

# LA PAROLA AI NUMERI: PERCHÉ LA DIGITAL TRANSFORMATION È IMPORTANTE >>



Sponsorizzato da



## Sommario



Executive summary

3 >



Introduzione: l'imperativo digitale

5 >



01. La Digital Transformation Business Impact Scorecard

7 >



02. L'impatto quantificabile della digital transformation

10 >



03. Gli enabler tecnologici della digital transformation

14 >



04. Una roadmap per il successo della digital transformation

16 >

Ulteriori informazioni

17 >

### USO DI QUESTO PDF INTERATTIVO

L'interattività può variare sui tablet e smartphone in base al lettore di PDF installato e potrebbe non funzionare in modalità anteprima e-mail. Si consiglia di usare Adobe Acrobat Reader.



HOME  
(prima  
pagina)



SOMMARIO



INDIETRO  
pagina  
precedente



AVANTI  
pagina  
successiva

## Executive summary

**Nell'economia delle app, il controllo è nelle mani dei clienti. Interagiscono con l'azienda in modi nuovi e la loro user experience influenza fortemente le loro decisioni di acquisto. Ma soprattutto, le loro aspettative in termini di performance e sicurezza attraverso migliaia di punti di contatto digitali costringono l'azienda a soddisfare esigenze senza precedenti.**

Ecco perché molte aziende stanno valutando in che modo le nuove tecnologie digitali possono essere d'aiuto nel trasformare il business attuale, stimolarne la crescita e restare un passo avanti rispetto alla concorrenza attuale ed emergente.

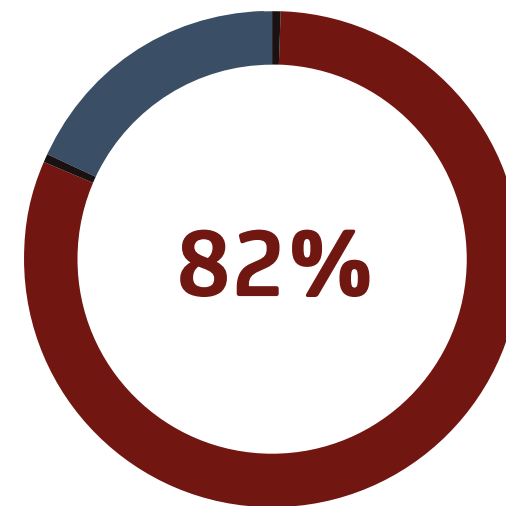
Ma quale è stato l'impatto dei loro sforzi? Per scoprirlo, CA Technologies ha commissionato a Coleman Parkes Research un sondaggio globale su un campione di 1.770 dirigenti di linee di business e IT.

Il nostro studio si pone due obiettivi. In primo luogo, esaminare l'impatto della digital transformation sulle performance di business. E in secondo luogo, valutare l'efficacia delle tecnologie chiave e delle procedure che le supportano.

Per valutare il successo delle iniziative di digital transformation delle imprese, abbiamo creato la Digital Transformation

Business Impact Scorecard, una scheda di valutazione basata sugli indicatori KPI solitamente utilizzati dalle imprese per misurare l'impatto della digital transformation su business agility, crescita del business, focus sui clienti ed efficienza operativa.

Abbiamo rilevato che le aziende stanno procedendo con la digital transformation. Circa l'82% ha adottato tecnologie digitali per ridefinire il modo in cui gestiscono il business e interagiscono con i clienti.



AZIENDE CHE IMPLEMENTANO LA DIGITAL TRANSFORMATION

**82%:** partecipanti che hanno adottato tecnologie digitali per ridefinire il modo in cui gestiscono il business e interagiscono con i clienti

### Le aziende colgono i vantaggi della digital transformation

- I ricavi da nuove fonti di business sono aumentati in media del 37%
- La customer satisfaction è cresciuta del 40%
- Il time-to-market è più veloce del 33%
- Il 74% delle aziende ha visto un miglioramento della customer experience
- Il 76% segnala un incremento della copertura digitale

La ricerca dimostra anche la correlazione tra le performance di business e le tecnologie e procedure alla base della digital transformation. Gli utilizzatori avanzati di metodologie Agile, DevOps, API Management (Application Programming Interface) e sicurezza basata su identità hanno registrato punteggi superiori del 52% nella Digital Transformation Business Impact Scorecard.

Il vantaggio della digital transformation è evidente. Questo report fornisce i dati necessari per plasmare l'approccio alla misurazione dell'impatto e offre una roadmap per orientare il business al successo nell'economia delle app.

*"Le aspettative dei clienti sono in crescita. Accedono e utilizzano più punti dati in tempo reale e i tempi di attesa sono considerati inaccettabili. Questo incide sulle performance dei sistemi e del software. Adattarsi significa realizzare una ristrutturazione completa dei nostri processi."*

**Responsabile pianificazione e produzione**, operatore ferroviario europeo

## Introduzione: l'imperativo digitale

**La rivoluzione digitale cambia il modo di lavorare dei clienti, nonché come comunicano e interagiscono con l'azienda. E soprattutto, cambia il modo in cui prendono le decisioni di acquisto.**

Ha anche dato vita alla cosiddetta "economia delle app". Nel 2007 le app mobile erano praticamente inesistenti<sup>1</sup>. Eppure si prevede che entro la fine del 2017 i download di app raggiungeranno quota 270 miliardi in tutto il mondo<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Fonte: Techopedia

<sup>2</sup> Fonte: Statista

L'immediatezza dei touchscreen dell'economia delle app ha modificato il paradigma delle aspettative dei clienti. Aspettative non solo per quanto riguarda il modo in cui vengono fornite, ma anche in termini di protezione dei dati su migliaia di punti di contatto digitali. Questo ha determinato uno spostamento dell'asse di controllo, sottraendolo all'azienda in favore dei clienti e partner. E sottopone l'IT e i sistemi di business a richieste senza precedenti.

