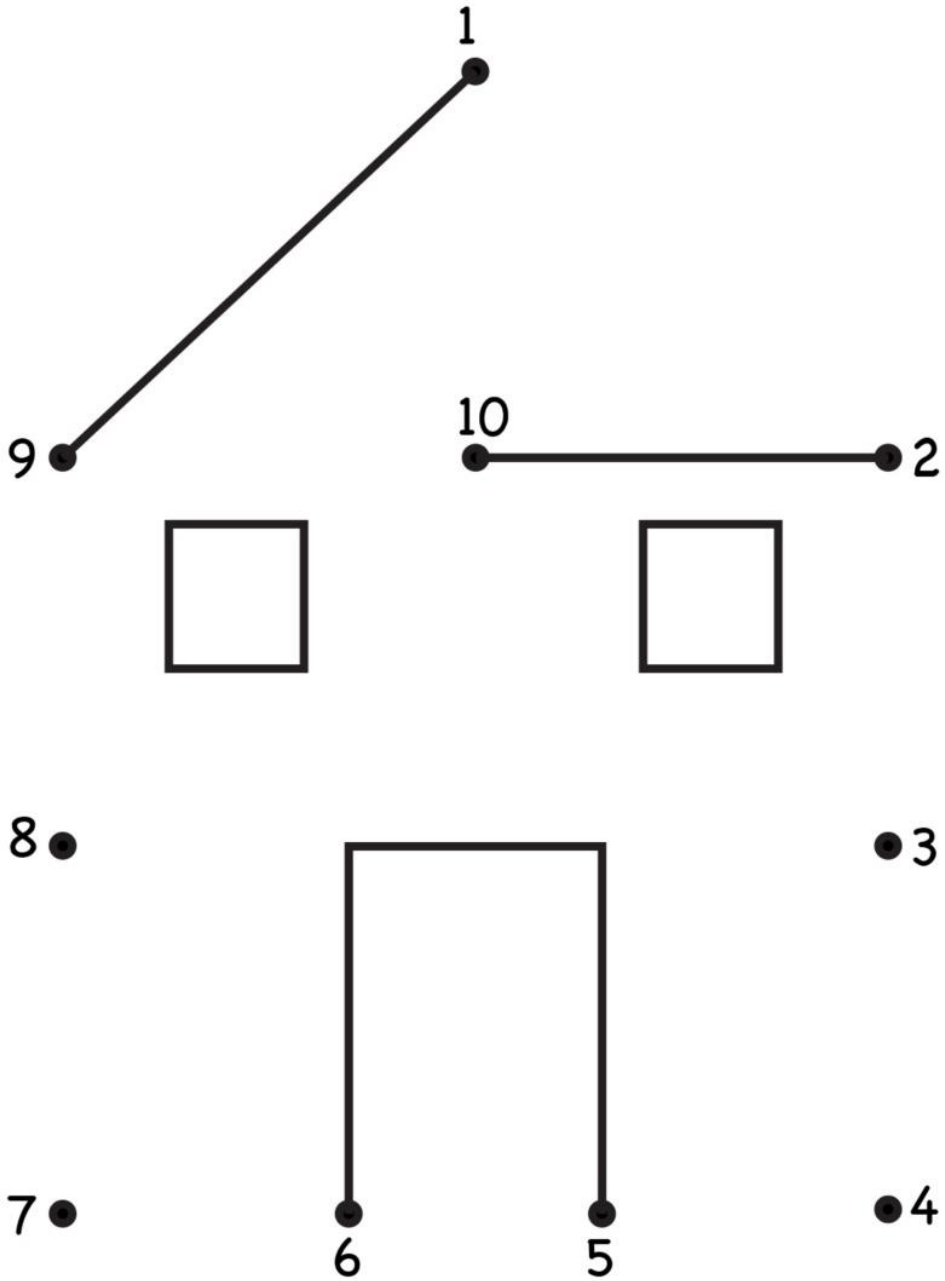


Cantiere Professionisti 2.0: percorsi di business

I Risultati del POLL

November 2016

EXECUTIVE SUMMARY

Il contesto

La fisionomia del mercato delle smart home sta velocemente cambiando anche perché i punti di contatto tra i produttori di smart home ed i clienti si stanno moltiplicando, e nuovi attori si stanno aggiungendo a quelli tradizionali. Tutti stanno cambiando la modalità di lavoro.

Oggi come ieri i professionisti (architetti, installatori, manutentori, progettisti, piccoli system integrator, ...) sono quelli che portano valori fondamentali all'interno delle filiere della smart home: entrano nelle case degli utenti e si guadagnano la loro fiducia… ma sarà cosi anche in futuro?

Come si inserirà il nuovo professionista delle smart home tra un approccio "fai da te" (DIY) e la vendita di nuovi servizi (Smart-Home-As-A-Service)? Cosa potrà fare per i suoi clienti tradizionali ma anche per i nuovi attori del mercato?

Gli strumenti moderni abbattono il tempo e il costo necessario per fare molte cose, le piattaforme di sviluppo disponibili in modalità «open» permettono di lavorare a nuove soluzioni in modo incrementale, beneficiando dei contributi di altri.

Cosa i professionisti 2.0 sapranno fare e vendere al meglio, e meglio di tutti gli altri? E perché? Il progetto «**cantiere professionisti 2.0: percorsi di business**» vuole provare a rispondere a queste domande.

Il progetto mira a costruire un **Manifesto** che definisca ed esponga i principi e gli obiettivi di coloro che si riconoscono nel ruolo di professionisti 2.0 per la Smart Home ed una **Business Roadmap** che individui un percorso comune e le azioni concrete a supporto di nuovi modelli di business verso gli obiettivi indicati nel manifesto.

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

EXECUTIVE SUMMARY

L'obiettivo del POLL

Il POLL si inserisce tra le attività del progetto «Cantiere professionisti 2.0: percorsi di business».

Il progetto è strutturato attraverso la realizzazione di un insieme di workshop interattivi e momenti di incontro con i protagonisti della filiera finale delle smart home (architetti, installatori, manutentori, progettisti, piccoli system integrator…) per approfondire e sintetizzare i loro bisogni reali e nuove idee su come vendere, progettare, installare e manutenere le smart home.

Il POLL ha voluto verificare quanto fosse sentita l'esigenza di una nuova modalità di lavoro per i professionisti delle smart home.Per farlo, sono stati coinvolti i diretti interessati, ma anche utenti finali e aziende fornitrici di servizi e soluzioni.

L'obiettivo finale è individuare quali siano le azioni più importanti ed immediate da portare avanti, quali aspetti devono essere approfonditi per primi e chi deve essere ancora ascoltato.

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

EXECUTIVE SUMMARY

La sintesi dei risultati

Il POLL ha dato conferma da parte di tutti i partecipanti della necessità di evoluzione della modalità di lavoro dei professionisti delle smart home.

