizi stanno commercializzando i propri servizi in modo da renderli fissi anziché basati sul tempo. Anche le aziende B2B come i produttori di aeroplani si stanno orientando verso le offerte “as a Service”: incorporando software nei motori a reazione, aggiornando tale software, monitorando continuamente i motori tramite sensori di Internet of Things (IoT), prevedendo quando una parte potrebbe guastarsi (prima che lo faccia) e programmando la manutenzione in anticipo.

Pensa a cosa potrebbe semplificare il più possibile la vita dei tuoi clienti. I tuoi potenziali clienti vogliono possedere asset? Essere responsabili della manutenzione e della conservazione? O preferirebbero piuttosto pagare un canone mensile affinché sia tu a prenderti cura di tutto? Preferirebbero pagare per la proprietà o per il valore?

2 **Analizzare vari modelli di business**

Le aziende sono spesso restie a modificare i modelli di business a causa del potenziale impatto sui ricavi a breve termine. La modellazione dello scenario e la pianificazione finanziaria possono essere d'aiuto. Analizza il costo potenziale del cambiamento rispetto al potenziale di ricavo nel tempo; puoi modellare diversi scenari per più offerte, condizioni di mercato o qualsiasi altro fattore trainante. Puoi passare dalla previsione di nuove vendite alla previsione del tasso di abbandono: una [metrica chiave](#) per qualsiasi attività che dipende dai rinnovi dei clienti. Inoltre, puoi utilizzare le simulazioni Monte Carlo (una tecnica matematica) per prevedere i risultati più e meno probabili.

La pianificazione dello scenario può aiutarti a determinare quali investimenti hanno maggiori probabilità di guidare una crescita costante nel tempo. Può anche aiutarti a rimanere in linea con gli obiettivi aziendali, ridurre i rischi e comprendere le competenze e le risorse della forza lavoro necessarie per supportare il nuovo modello di business.



Cinque best practice per adottare modelli di business innovativi

3 Collaborare durante tutto il ciclo di vita dell'innovazione

McKinsey & Company ha scoperto che [solo il 6% dei CEO è soddisfatto del lavoro di innovazione della propria azienda](#). Uno dei motivi principali è che “le aziende seguono troppo spesso un approccio tradizionale a compartimenti stagni che crea punti ciechi, problemi di trasferimento e inefficienze. Tutti questi scenari hanno un impatto significativo sui ricavi, sulla redditività e sul ROI dei prodotti”.

Per evitare che i tuoi investimenti nell'innovazione seguano lo stesso destino, devi eliminare i compartimenti stagni e creare un processo che coinvolga più parti interessate (progettisti, tecnici, addetti alle vendite, specialisti di marketing, Finance, HR e altro) per nutrire la catena dell'innovazione con le giuste idee al momento giusto. Non è sufficiente innovare un prodotto o un servizio, devi anche definire l'offerta. Quali sono i servizi che intendiamo raggruppare? Quali sono le opzioni di prezzo? Come commercializzeremo e venderemo le nostre nuove offerte? Come costruiamo una catena di talenti e investimenti per supportare il nostro nuovo modello di business nel tempo?

Uno dei modi più efficaci per collaborare è con un cloud connesso che elimini questi compartimenti stagni. [Le suite cloud integrate](#) possono aiutarti a sviluppare e commercializzare nuovi servizi, trovare e assegnare le risorse giuste, tenere traccia del progetto, mantenere il progetto nei limiti del budget ed evitare lo spostamento del livello di applicazione.

4 Progettare per il successo del cliente

In un mondo “as a Service”, la customer satisfaction è il più grande indicatore di ricavi futuri. Se i clienti non sono soddisfatti, non procederanno al rinnovamento, con conseguente perdita di ricavi. Non solo è necessario progettare un'offerta eccezionale che renda le loro vite più facili, ma anche semplificare le modalità di acquisto, modifica e rinnovo degli abbonamenti e fornire la consegna quando il cliente lo desidera.