L'azienda deve attuare un cambiamento radicale per restare competitiva in questa situazione. Le operations devono adattarsi alle esigenze dell'era digitale e dell'economia delle app. La digital transformation è diventata imprescindibile.

*"Risparmio sui costi, efficienza, una catena IT più Agile, maggiore competitività... sono tutti fattori determinanti per il nostro percorso digitale. Nell'ultimo decennio l'IT è diventato il principale motore del business."*

**Direttore marketing**, gestore europeo di telecomunicazioni

## DEFINIZIONI

**Digital transformation**

L'uso della tecnologia e delle comunicazioni digitali per ridefinire gli aspetti chiave di un'azienda, tra cui il coinvolgimento dei clienti, le attività e le principali operations, le modalità di lavoro, la produttività dei dipendenti, la gestione della supply chain e così via.

**Enabler della digital transformation**

**Agile:** metodi che consentono di realizzare e fornire i prodotti in modo incrementale, offrendo rapidamente valore ai clienti e mantenendo le attività di sviluppo allineate alle esigenze di business.

**API Management:** tecnologie, strumenti e processi per la pubblicazione, la documentazione e la supervisione delle API (Application Programming Interface)

in un ambiente sicuro e scalabile, per il monitoraggio del ciclo di vita delle API e per la soddisfazione delle esigenze degli sviluppatori e delle applicazioni che usano le API di un'azienda.

**DevOps:** processi e metodi di lavoro per aiutare i team di sviluppo IT e operations a collaborare lungo il ciclo di vita della tecnologia, dallo sviluppo alla produzione al supporto.

**Sicurezza incentrata sull'identità:**

la sicurezza incentrata sull'identità pone al centro l'identità dell'utente e utilizza il contesto, l'analisi comportamentale e l'analisi predittiva per verificare che i fruitori delle piattaforme digitali siano effettivamente chi dichiarano di essere. Il suo obiettivo consiste nel creare relazioni digitali attendibili per fare in modo che le persone possano accedere ai dati aziendali sui device che preferiscono, ovunque e in qualsiasi momento.

*"La nostra vision è permettere ai nostri clienti di gestire le proprie transazioni e l'accesso ai dati alla velocità e nel luogo che preferiscono."*

VP tecnologia e compliance, organizzazione bancaria statunitense



# 01. La Digital Transformation Business Impact Scorecard

## Informazioni preliminari

La ricerca ha rivelato un dato incoraggiante, ovvero che le basi per la digital transformation sono a buon punto nelle aziende intervistate (fig. 1).

Circa quattro quinti dei partecipanti hanno predisposto una vision di cambiamento (81%), hanno investito in un team di leadership per guidare la trasformazione (80%) e hanno adottato la tecnologia digitale per ridefinire il

modo in cui gestiscono il business e interagiscono con i clienti (82%).

Per l'84% delle aziende, la massima priorità è investire in risorse con le competenze necessarie. La rapidità del cambiamento nella tecnologia digitale fa sì che investire in personale con competenze adeguate sia una sfida continua per le aziende che vogliono diventare aziende digitali.

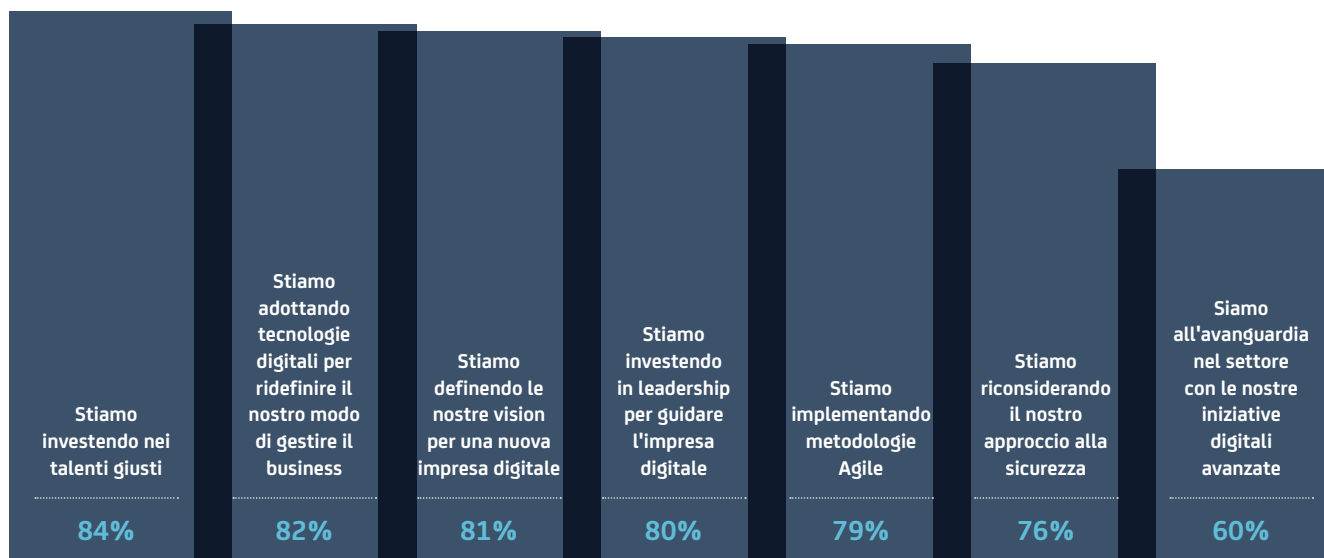
## Concretizzazione nel business

Attuare la trasformazione è solo il primo passo. Valutare come incide effettivamente sul business e come lo aiuta a raggiungere i suoi obiettivi è tutta un'altra sfida.