La figura del professionista si conferma parte importante di ogni filiera, tra le varie possibili, anche se risulta essenziale una sua evoluzione sia per adeguare la formazione tecnica che per modificare le relazioni con partner, fornitori e clienti.

Peraltro i nuovi modelli di business non sembrano ancora completamente individuati e realizzati, in particolare proprio relativamente al ruolo del professionista: c'è spazio per lavorare soprattutto sulla proposizione del valore e sui canali di offerta e di vendita.

Le soluzioni chiavi in mano sono sempre più le proposizioni preferite da parte degli utenti, ciò comporta la necessita di un cambiamento delle relazioni tra professionisti che dovranno sempre più ragionare in ottica di cooperazione «inter-funzionale» rispetto all'approccio uno contro tutti che ancora domina il mercato.

Il POLL quindi conferma la necessità di una transizione della figura del professionista 2.0 che deve realizzarsi come evoluzione dello stato attuale, e non come rivoluzione, in modo da essere sostenibile economicamente da parte di tutti.

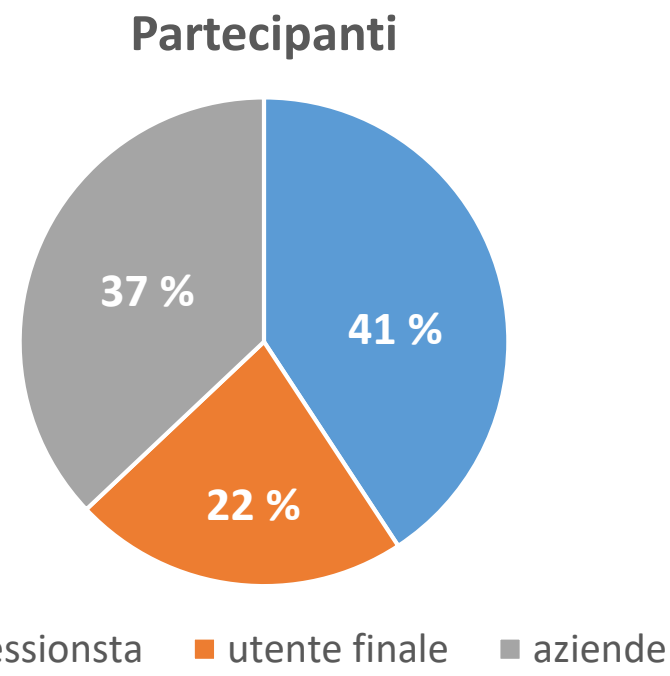
©CreAction 2016 - All Rights Reserved

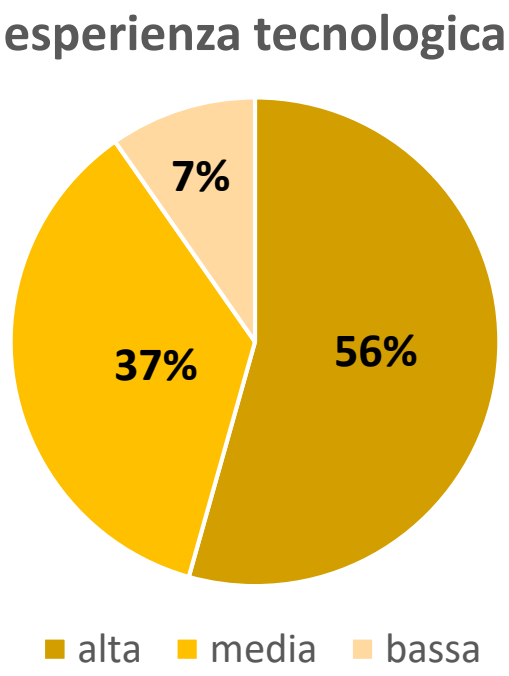
Chi ha partecipato

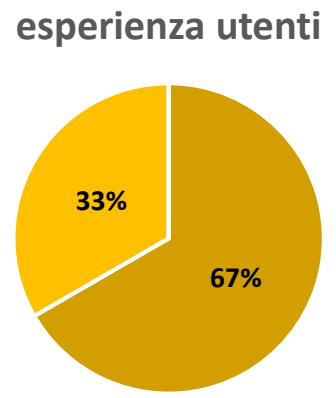
Hanno risposto al POLL professionisti, manager e imprenditori di aziende fornitrici di prodotti e servizi per le smart home e utenti finali.

La ripartizione numerica tra le categorie è stata equilibrata ed i partecipanti provenivano soprattutto dall'area geografica del centro-nord.

Il campione aveva un buona conoscenza delle tematiche tecnologiche e digitali.







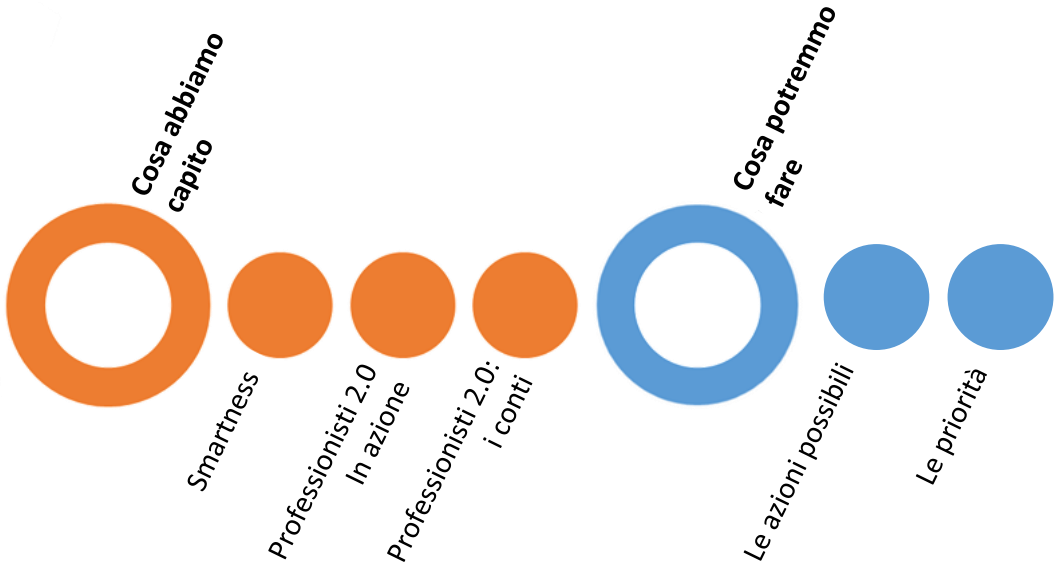
©CreAction 2016 - All Rights Reserved

L’architettura del POLL

Oltre alla consueta sezione anagrafica , il POLL è stato organizzato in due sezioni principali:

- Una sezione chiamata «**cosa abbiamo capito**» che ha proposto le «evidenze» derivanti dalle attività del progetto chiedendone una espressione di accordo o disaccordo . Questa sezione è stata focalizzata su tre aspetti: il concetto di «smartness», i comportamenti e le azioni dei professionisti e la sostenibilità economica di tali comportamenti ed azioni.