Spesso questo significa offrire ai clienti opzioni self-service, in modo che possano gestire i loro abbonamenti on line. Per servizi B2B più complessi, le suite cloud integrate possono aiutarti a configurare un'offerta, stabilirne il prezzo, fornire un preventivo e semplificare le negoziazioni dei contratti. L'obiettivo è rendere l'intera esperienza semplice e piacevole, in modo che i clienti saranno felici di effettuare il rinnovo alla scadenza.



Cinque best practice per adottare modelli di business innovativi

5 Misurare i risultati e rispondere rapidamente

Cambiare il modello di business significa anche cambiare il modo in cui monitori e misuri il successo. Il tradizionale flusso lead-to-cash è configurato in modo diverso. Le fatture ai clienti e il riconoscimento dei ricavi avverranno in modo diverso (su base mensile o annuale rispetto agli acquisti una tantum). È per questo motivo che il team Finance deve collaborare a stretto contatto con i responsabili della linea di business per tenerli informati su cosa funziona bene e cosa no, in modo che i leader aziendali possano cambiare rapidamente rotta.

[I KPI per un nuovo modello di business](#) possono includere ricavi ricorrenti annuali (ARR), abbandono dei clienti, rinnovi e Customer Lifetime Value. È importante che i team Finance eseguano un monitoraggio continuo di questi KPI, prevedano le tendenze potenziali, analizzino la redditività e collaborino con i leader aziendali per adeguare le offerte che non danno buoni risultati o persino valutare altri modelli di business che potrebbero avere più successo.



I passi per iniziare

1. Investire nella tecnologia giusta

Nella maggior parte dei casi, i sistemi tradizionali locali non garantiscono la scalabilità o la flessibilità necessarie per creare nuove offerte multiple e complesse in modo rapido ed efficiente. Le suite cloud stanno aiutando gli innovatori ad adattarsi alle mutevoli condizioni di mercato, fornendo gli strumenti e la visibilità per innovare, sviluppare, configurare ed evolvere rapidamente nuove offerte in risposta alle richieste dei clienti.

2. Pianificare senza timore

Esegui scenari finanziari per valutare il potenziale impatto sui ricavi e sul prezzo delle azioni. Sviluppa piani di emergenza per compensare eventuali cali di ricavi a breve termine man mano che i nuovi servizi aumentano nel tempo.

3. Mantenere l'agilità

Delinea un piano di monitoraggio costante e aggiustamenti frequenti. Nel mondo "as a Service", il prodotto non viene impostato e subito dimenticato. Per ridurre il tasso di abbandono e garantire ricavi futuri, dovrai tenere traccia costantemente dell'utilizzo dei rinnovi e di altri KPI correlati ai clienti e dovrai essere pronto a cambiare rapidamente direzione se gli indicatori chiave iniziano a dare risultati negativi.