Abbiamo progettato la Digital Transformation Business Impact Scorecard per misurare gli effetti della

attività di trasformazione delle aziende. La Scorecard si basa su 14 indicatori KPI in aree come business agility, crescita del business, focus sui clienti ed efficienza operativa (fig. 2, pag. 8). Abbiamo posto domande specifiche agli intervistati per valutare le loro aziende in base a questi KPI e abbiamo indicizzato i risultati a 100 per poterli confrontare.

D.: È D'ACCORDO O IN DISACCORDO CON LE SEGUENTI AFFERMAZIONI SULLE INIZIATIVE DIGITALI (PERCENTUALE DI ACCORDO):



L'84% delle aziende sta investendo nel talento necessario per supportare la digital transformation

FIG. 1 OBIETTIVO ATTUALE PER LA DIGITAL TRANSFORMATION

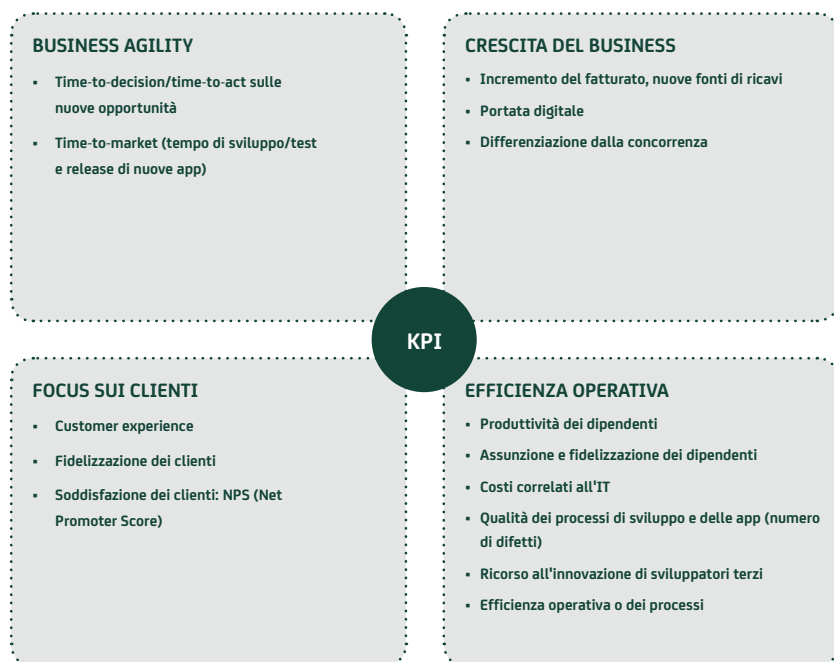


FIG. 2 KPI DELLA DIGITAL TRANSFORMATION BUSINESS IMPACT SCORECARD

Il punteggio medio sul campione globale è stato un relativamente modesto 53 su 100. Anche se stanno compiendo passi avanti, è evidente che le aziende non sono ancora pronte per realizzare l'impatto di business delle loro iniziative digitali.

**Stelle nascenti**

Con un punteggio medio di 63, le aziende americane registrano i vantaggi maggiori dalla digital transformation. Con 56, quelle nell'area Asia-Pacifico e Giappone (APJ) presentano un punteggio di poco superiore alla media globale, mentre la regione EMEA è di poco indietro, con 47.

Approfondendo l'analisi, si evidenzia un trend illuminante. I punteggi a livello di paese mostrano che le aziende nelle

economie emergenti sono quelle che osservano l'impatto maggiore dalle proprie iniziative digitali (fig. 3). Le cinque nazioni con i punteggi maggiori sono India (79), Tailandia (71), Brasile (69), Indonesia (66) e Malesia (64).

Questo potrebbe essere spiegato prima di tutto dai livelli più bassi di adozione digitale in quei mercati. Questo significherebbe che ogni investimento digitale offre a un'azienda un maggiore vantaggio competitivo. È anche probabile che queste aziende abbiano meno sistemi legacy da dover tenere in considerazione. La possibilità di iniziare da zero attrezzandosi per l'economia delle app dovrebbe favorire risultati più rapidi e consistenti.

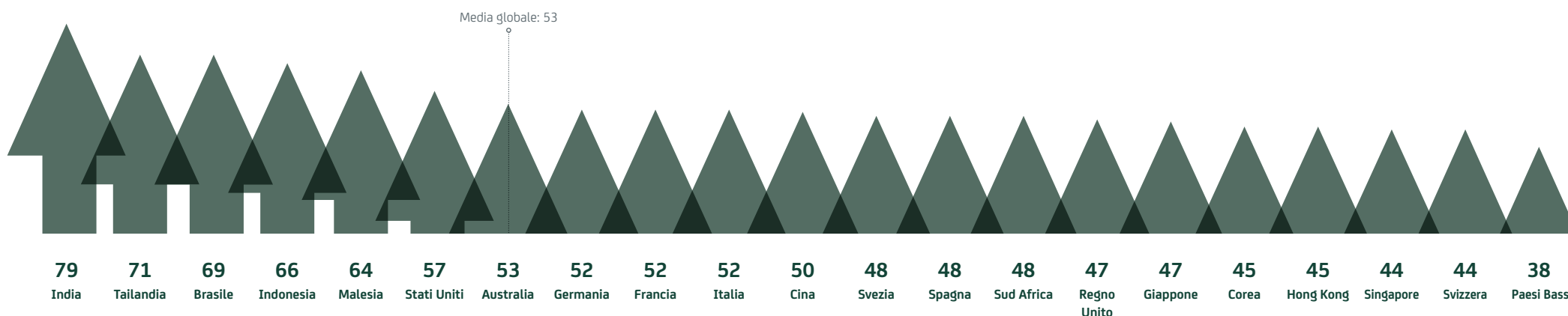


FIG. 3 DIGITAL TRANSFORMATION BUSINESS IMPACT SCORECARD: PUNTEGGI PER PAESE



### Una prospettiva di settore

I tre settori con punteggi più elevati nella Digital Transformation Business Impact Scorecard sono le telecomunicazioni (59 punti), i servizi finanziari (57 punti) e la pubblica amministrazione (56 punti) (fig. 4).