- Una sezione chiamata «**cosa potremmo fare**» che ha proposto alcune possibili azioni da fare in futuro sulla base dello stato dell’arte corrente, chiedendone una valutazione di grado di innovazione, fattibilità e priorità.



©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

La Smartness

I dati aggregati ci restituiscono un'immagine del professionista con un ruolo molto attivo nella gestione della smartness: co-protagonista nel processo di acquisto, possibile consulente per privacy e sicurezza delle applicazioni smart home, garante di soluzioni affidabili e disegnate sulle effettive necessità dell'utente.

Il campione ritiene che il concetto di smart home non sia così chiaro e diffuso tra i consumatori.

Poiché altre ricerche(*), viceversa, avvalorano una alta diffusione del concetto, è possibile che il nostro campione (principalmente composto da esperti e aziende collegate al settore) ritenga che le potenzialità di prodotti e soluzioni di smart home non siano ancora comprese fino in fondo. In particolare questa è l'opinione degli intervistati per le soluzioni smart home preconfezionate.

I dati aggregati non mostrano un interesse particolare nei confronti dell'approccio DIY e tecnologie abilitanti, ma questa visione cambia sostanzialmente quando si riaggregano i dati per categoria di rispondente (utente, azienda e professionista) : l'utente crede nell'approccio DIY, il professionista no.

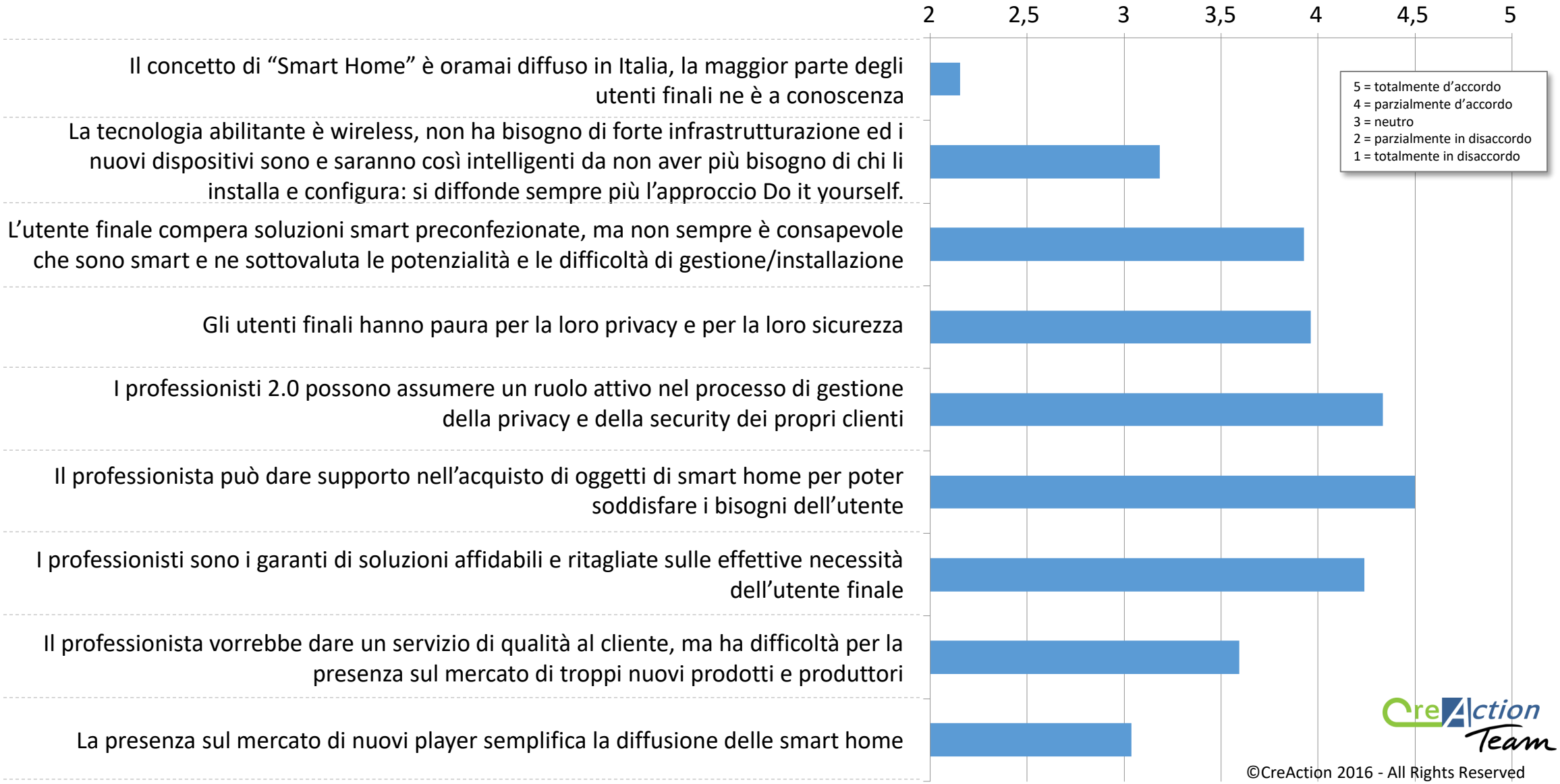
Infine i nuovi player non si sono ancora guadagnati uno spazio riconoscibile sul mercato.

(*) Internet of Things: il futuro è già presente! – Osservatorio Internet of Thinghs, Politecnico di Milano – Aprile 2016

