

La mobilità è il più grande cambiamento che l'enterprise IT ha avuto da molti anni. Ha un impatto epocale e quindi non è sorprendente che molte organizzazioni trovino difficile renderne il funzionamento efficace ed efficiente. Un recente studio di 451 Research* ha mostrato che, benché i dipendenti posseggano il 79% degli smartphone usati per lavoro, un enorme 58% di loro è ancora convinto che la loro produttività aumenterebbe se potesse accedere ai servizi aziendali utilizzando le loro tecnologie personali. Nonostante ciò, il 39% delle aziende e il 48% delle organizzazioni più grandi ammettono ancora di trovare difficoltà a distribuire applicazioni mobili sui dispositivi dei loro dipendenti.

In un altro studio, Gartner** ha rilevato che i dipendenti che lavorano nei moderni uffici digitali utilizzano in media tre diversi dispositivi nel corso della loro giornata lavorativa, e Gartner prevede che questo numero salirà a cinque o sei dispositivi con l'affermarsi dei wearable device e dell'Internet of Things (IoT). Molti di questi lavoratori potranno scegliere autonomamente i loro dispositivi, le app e addirittura i processi richiesti per completare uno specifico incarico. Questo crea pressione sull'IT per sviluppare una sempre maggiore quantità di app mobili in tempi sempre più brevi. Gartner prevede che questo incremento porterà a una domanda di app mobili d'impresa cinque volte maggiore rispetto alla capacità di sviluppo oggi presente.



* Enterprises Need to Flip the 80:20 in their Mobile Apps Strategy to Gain Scale, 451 Research, November 2014.

** Adrian Leow. Gartner Application Architecture, Development & Integration Summit, July 2015.

Nessuna organizzazione vuole, o può permettersi di rimanere indietro, ma la realtà è che, a parte qualche caso d'uso già acquisito, l'adozione della mobilità è solo agli inizi, specialmente nelle imprese. Oltre alla posta e ai messaggi, in genere le app aziendali sono limitate all'approvazione delle note spese o a funzioni specifiche per i professionisti fuori sede, segnatamente i commerciali. Queste app sono molto promettenti e migliorano l'efficienza delle aziende, ma rappresentano solo la punta dell'iceberg, con un mercato mondiale delle applicazioni di impresa che 451 Research stima crescerà da 72 a 284 miliardi di dollari entro il 2019.*

Le nostre ricerche qui in Progress supportano questi risultati. Abbiamo sondato 3.000 sviluppatori, CEO e professionisti dell'IT nel giugno 2015 e il 57% di loro ci ha detto di non avere mai costruito una app mobile. La ricerca ha inoltre mostrato che il motivo primario per costruire una app mobile stava nella maggiore efficienza operativa che offrirebbe. Altri motivi comprendono la creazione di opportunità di fatturato (39%), migliorare la produttività dei dipendenti (38%), migliorare il servizio al cliente (35%) e offrire un'esperienza più significativa ai clienti (34%).



*451 Research global survey, June 2015. As reported by Business Wire.

Quali che siano le ragioni, le implicazioni sono chiare. La richiesta da parte di dipendenti e clienti di accedere ai sistemi e servizi aziendali attraverso canali mobili è in crescita; tuttavia per molte organizzazioni la capacità di rispondere a queste richieste non è ancora a regime. Queste organizzazioni rischiano di perdere i vantaggi e le nuove opportunità di mercato offerte dalla mobilità.