I primi due risultati probabilmente si spiegano facilmente: le telecomunicazioni sono per definizione un settore digitale, mentre i servizi finanziari sono sempre stati un settore tecnologicamente avanzato. Entrambi devono anche affrontare sfide enormi per il core business da una nuova categoria di competitor puramente digitali.

L'elevato punteggio della pubblica amministrazione può apparire sorprendente, ma è un settore nel quale sono stati effettuati consistenti investimenti digitali negli ultimi anni. È un trend spinto dalla necessità di migliorare i servizi, facendo di più con meno.

*"Come ente pubblico, la riduzione dei costi è una priorità importante che guida il nostro percorso digitale."*

**Responsabile ICT**, ente pubblico locale del Regno Unito

I tre settori con punteggi più elevati nella Digital Transformation Business Impact Scorecard sono le telecomunicazioni (59), i servizi finanziari (57) e la pubblica amministrazione (56)

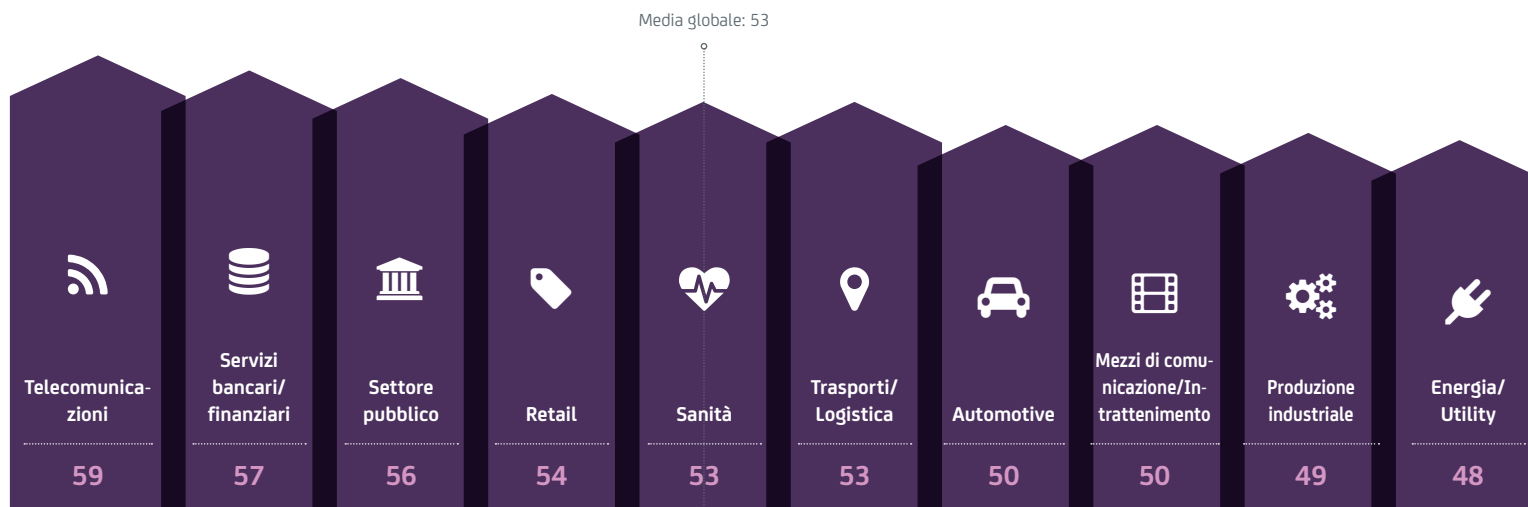


FIG. 4 DIGITAL TRANSFORMATION BUSINESS IMPACT SCORECARD: PUNTEGGI PER SETTORE

## 02. L'impatto quantificabile della digital transformation

### Cosa indicano i risultati sull'impatto della digital transformation sugli aspetti delle performance di business presi in esame?

#### Business agility

L'economia delle app è caratterizzata dalla velocità e richiede necessariamente velocità. Quando gli utenti esigono aggiornamenti regolari delle app, i cicli del software sono brevi, a volte nell'ordine di qualche settimana. È quindi essenziale ridurre il time-to-decision e il time-to-market.

In questo contesto è incoraggiante osservare che le aziende hanno osservato un netto miglioramento dell'agility grazie ai propri investimenti digitali. I partecipanti al sondaggio affermano che il time-to-market è migliorato del 33% in media e che il tempo necessario per prendere decisioni si è ridotto del 32% (fig. 5).

#### Crescita del business

L'economia delle app sta aprendo i mercati a nuove realtà dirompenti. Questo può rappresentare una minaccia per il core business dell'azienda, ma anche un'occasione per creare nuove offerte e conquistare nuovi clienti.

Le aziende sembrano comprendere l'opportunità. Gli intervistati hanno segnalato un miglioramento positivo delle loro prospettive di crescita (fig. 6 nella pagina successiva).

*"Digital transformation significa muoversi alla velocità dei requisiti."*

**Responsabile pianificazione e produzione**, operatore ferroviario europeo

KPI	Numero di settimane (prima della digital transformation)	Numero di settimane (dopo la digital transformation)	% di miglioramento
Time-to-decision/time-to-act sulle nuove opportunità	13,76	9,36	32%
Time-to-market (tempo di sviluppo/test e release di nuove app)	16,62	11,19	33%

FIG. 5 IMPATTO DELLA DIGITAL TRANSFORMATION SULLA BUSINESS AGILITY

La digital transformation ha favorito nuovi flussi di ricavi mediamente nell'ordine del 37%. E più di tre quarti (76%) dei partecipanti afferma di avere migliorato la propria "portata digitale". In altri termini, riescono più facilmente

a raggiungere i clienti, entrare in nuovi mercati e sviluppare nuovi flussi di ricavi grazie alle proprie tecnologie e offerte digitali. Al contempo, il 69% segnala una migliore differenziazione rispetto alla concorrenza.