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

La Smartness

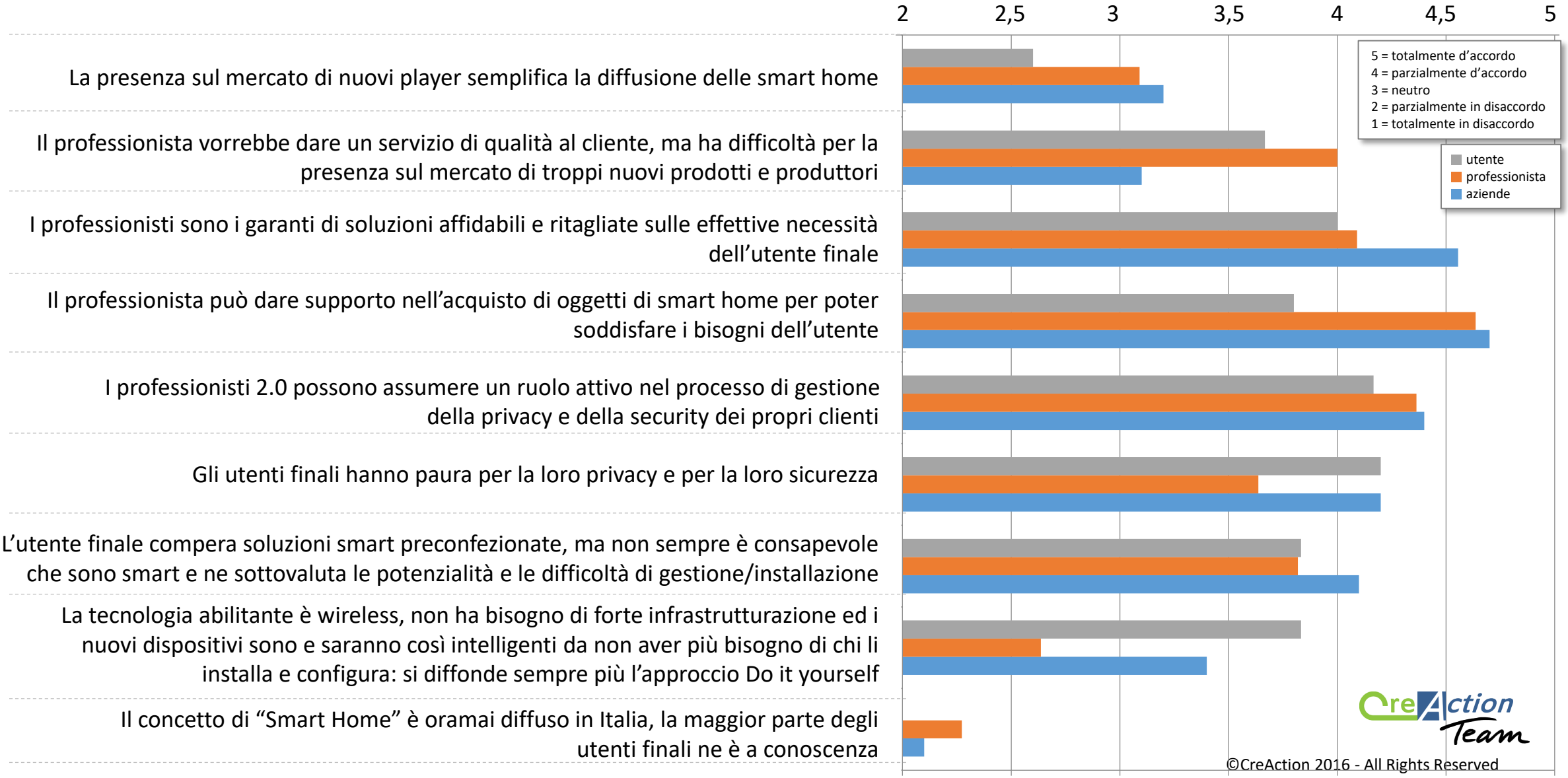


CreAction Team

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

La smartness



©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

I professionisti in azione

Il ritratto che i professionisti fanno di se stessi , con le sue luci ed ombre, è ampiamente confermato anche dagli operatori delle aziende del settore e dagli utenti.

La formazione, inclusa la formazione digitale, è un tema caldo, e tutti concordano sulla necessità di intervento, considerando anche che le soluzioni di smart home integrano sempre più spesso prodotti e sistemi di produttori differenti.

La cooperazione tra professionisti e discipline diverse è ancora un tema non risolto, anche a scapito del consumatore : la competizione di tutti con tutti è ancora il comportamento prevalente e non c'è ancora stata la trasformazione in competizione tra gruppi di progetto «chiavi in mano».

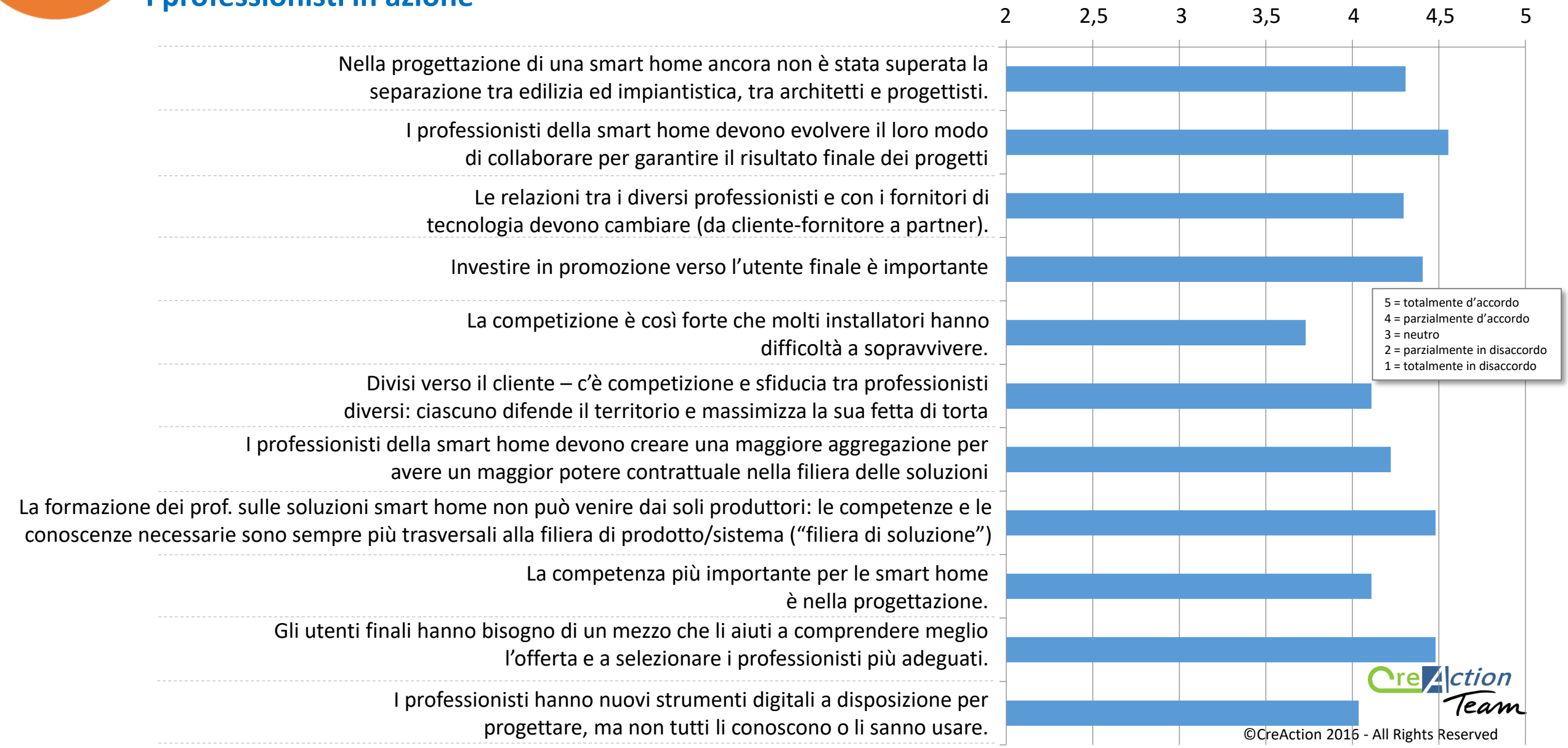
La possibile chiave di aggregazione tra professionisti diversi può essere trovata nella competenza di progettazione.