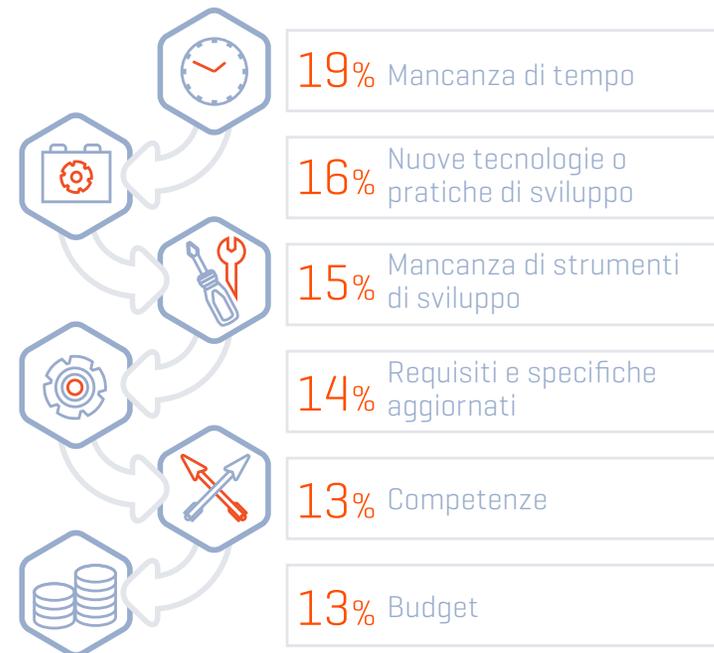
Come superare le sfide

Sviluppare applicazioni mobili presenta da sempre un'importante serie di sfide. Costruire applicazioni mobili è certamente più difficile che sviluppare in un tradizionale ambiente desktop o web. Tuttavia, le opportunità offerte dalla mobilità impongono alle organizzazioni di superare la sfida. Le complessità legate allo sviluppo di molteplici piattaforme che funzionino sui diversi smartphone e device mobili oggi disponibili, richiede competenze particolari, non sempre disponibili nelle aziende.

La nostra ricerca delinea i motivi dietro all'inabilità di creare app mobili; tra queste la mancanza di tempo, citata dal 19% del campione, e i cambiamenti nelle pratiche tecnologiche o di sviluppo, citate dal 16%. Inoltre, la mancanza di strumenti di sviluppo adatti a gestire molteplici piattaforme e dispositivi, esigenze e specifiche dettagliate e aggiornate, competenze e budget sono state citate come ragioni rispettivamente dal 15%, 14%, 13% e 13%.

Tuttavia, la realtà è che le piattaforme e gli strumenti di sviluppo emergenti hanno significativamente ridotto molti di questi problemi tecnologici. Sono disponibili molte opzioni che minimizzano la necessità di codici dedicati per ciascun dispositivo. La tecnologia è disponibile per fornire agli utenti gli aggiornamenti e gestire l'intera infrastruttura di supporto nel cloud.

Si potrebbe discutere sul fatto che il maggiore ostacolo all'adozione del mobile sia nel determinare come usare la tecnologia al meglio e come sviluppare un pensiero critico sull'uso della mobilità in un contesto aziendale. Se un'organizzazione sta semplicemente cercando di rendere mobile quello che già faceva da postazioni fisse, potrebbe perdere l'opportunità di fare in modo che la mobilità crei essa stessa nuove opportunità di business, trovandosi di fatto a rincorrere.