*"Le nostre iniziative digitali sono guidate dal business, come dovrebbero."*

VP tecnologia e compliance, organizzazione bancaria statunitense

La digital transformation ha migliorato la "portata digitale" per il **76%** degli intervistati. Il **69%** segnala una migliore differenziazione rispetto alla concorrenza, mentre i ricavi da nuovo business sono cresciuti del **37%**

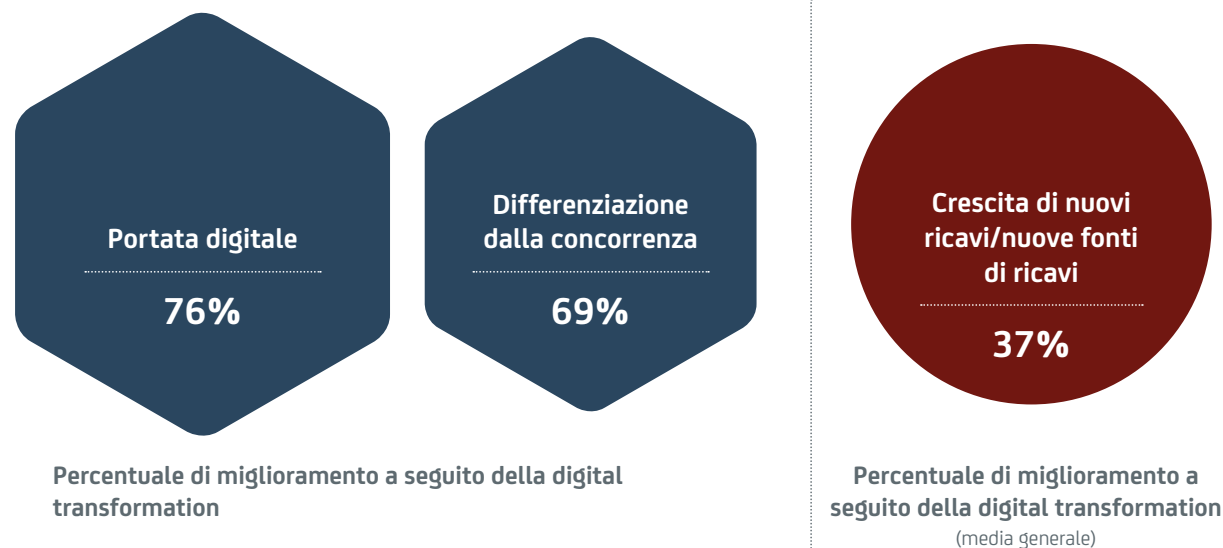


FIG. 6 IMPATTO DELLA DIGITAL TRANSFORMATION SULLA CRESCITA DEL BUSINESS

### Focus sui clienti

I clienti di oggi sono più propensi a interagire con l'azienda tramite un'app che di persona. E hanno aspettative elevate in termini di performance digitale: la ricerca suggerisce che si aspettano tempi di download inferiori a sei secondi.

In questo senso, nell'era digitale le app rappresentano il brand. Ed è quindi palese che si corre il rischio di perdere i clienti, se la digital experience che ricevono è insoddisfacente.

Dalla nostra ricerca emerge che le aziende rispondono a questa pressione e che i loro sforzi di digital transformation stanno producendo un effetto positivo sul coinvolgimento dei clienti (fig. 7). Per il 74% delle aziende, la customer experience è migliorata. Fidelizzazione e soddisfazione dei clienti, invece, sono aumentate di circa due quinti (38% e 40% rispettivamente).

*"In sostanza, i clienti vogliono più applicazioni, in meno tempo, con maggiore flessibilità, su una gamma più ampia di device."*