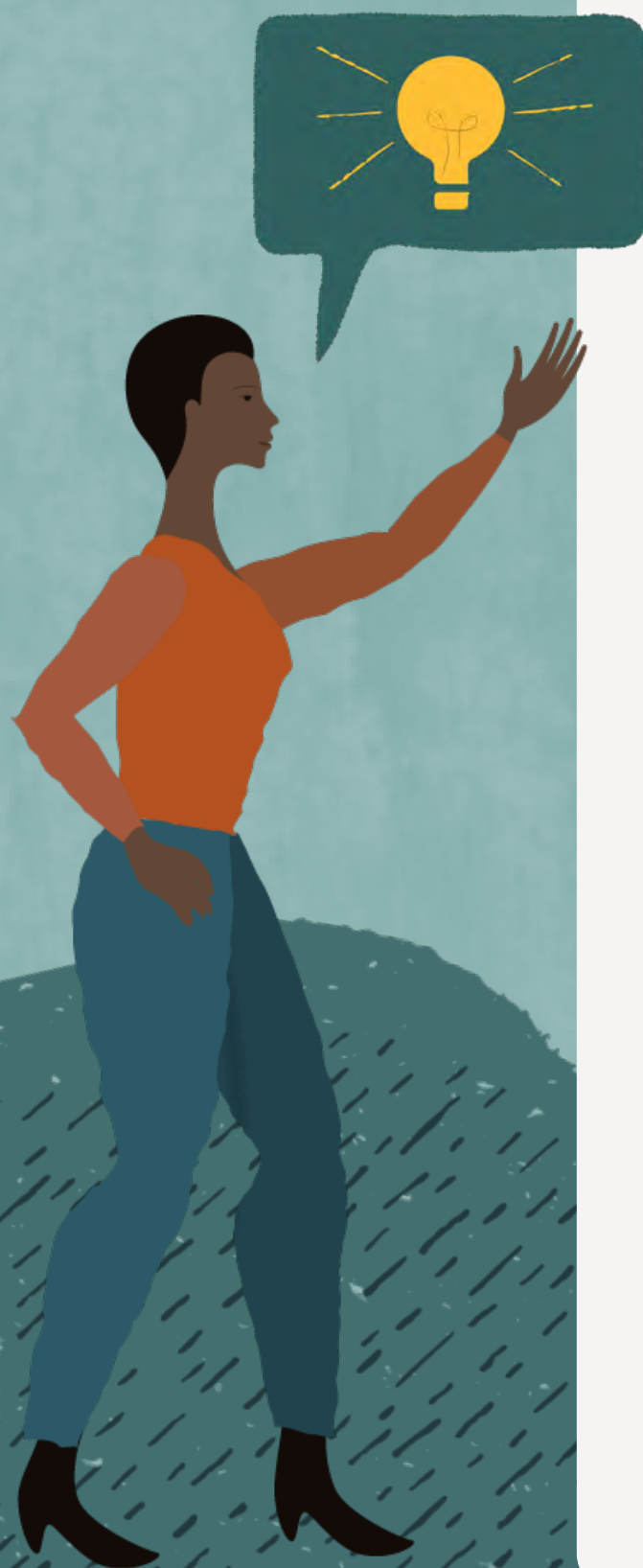
Rapidi promemoria

Da fare:

- ✓ Adottare le modalità digitali di fare business
- ✓ Ascoltare il contributo dei clienti
- ✓ Bilanciare la crescita a breve e a lungo termine
- ✓ Monitorare continuamente i KPI

Da non fare:

- ✗ Rush to market con analisi insufficiente
- ✗ Lasciarsi scoraggiare dall'impatto sulle entrate a breve termine
- ✗ Lasciare compartimenti stagni tra i team
- ✗ Attendere fino alla fine dell'anno per misurare il successo



Uno sguardo al futuro

I CFO vogliono passare a nuovi modelli di business in grado di fornire ROI e non sprecare risorse per offerte che non restituiscono il valore degli investimenti. Vogliono comprendere i desideri dei clienti e portarli sul mercato prima della concorrenza. È necessario sviluppare le idee giuste, al momento giusto, rispettando il budget.

Oracle può aiutare a trovare un percorso per l'innovazione aziendale. Non molto tempo fa, [abbiamo modificato l'intero modello di business](#) passando da fornitori di licenze software a fornitori di Software as a Service. Abbiamo parlato con centinaia di clienti chiedendo opinioni su come abbiamo gestito il cambiamento e saremmo felici di aiutarti a imparare condividendo la nostra esperienza.

Visita il nostro sito [per saperne di più](#) su come adottare l'innovazione del modello di business e su altri importanti passi che i team Finance dovrebbero intraprendere subito oppure per [richiedere una demo](#).

Copyright © 2021, Oracle e/o le relative consociate. Tutti i diritti riservati. La presente documentazione viene fornita a puro titolo informativo e il suo contenuto è soggetto a modifiche senza preavviso. Oracle non garantisce che il presente documento sia esente da possibili errori, ed esclude qualsiasi altra garanzia o condizione, sia esplicita che implicita o prevista da norme di legge, ad inclusione delle garanzie implicite e delle condizioni di commerciabilità o idoneità a un particolare scopo. Oracle declina in modo specifico ogni responsabilità in relazione alla presente documentazione e qualsiasi obbligazione contrattuale dovuta in modo diretto o indiretto alla presente documentazione. La presente documentazione non può essere riprodotta o trasmessa in alcuna forma o con alcun mezzo, elettronico o meccanico, per alcuno scopo, senza il preventivo permesso scritto di Oracle. Oracle e Java sono marchi registrati di Oracle e/o relative consociate. Altri nomi possono essere marchi dei rispettivi proprietari.