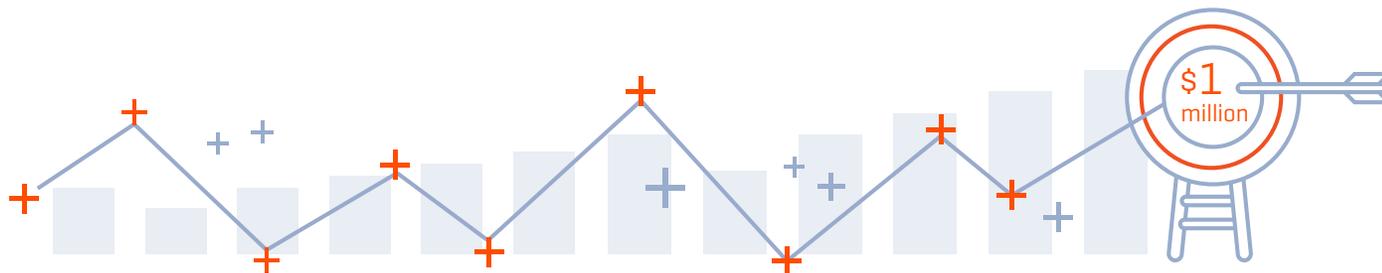
Determinare le esigenze di business

Come in qualsiasi processo di sviluppo, le esigenze dell'azienda dovrebbero guidare l'approccio allo sviluppo delle applicazioni e il mobile, in questo senso non fa eccezione. L'attenzione deve andare più sulla reale funzionalità della app per l'azienda che non su come costruirla. Quale metrica aziendale andrà a influenzare il progetto? Potrebbe essere un modesto miglioramento dell'1% nella produttività oppure un aggressivo aumento di un milione di dollari nelle vendite. Avere un'idea chiara degli obiettivi del progetto aiuterà inoltre l'organizzazione a dare la giusta priorità alle applicazioni più utili all'azienda. Secondo un recente rapporto di IDC, lo sviluppo di app mobili porta spesso con sé la mancata realizzazione delle aspettative, con un 66% dei responsabili dello sviluppo che considera una notevole sfida soddisfare le richieste delle divisioni aziendali. Evitare la mentalità "facciamolo in mobilità" è importante per assicurare che gli investimenti siano fatti in aree che creino reale valore per l'azienda.

Gartner ha identificato quattro best practice che le organizzazioni dovrebbero tenere in considerazione, in modo da sviluppare app efficaci:

DARE PRIORITÀ ALLO SVILUPPO DELLE APP: poiché i team di sviluppo sono sovraccarichi e hanno difficoltà a fornire tutte le app mobili che hanno in coda, la progettazione segue spesso un ordine di priorità cronologico, dando eventualmente priorità alla divisione aziendale che fa maggiore pressione. Questo approccio porta a inefficienze e a cadute di qualità, in quanto non viene data la giusta priorità alle app di maggiore valore per il business.

ADOTTARE UN APPROCCIO BIMODALE: l'integrazione rappresenta spesso lo sforzo più grande nel fornire una app mobile d'impresa, con molti team che sottovalutano il tempo e le risorse necessarie per ottenere una buona integrazione. Le organizzazioni devono sostituire gli approcci tradizionali di sviluppo dell'IT con un approccio strategico bimodale che consiste in due modelli, il primo che guidi la creazione di un'infrastruttura e di API stabili per consentire alle app di recuperare e fornire dati dal sistema back end senza impattare sulle applicazioni aziendali; il secondo utilizzerà un approccio agile di alta produttività per fornire le app mobili di prima linea necessarie per il business.



* IT Executive Research Findings on the State of Enterprise Mobility, IDC, dicembre 2014.

UTILIZZARE STRUMENTI DI SVILUPPO RAPIDO PER LE APP

(RMAD): utilizzare strumenti di sviluppo che possano produrre app in tempi più rapidi, oppure formare partnership con terze parti specializzate. Questo è fondamentale per aiutare le imprese a ridurre la distanza fra la richiesta di app mobili e la loro offerta.

ADOTTARE UN APPROCCIO DI APPROVVIGIONAMENTO

MISTO: mentre molte organizzazioni puntano ad avere il completo controllo delle iniziative di sviluppo di app, mantenere un ambiente di sviluppo interno è spesso difficile o impossibile, considerato che lo sviluppo in mobilità è una competenza relativamente nuova per molti sviluppatori. Secondo Gartner, col tempo le aziende miglioreranno le proprie competenze di sviluppo in mobilità, ma attualmente solo il 26% di esse adotta un approccio di sviluppo interno, mentre il 55% sta producendo app utilizzando un approccio misto.

Adottare tale approccio migliora le possibilità di sviluppare una app efficace, ma non è di per sé una garanzia di successo. La base tecnologica è, naturalmente, importante, ma lo è altrettanto gestire l'intero processo di sviluppo e installazione con efficacia. Mentre buona parte delle organizzazioni dichiara di adottare un processo di sviluppo agile, l'efficacia dei loro sforzi è spesso discutibile. Anche se hanno effettuato la transizione del processo di sviluppo, potrebbero non avere un efficiente processo di DevOps o potrebbero ancora trovarsi impantanati in una fase di sviluppo di sei mesi. Creare laboratori per il mobile, o lavorare con partner che adottano tale approccio, può inoltre rendere più rapido il time to value e ridurre i rischi grazie alla possibilità di supportare molteplici idee in contemporanea.