Infine anche i consumatori devono essere informati e formati, per diventare consumatori consapevoli.

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

I professionisti in azione

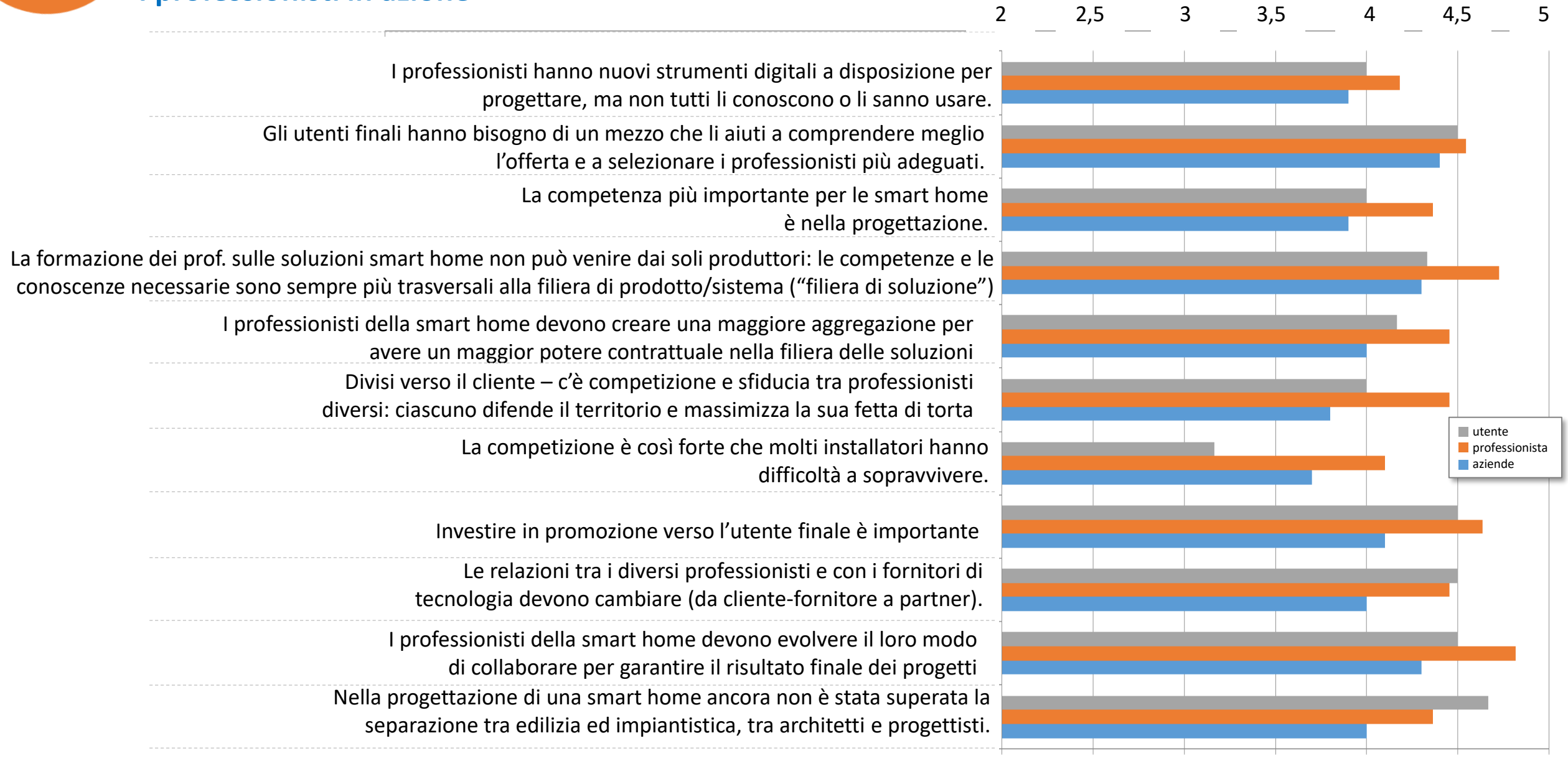


CreAction Team

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

I professionisti in azione



Cosa abbiamo capito

I conti dei professionisti

In questa sezione si sono affrontati i «conti» alla base dell'attività di un professionista delle smart home, per ragionare sulla sostenibilità economica dei possibili approcci.

Le risposte non mostrano un forte orientamento del campione: le aziende ed i professionisti sembrano affermare che la ripartizione dei costi e dei ricavi per soluzioni di smart home è distribuita equamente.

Il punto di vista sui nuovi business model non è ancora molto forte, il campione non ha mostrato un orientamento netto.

Come finanziare le smart home, al di là degli incentivi fiscali, rimane un problema dell'utente finale.

Le domande sono state poste anche agli utenti che, con le loro risposte, hanno restituito la loro percezione del valore relativo tra prodotto e servizio. Da questi dati viene una indicazione che da un lato sembra avvalorare il modello attuale di revenue 'product-based' (la percezione del valore è spostata sul prodotto), dall'altra pone l'accento sul costo sopportato da installatori e utenti nella adozione di nuovi prodotti e soluzioni.