**Direttore IT**, azienda sanitaria pubblica degli Stati Uniti

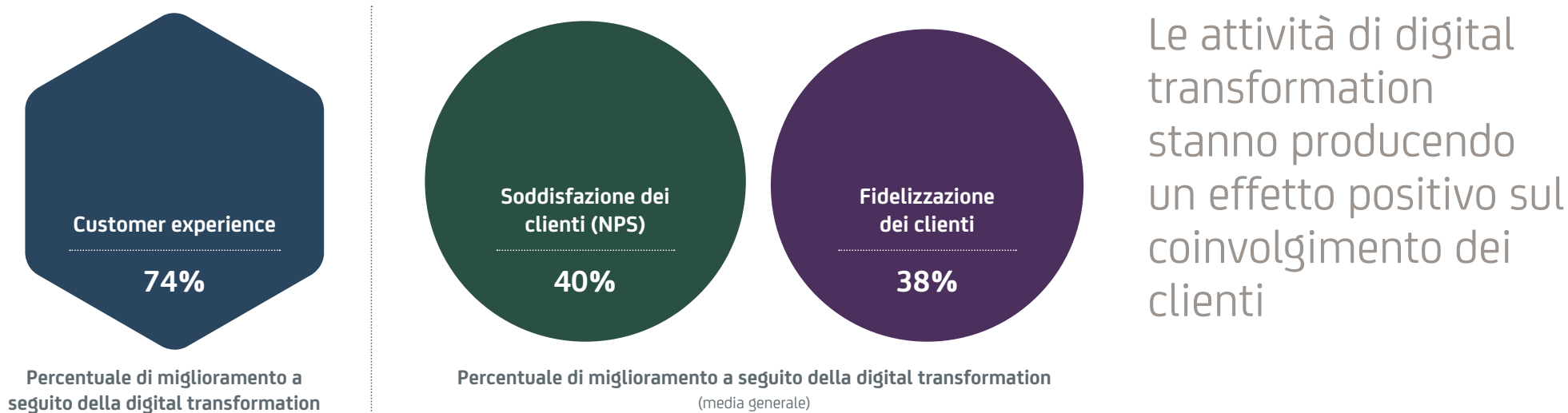


FIG. 7 IMPATTO DELLA DIGITAL TRANSFORMATION SUL FOCUS SUI CLIENTI

### Efficienza operativa

L'efficienza è fondamentale se le aziende vogliono muoversi rapidamente nell'economia delle app in costante evoluzione. Inoltre, libererà risorse che possono essere investite nella digital transformation. Occorre anche attrarre e conservare le risorse con le competenze necessarie per guidare le iniziative digitali che sono fondamentali per il successo.

Le aziende stanno aumentando l'efficienza operativa complessiva grazie

alla digital transformation (fig. 8). I due elementi fondamentali dell'efficienza sono migliorati di circa due quinti: la produttività dei dipendenti è cresciuta del 39% e l'efficienza operativa del 38%.

Lo stesso vale per gli altri indicatori di efficienza misurati. I costi IT sono scesi del 37%, mentre la qualità dello sviluppo è cresciuta del 39%, il che indica che vengono sviluppate app migliori con una spesa inferiore. Al contempo, 7 aziende su 10 segnalano maggiore efficienza

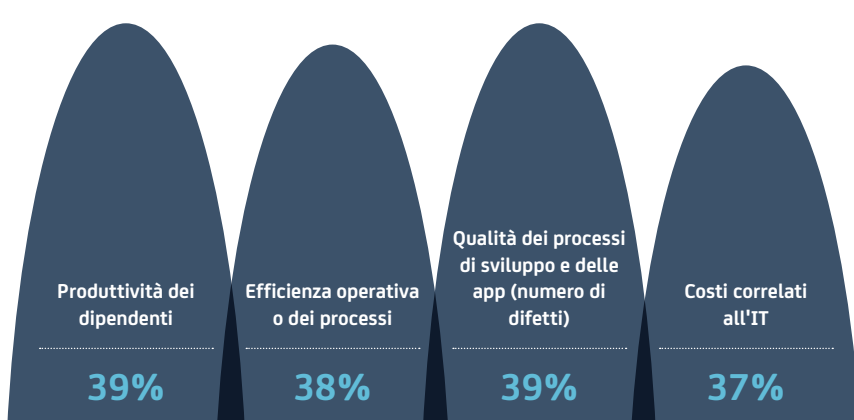
nella selezione e nella conservazione del personale.

In uguale misura indicano un maggiore impiego dell'innovazione di sviluppatori di terze parti. Questo è un vantaggio considerevole nell'economia delle app. Significa che le aziende possono avvalersi di un potente ecosistema di sviluppatori per migliorare costantemente la propria offerta basata su app.

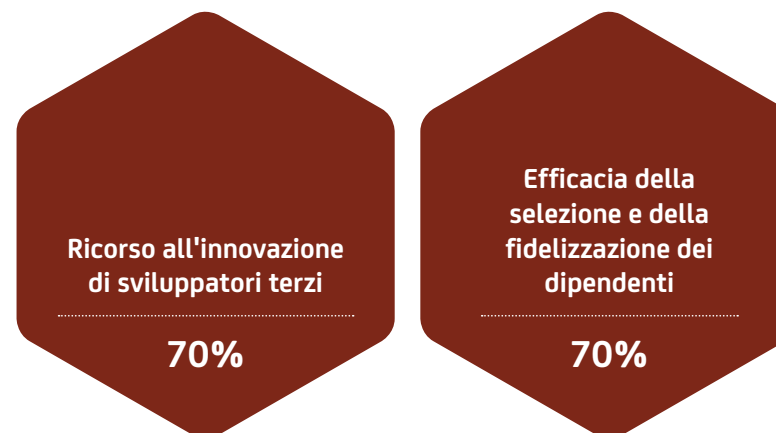
*"Un importante driver di business nel nostro percorso digitale è la necessità di ridurre i costi e snellire l'intero processo... ci consentirà di risparmiare molto sul lungo periodo."*

**Direttore IT**, azienda sanitaria pubblica degli Stati Uniti

## L'efficienza operativa sta aumentando complessivamente grazie alla digital transformation



Percentuale di miglioramento a seguito della digital transformation  
(media generale)



Percentuale di miglioramento a seguito della digital transformation

### 03. Gli enabler tecnologici della digital transformation

**L'economia delle app impone il ripensamento del ruolo del software nella strategia aziendale e la collocazione del software al centro del business. Qualunque sia il modello di vendita, l'azienda deve essere in grado di progettare, sviluppare e implementare in modo efficace il software necessario per l'offerta digitale.**

Questo significa costruire e integrare procedure Agile e DevOps nella cultura aziendale e utilizzare le API per aumentare l'efficienza e attingere all'innovazione dei partner. Significa anche comprendere il nuovo panorama della sicurezza e l'importanza di proteggere le identità senza compromettere la qualità della customer experience.

Agli intervistati abbiamo posto domande in merito alle tecnologie e alle procedure essenziali per la digital transformation, ovvero metodologie Agile, API management, procedure DevOps e sicurezza incentrata sull'identità. Questo ci ha permesso di classificare ogni azienda come utilizzatore avanzato, di base o limitato di questi enabler. Abbiamo quindi analizzato l'impatto di questi livelli di maturità sulle performance di business.