Poiché lo scopo della mobilità è risolvere specifici casi d'uso, definire e fornire un prodotto iniziale di fattibilità minima (MVP – Minimum Viable Product) e poi monitorarne il successo è una pratica comune. Una volta installato l'MVP, l'organizzazione deve trovare un modo efficace per monitorarne e analizzarne l'uso e raccogliere il feedback degli utenti, in modo da fornire aggiornamenti e sviluppi continui. Le analitiche degli utenti, installate assieme alla app, assicureranno che l'organizzazione possa monitorare queste statistiche d'uso per misurarne e dimostrarne i vantaggi e l'ottenimento degli obiettivi iniziali. Questo approccio è fondamentale per avviare il processo e sostenere l'avvio di progetti futuri.

Vediamo un paio di differenti scenari:

RENDERE “MOBILE” IL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Un'azione commerciale di successo richiede di fornire un'esperienza cliente che offra il meglio dell'online unito al meglio di una transazione di persona. Studi come quello svolto dalla società britannica Juniper Research*, indicano che gli utenti di smartphone e tablet faranno nel 2019 195 miliardi di transazioni commerciali all'anno, paragonate a 72 miliardi oggi. Mentre l'esperienza di acquisto mobile del cliente è una priorità fondamentale, è anche importante considerare come aumentare l'efficacia del commerciante, sia per il personale sul punto vendita, sia per l'ufficio centrale e il personale operativo. Addetti al punto vendita meglio informati contribuiscono direttamente a una migliore esperienza per il cliente. Basti pensare all'esperienza di un acquirente in un Apple Store. Il personale è informato e dotato di dispositivi mobili, e può inviare un ordine da qualsiasi luogo, annullando i tempi di attesa in cassa e fornendo al contempo informazioni e consigli al cliente.

Ma perché fermarsi all'esperienza di acquisto in un punto vendita tradizionale? Pensiamo a quello che sta facendo Amazon con il suo servizio Amazon Dash, abilitando direttamente il consumatore che, cliccando su un pulsante wi-fi collegato a uno smartphone attraverso la app di Amazon, può ripetere l'ordine di certi prodotti direttamente da Amazon e farseli consegnare a casa – presto via drone, si può ipotizzare – semplicemente premendo un bottone.

Il servizio Dash è inoltre un ottimo esempio di come la Internet of Things (IoT) possa essere usata con efficacia per supportare nuovi servizi e soluzioni mobili. Tecnologie simili, ad esempio iBeacons installato su applicazioni mobili, stanno diventando sempre più comuni nei negozi tradizionali, in quanto aiutano a localizzare il cliente all'interno o nei pressi del punto vendita, a valutare come il consumatore sta interagendo con il dettagliante e consentono di effettuare notifiche push che contengono messaggi relativi a offerte contestuali e/o rilevanti per il consumatore.

Oltre a questi esempi orientate all'acquisto, la mobilità si sposta ben al di là del consumatore nel contesto del punto vendita. È possibile infatti migliorare l'efficienza delle funzioni aziendali utilizzando soluzioni mobili per svolgere operazioni semplici ma lunghe mentre i dipendenti sono a casa o in trasferta. La rilevazione dei tempi, l'invio delle note spese e altre operazioni possono essere gestite con efficacia attraverso soluzioni mobili; inoltre, più strategicamente, le applicazioni mobili possono fornire informazioni più rapidamente e in modo tale da essere sempre a disposizione per aiutare i dipendenti a prendere decisioni migliori più rapidamente. Di nuovo, un esempio IoT di tale tecnologia potrebbe essere l'installazione di etichette RFID per aiutare i commercianti a gestire gli inventari e assicurare che il personale sia in grado, attraverso un'applicazione mobile, di gestire attivamente l'assortimento del magazzino in modo da evitare o ridurre al minimo le situazioni in cui un prodotto sia esaurito.

*Mobile Commerce Markets: Key Sector Strategies, Opportunities & Forecasts 2014-2019, Juniper Research, dicembre 2014.