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

I conti dei professionisti

CreAction Team

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa abbiamo capito

I conti dei professionisti

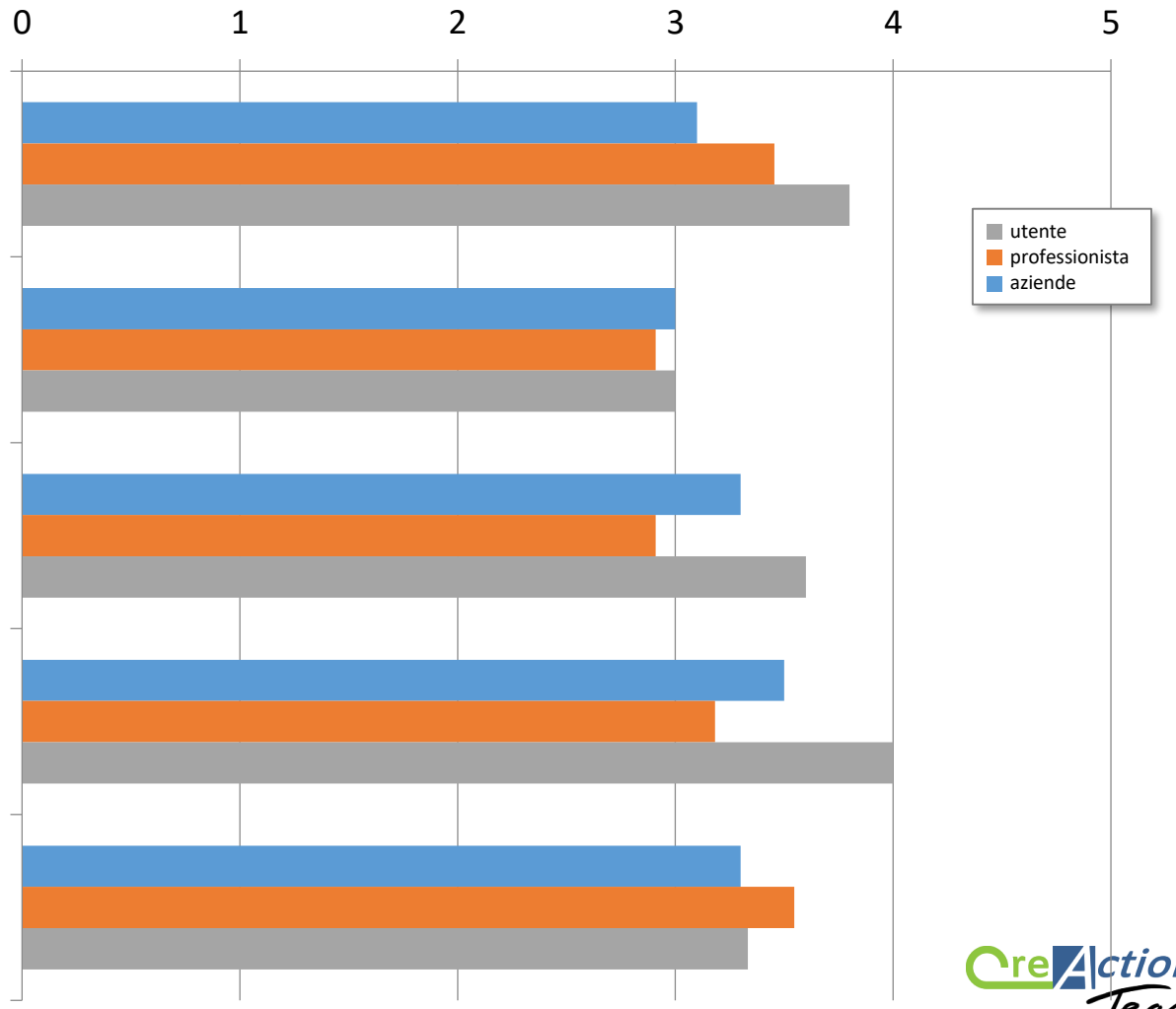
Nelle soluzioni di smart home il grosso della “torta” lo prendono i produttori.

I nuovi modelli di business fanno guadagnare di meno gli installatori.

I costi di gestione per gli installatori sono troppo alti.

Lo sviluppo del know-how degli installatori è costoso perché si sviluppa principalmente “in campo”.

Le banche non concedono finanziamenti ai professionisti per i progetti di smart home



CreAction Team

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Le azioni possibili

E’ stato chiesto al campione di valutare otto possibili idee di intervento (le azioni possibili) nell’area della offerta, della formazione e della organizzazione del lavoro dei professionisti, individuate e selezionate durante il «cantiere».

In particolare è stato richiesto di valutare il grado di innovazione e il grado di fattibilità delle azioni.

L’idea di trovare modi nuovi di formulare l’offerta di «soluzione chiavi in mano», in modo che sia facile per l’utente scegliere, è risultata la più innovativa e anche assai fattibile, ed è da segnalare che, a questa visione, hanno contribuito in modo significativo gli utenti finali, che ritengono una novità anche avere una maggiore chiarezza su qualità e valore offerto dai professionisti.

Viceversa, non è sembrato né particolarmente innovativo né fattibile chiedere ai professionisti di essere il riferimento degli utenti per la gestione di privacy e security.

Innovativa ma non particolarmente fattibile è risultata l’idea di utilizzare i professionisti per l’assistenza online nei canali diretti. Piuttosto, si pensa più realizzabile la più tradizionale vendita dei servizi dei professionisti via Internet.

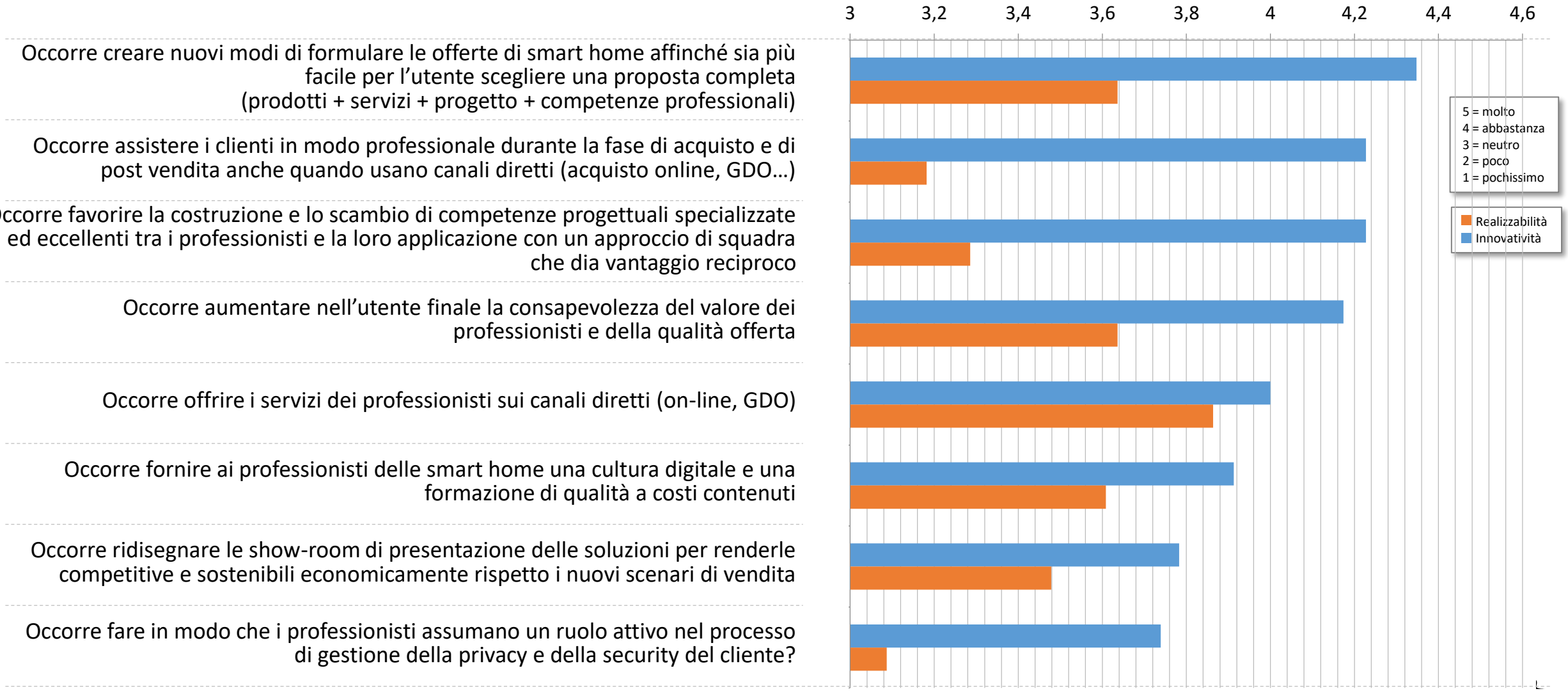
Allo stesso modo, l’idea di collaborare tra professionisti è vista come innovativa ma non particolarmente realizzabile. In tal senso è interessante notare che le aziende che collaborano con i professionisti sono quelle che più ritengono la cosa innovativa ma poco realistica.