#### Alto livello di adozione, basso livello di maturità

I nostri risultati suggeriscono che l'adozione di queste tecnologie e procedure abilitanti è elevata. La maggior parte dei partecipanti ha esperienza in entrambe. Molti, però, sono a uno stadio poco avanzato di maturità e devono ancora implementarle pienamente nelle aziende (fig. 9).

Gli utilizzatori avanzati sono in minoranza per quanto riguarda Agile (33%), DevOps (36%) e sicurezza incentrata sull'identità (25%). Sul fronte API Management, gli utilizzatori avanzati sono in leggera maggioranza (53%).

L'adozione di tecnologie e procedure abilitanti è elevata, anche se molti partecipanti devono ancora implementarle pienamente nell'azienda.

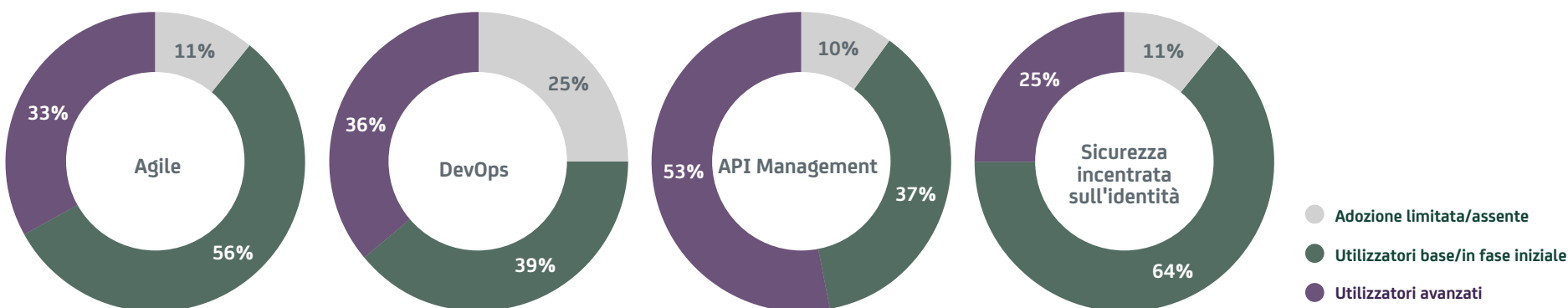


FIG. 9 MATURITÀ DELL'UTILIZZO DEGLI ENABLER DELLA DIGITAL TRANSFORMATION

Con il passaggio da un livello base a un livello avanzato di adozione di metodi Agile, DevOps, API Management e sicurezza incentrata sull'identità, migliora notevolmente l'impatto della digital transformation sul business



### Con l'aumento della maturità, aumenta l'impatto sul business

Per misurare l'impatto di queste tecnologie e procedure, abbiamo mappato il livello di maturità dei partecipanti rispetto ai risultati della Digital Transformation Business Impact Scorecard.

In ogni caso, gli utilizzatori avanzati presentano performance superiori rispetto agli utilizzatori base (fig. 10). Con il passaggio dal livello base al livello avanzato di adozione, i punteggi salgono in misura variabile tra il 24% e il 52%.

Inoltre, gli utilizzatori avanzati mostrano punteggi decisamente superiori rispetto alla media generale (53) per ogni enabler. Tali punteggi variano da 65 per l'utilizzo avanzato delle metodologie Agile a 73 per la maturità di API Management.

I dati confermano chiaramente i vantaggi di business derivanti dal maggiore utilizzo di queste tecnologie e procedure come parte integrante di un programma di digital transformation.

FIG. 10 IMPATTO SUL BUSINESS DELL'UTILIZZO MATURO DEGLI ENABLER DELLA DIGITAL TRANSFORMATION

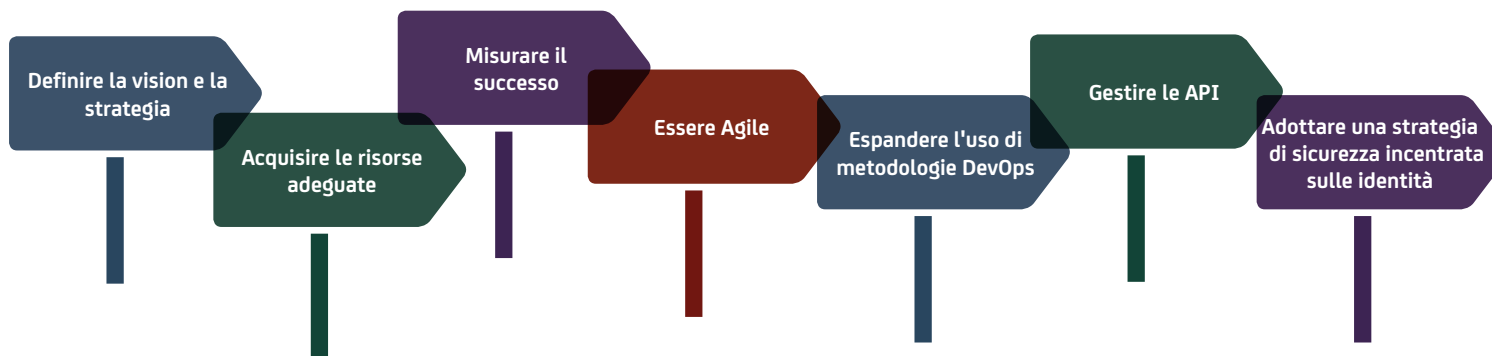
## 04. Una roadmap per il successo della digital transformation

**Dallo studio emerge chiaramente che più si sale lungo la curva di maturità digitale, migliore è la performance aziendale. Risulta tuttavia altrettanto chiaro che le aziende hanno ancora un lungo cammino da affrontare sul percorso verso la digital transformation.**

Come si può fare in modo che la trasformazione funzioni per il business? Come si fa a sviluppare strategie per impiegare le tecnologie sottostanti e le procedure più efficaci per migliorare le performance di business?

