



AIDDA

ASSOCIAZIONE IMPRENDITRICI E DONNE DIRIGENTI DI AZIENDA]

Affiliata alle
FEMMES
CHEFS D'ENTREPRISES
MONDIALES [

Internet e Internazionalizzazione delle PMI italiane Il digitale a supporto delle reti aziendali



Le reti d'impresa PMI e successo competitivo

12.06.2014

Programma 2014-2017

Internet e Internazionalizzazione delle PMI italiane


Sintesi dell'indagine commissionata da **Google** a Doxa Digital



INTRODUZIONE

La **presenza di internet fra le** PMI italiane si attesta ancora a bassi livelli, **benchè costituisca uno dei più importanti vettori** per le esportazione del Made in Italy.



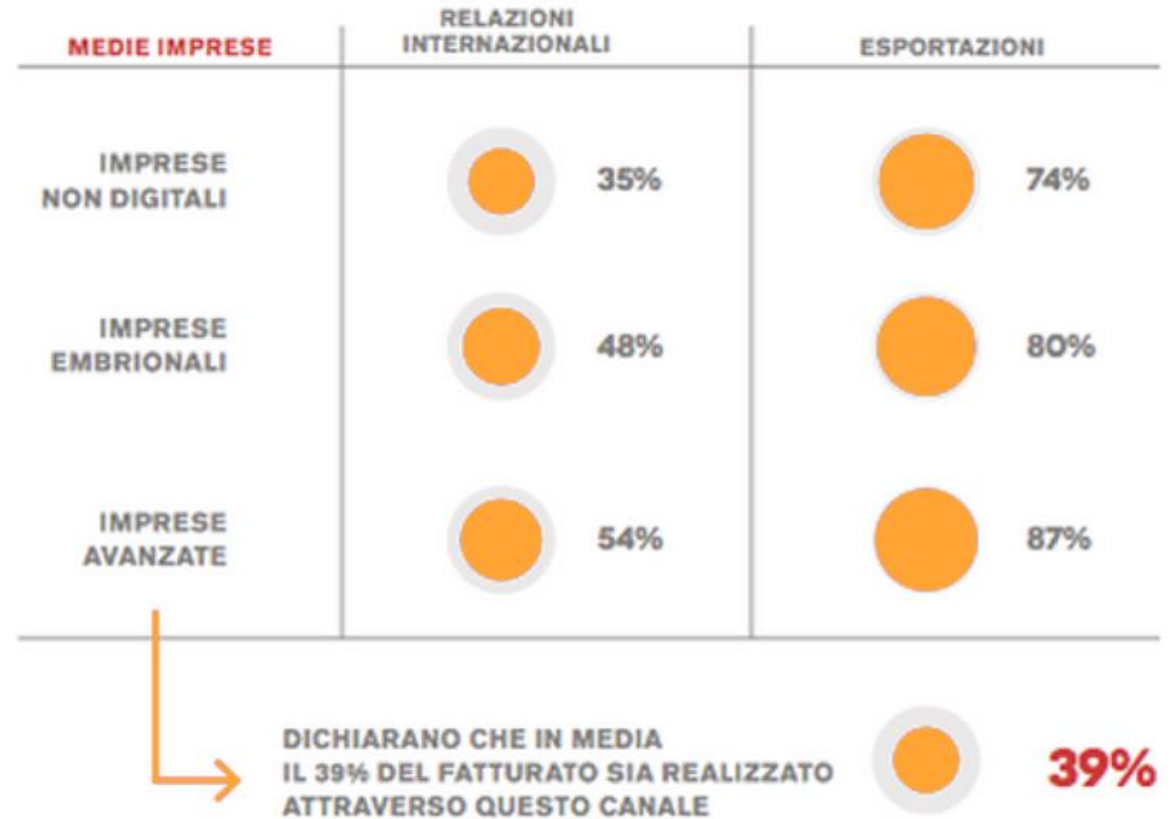


Da un'analisi condotta su un campione di 5.360 PMI emerge l'esistenza di una **relazione positiva tra digitalizzazione, internazionalizzazione ed esportazione**, particolarmente significativa soprattutto per le piccole imprese, **nelle quali il Digital è il mezzo chiave** per la gestione dei rapporti internazionali.