La formazione digitale è ritenuta abbastanza innovativa e abbastanza fattibile, ma ancora una volta è interessante notare che il maggior interesse lo hanno mostrato gli utenti finali, i quali evidentemente si sentono spesso più preparati della controparte.

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

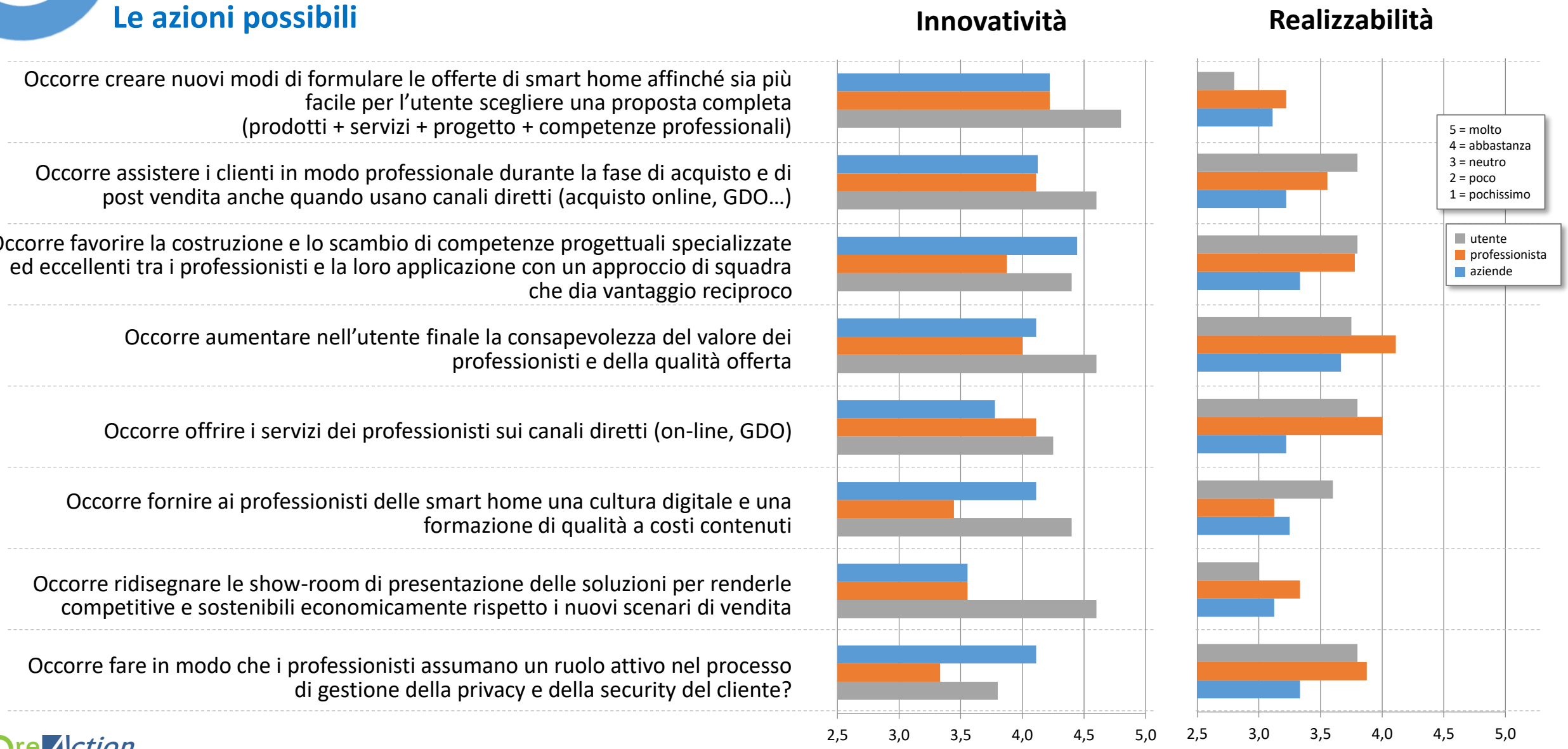
Cosa potremmo fare

Le azioni possibili



Cosa potremmo fare

Le azioni possibili



CreAction Team

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa potremmo fare

Le priorità

E’ stato infine richiesto di dare una priorità alle azioni individuate. Le risposte hanno indicato tre livelli diversi di priorità.

La massima priorità è stata attribuita alla ricerca di nuovi modi di organizzare meglio l’offerta di smart home in soluzioni complete che comprendano prodotti, servizi, progetto e adeguate competenze professionali.

Queste soluzioni dovrebbero essere valutabili da un utente finale capace di operare le proprie scelte in modo consapevole, che includa anche il valore portato dal professionista e la qualità del risultato ottenibile avvalendosi della prestazione di un esperto.

La media priorità include la formazione digitale dei professionisti, la costruzione di network di collaborazione di professionisti e l’utilizzo del canale online.