Riteniamo che esistano sette tappe fondamentali per completare con successo un percorso di digital transformation. Maggiore è l'adozione e l'integrazione di queste azioni nell'azienda, maggiore sarà l'impatto delle iniziative di digital transformation.

- 1. Definire la vision e la strategia digitale.** Non è sufficiente ravvivare la presenza sul web e sviluppare app: ridefinire il modello di business deve essere la massima priorità. Diventare un'impresa digitale significa ridefinire la value proposition, il posizionamento competitivo e il modello operativo in funzione dell'economia delle app.
- 2. Acquisire le risorse adeguate.** Per il successo in ambito digitale è essenziale disporre delle persone e delle competenze giuste: da un team di leadership capace di dare vita a un'impresa digitale fino alle competenze critiche in fatto di tecniche e business digitale.
- 3. Misurare il successo.** È importante progettare una scorecard per valutare l'impatto della digital transformation. Misurando i 14 indicatori analizzati è possibile dimostrare al senior management, e a tutta l'azienda, il reale valore della digital transformation.
- 4. Essere Agile.** Implementare metodologie e procedure Agile in tutta l'azienda, non solo nei team di sviluppo. L'approccio Agile permette infatti di riconoscere i cambiamenti e reagire in modo rapido e sicuro. Lo studio ha dimostrato che le aziende che adottano principi Agile a 360 gradi ottengono risultati di business più soddisfacenti.
- 5. Espandere l'adozione delle metodologie DevOps.** È necessario integrare l'approccio DevOps nella cultura IT. La ricerca ha dimostrato che l'impatto sul business è direttamente proporzionale all'estensione e alla profondità di integrazione.
- 6. Gestire le API.** Adottare strumenti in grado di automatizzare i processi di compilazione, release e deployment delle API, monitorandone la performance e fornendo dati analitici sui clienti. Lo studio ha dimostrato che il fattore che incide maggiormente sui risultati di business è l'utilizzo avanzato degli strumenti di API Management.
- 7. Adottare una strategia di sicurezza incentrata sulle identità.** Nell'economia delle app è l'identità a rappresentare il nuovo perimetro della sicurezza. Questa nuova prospettiva richiede un approccio differente alla sicurezza, che sia in grado di comprovare l'identità degli utenti che accedono alle piattaforme digitali. La ricerca dimostra che l'utilizzo di funzioni analitiche legate al contesto e al comportamento, unite a metodologie di sicurezza più predittive, può portare a un significativo miglioramento dei risultati.





## Ulteriori informazioni

### Metodologia di indagine

Coleman Parkes Research ha intervistato i decision-maker di reparti business e IT di 1.770 grandi aziende con sede in America, nell'area EMEA e nell'area APJ (Asia-Pacifico e Giappone).

Il fatturato annuo delle aziende prese a campione è superiore a 1 miliardo di dollari (o 0,5 miliardi di dollari in alcune economie più piccole).

I partecipanti sono stati selezionati all'interno di 10 settori verticali in 21 paesi.

I settori inclusi nel sondaggio sono:

-  Automotive
-  Energia/Utility
-  Servizi bancari e finanziari
-  Sanità
-  Produzione industriale
-  Mezzi di comunicazione/Intrattenimento
-  Pubblica amministrazione (nazionale)
-  Retail
-  Telecomunicazioni
-  Trasporti/Logistica

I paesi inclusi nel sondaggio sono:

America	EMEA	APJ
Brasile	Francia	Australia
Stati Uniti	Germania	Cina
	Italia	Corea
	Paesi Bassi	Giappone
	Regno Unito	Hong Kong
	Spagna	India
	Sud Africa	Indonesia
	Svezia	Malesia
	Svizzera	Singapore
		Thailandia

Ai dirigenti abbiamo posto domande in merito alla portata e all'impatto delle attività di digital transformation nelle loro aziende. Per misurare l'impatto abbiamo progettato una scorecard basata su un set di 14 indicatori KPI in quattro aree di performance di business: business agility, crescita del business, focus sui clienti ed efficienza operativa. Abbiamo posto una serie di domande finalizzate a valutare le performance delle aziende a fronte di questi indicatori KPI.

I punteggi attribuiti alle aziende partecipanti si basano sul quartile nel quale sono rientrate per ogni KPI. I punteggi totali sono stati indicizzati a 100 per poterli confrontare.

La ricerca e l'analisi sono state condotte nei mesi di maggio e giugno 2016.

### Informazioni su CA Technologies

CA Technologies (NASDAQ: CA) crea software che promuove l'innovazione all'interno delle aziende, consentendo loro di cogliere le opportunità offerte dall'application economy. Il software rappresenta il cuore di qualsiasi business, in ogni settore. Dalla pianificazione allo sviluppo, dalla gestione alla sicurezza, CA Technologies lavora con le aziende di tutto il mondo per cambiare il nostro modo di vivere, interagire e comunicare, in ambienti mobile, cloud pubblici e privati, distribuiti e mainframe.

**Per ulteriori informazioni, visita il sito [www.ca.com/it](http://www.ca.com/it).**

### Informazioni su Coleman Parkes Research

Coleman Parkes Research è specializzata nella selezione e nell'inclusione di operatori di livello senior in ricerche in diversi mercati globali, settori verticali e aree funzionali per una vasta gamma di clienti. Opera con un approccio a 360 gradi che include, tra l'altro, ricerche di leadership di pensiero per PR e campagne di marketing, analisi di opportunità win/loss, test di messaggi di prodotti e interviste specializzate con dirigenti. Coleman Parkes Research collabora con i clienti alla definizione di strategie comprovate in grado di far emergere informazioni di mercato in base a singoli requisiti e ipotesi chiave.