PICCOLE IMPRESE



MEDIE IMPRESE



SINTESI DEI RISULTATI

PICCOLE IMPRESE

- La percentuale di **piccole imprese digitalizzate** che intrattengono relazioni con l'estero è **quattro volte superiore** alla percentuale di quelle **non digitalizzate**
- Al crescere del livello di maturità digitale, **crece del 21%** la percentuale delle piccole **imprese che esportano**
- le **piccole imprese digitalizzate** che esportano realizzano in media il **24% del loro fatturato attraverso e-commerce diretto estero**.

MEDIE IMPRESE

- La percentuale di **medie imprese digitalizzate** che intrattengono relazioni con l'estero **crece di più del 50%** rispetto a quelle non digitalizzate
- Al crescere del livello di maturità digitale, **crece del 15%** la percentuale delle medie **imprese che esportano**
- Le **medie imprese digitalizzate** che esportano realizzano in media il **39% del fatturato attraverso e-commerce diretto estero**.


IN CONCLUSIONE

Lo scarso presidio dei social media e la bassa penetrazione del commercio elettronico testimoniano un utilizzo ancora embrionale e poco consapevole delle opportunità e delle funzionalità offerte dalla Rete alle imprese attive online.



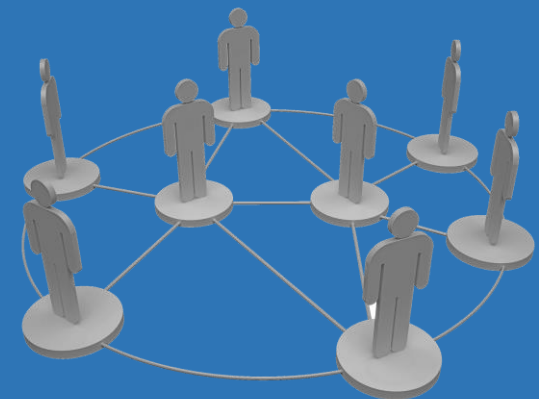
Sono inoltre poco diffusi i servizi dedicati alla **personalizzazione dei prodotti**, alla **tracciabilità degli ordini** online e al **recruiting**.

Appare inoltre spesso **sottovalutata la necessità di inserire in organico personale specializzato** nell'implementazione e gestione degli strumenti **Digital** ed **ICT**, così come l'importanza di integrare le modalità e gli strumenti operativi di Internet in tutta la catena del valore.




Il **problema è quindi di carattere culturale**, non solo in termini di competenze manageriali ed operative ma, soprattutto, di **consapevolezza delle opportunità** offerte dalla digitalizzazione alle imprese.

Le reti d'impresa – PMI e vantaggio competitivo



INTRODUZIONE

The image shows four hands, two from the top and two from the bottom, holding four blue puzzle pieces. The pieces are arranged in a 2x2 grid, with the top two pieces slightly separated from the bottom two. The hands are positioned as if they are about to fit the pieces together. The background is plain white.

Uno studio effettuato dall'Università Carlo Cattaneo sulle **Piccole-Medie Imprese di successo** (aventi un delta di redditività superiore del 20% rispetto alla media di settore), ha evidenziato che esiste una **forte correlazione** ed un **insieme di «leve comuni»** adottate dalle stesse.

Le PMI di successo presentavano tutte:

- Un vantaggio competitivo di differenziazione derivante da immobilizzazioni materiali ed immateriali unite (investimenti condivisi);
- Un'attenzione spasmodica ai costi;
- Focalizzazione sul core Business: concentrazione su una famiglia di prodotti con grande ampiezza di gamma
- Forte internazionalizzazione (più del 70%)
- Nessun off-shoring ma in-shoring
- Controllo della filiera, spesso attraverso una rete, i cui partner aggiungono marginalità e non solo complessità e fatturato

Qualsiasi **nicchia di prodotto** va intesa non come «piccolo mercato» ma come **nicchia di specializzazione estendibile al mercato globale**

Le **reti** sono aspetti fondamentali per avere accesso ad elementi essenziali come **pluralità di competenze ed informazioni di mercato.**



Per creare la **propria rete** è necessario sviluppare delle relation capability tra le quali:

- **Capacità di assorbimento**
- **Capacità di ricombinazione** tra competenze interne ed esterne



COME INIZIARE?

FOCUS GROUP: Reti d'impresa & la dimensione digitale

Scrivere a:

delegazionevenetotrentino@aidda.org

OGGETTO: Focus Group Reti&Digitale

Specificando i principali temi d'interesse

In collaborazione con