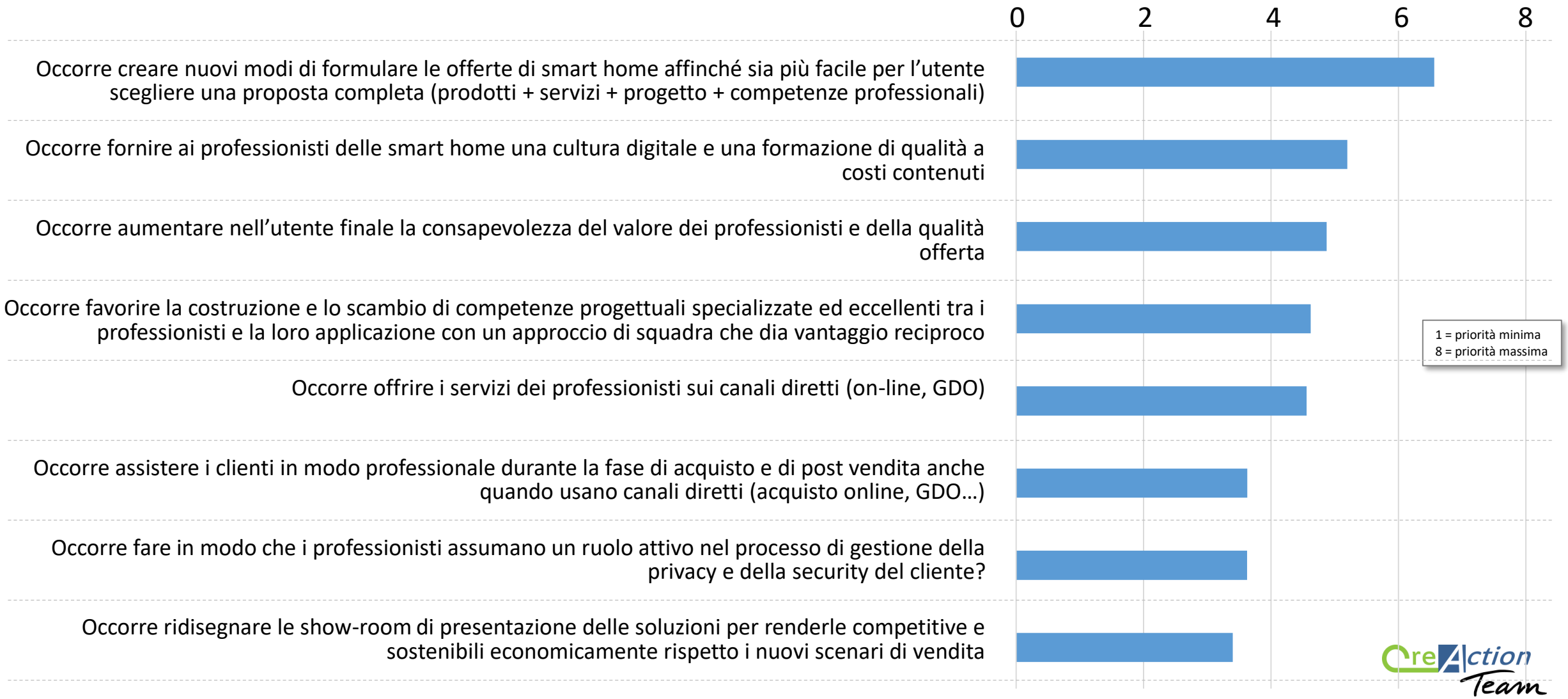
In bassa priorità sono considerati l’intervento dei professionisti su gestione di privacy e security, e la rivisitazione dei canali di vendita tradizionali (showroom) o l’affiancamento con servizi di assistenza ai canali diretti.

CreAction Team

©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa potremmo fare

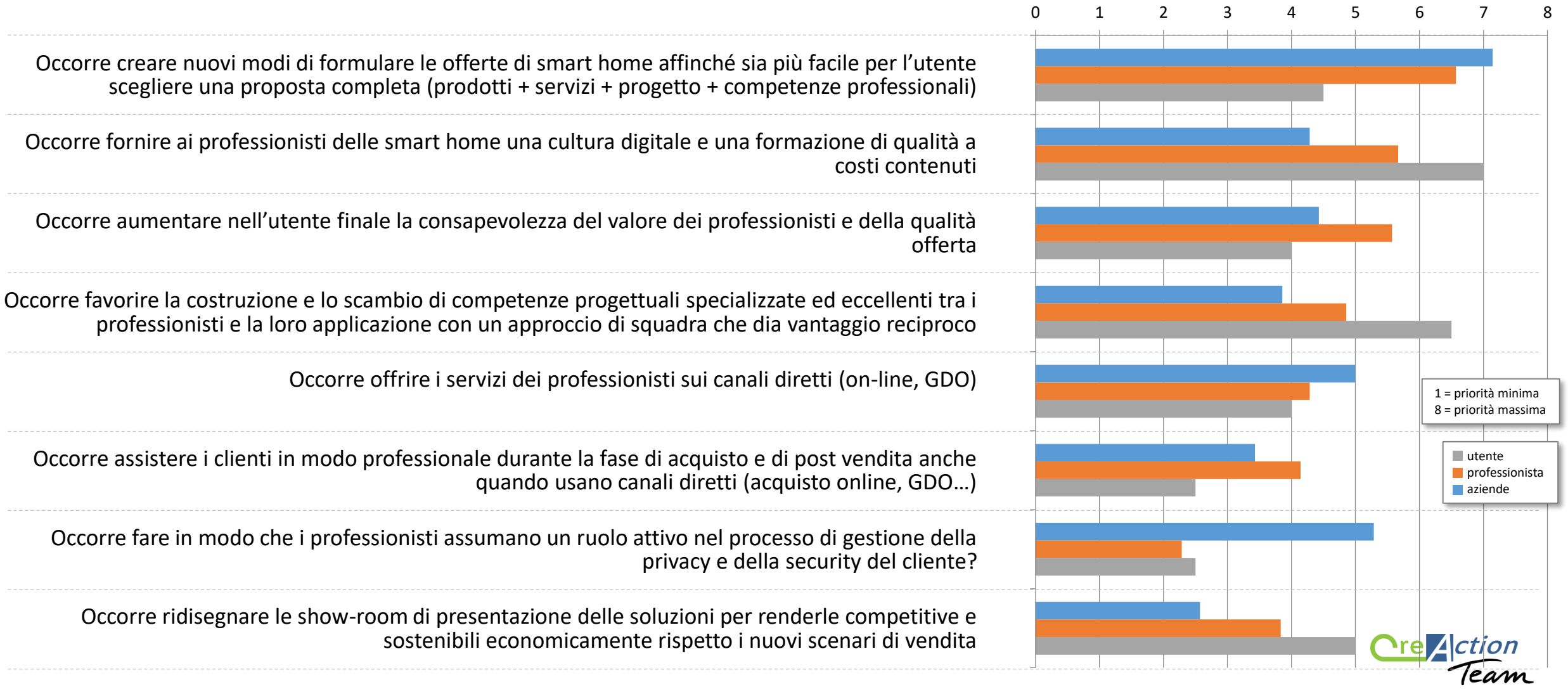
Le priorità



©CreAction 2016 - All Rights Reserved

Cosa potremmo fare

Le priorità



©CreAction 2016 - All Rights Reserved

creAction
Team
Thank you!
info@creaction.it