SERVIZI SUL CAMPO

Una recente ricerca dell'Aberdeen Group* ha mostrato che l'82% delle organizzazioni che forniscono servizi sul campo ha identificato nella mobilità un'iniziativa strategica per dotare i propri operatori delle informazioni in tempo reale necessarie a prendere decisioni e risolvere problemi in modo da migliorare il servizio ai clienti. Hanno scoperto che le aziende che utilizzano soluzioni mobili in modo strategico hanno maggiore efficienza, migliorano il servizio ai clienti e registrano maggiori profitti.

Al crescere della complessità del lavoro sul campo, e della sua sempre maggiore necessità di essere tempestivo, sempre più organizzazioni si stanno concentrando su soluzioni mobili integrate con soluzioni di servizio nel back-end, che aiutino a gestire le operazioni sul campo e a fornire ai lavoratori in mobilità le informazioni in tempo reale di cui necessitano per prendere le decisioni più appropriate sul campo.

Come nel settore del commercio al dettaglio, l'IoT offre potenzialità enormi, consentendo a dispositivi dotati di sensori, all'hardware e al software di essere connessi tramite internet e comunicare tra di loro inviando e ricevendo dati. Ad esempio, l'IoT consente alle aziende che operano sul campo di avere una migliore visione da remoto dello stato delle loro risorse, consentendo un approccio più intelligente alla manutenzione preventiva.

Le applicazioni mobili connesse supportano le operazioni sul campo di molte discipline, offrendo visibilità dello stato, della dislocazione e delle prestazioni delle risorse sul campo (tecnici, ricambi, equipaggiamento, etc.), aiutando i tecnici a raggiungere il posto giusto al momento giusto con le giuste risorse e le corrette informazioni per svolgere il lavoro con efficacia al primo tentativo.



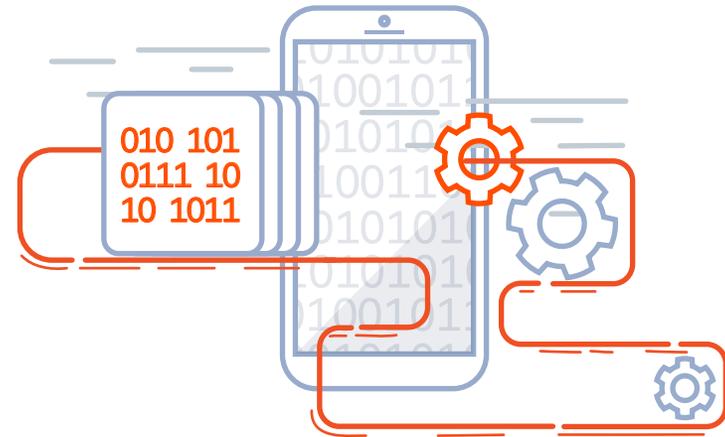
* Empowering the Mobile Worker with Real-time Insight and Data Integration, IDC, December 2014.

IL PRIMO PASSO

Sempre di più, i responsabili IT scelgono di adottare soluzioni di sviluppo multiplatforma per le app mobili, in modo da creare esperienze d'uso coinvolgenti. Questo significa che il tempo per sviluppare le app è diminuito, così come il tempo necessario per installare gli aggiornamenti, e tutto questo porta a uno sviluppo più rapido di nuove app, a migliori esperienze d'uso e alla possibilità per gli utenti di usarle sui loro dispositivi personali.

Vi sono molti diversi scenari in molte organizzazioni, a dimostrazione del fatto che non mancano le buone idee per le app mobili. Frasi quali "non sappiamo che cosa rendere mobile" sono rare in buona parte delle organizzazioni, ma prendere le idee migliori e dare loro la giusta priorità, supportandole con piani di sviluppo efficaci, è la base del successo di queste implementazioni. Un'intera strategia di mobilità può essere messa a rischio dallo sviluppo di applicazioni che non supportano le priorità organizzative con successi tangibili e immediati, poiché il sostegno del management per lo sviluppo di nuove applicazioni può venire rapidamente meno. La selezione dei progetti mobili è una questione di valore per l'azienda e di approccio tecnologico. È importante selezionare lo scenario aziendale che dia il maggior ritorno e adottare un approccio che porti rapidamente a un risultato.

Per evitare questi rischi, molte organizzazioni scelgono di iniziare con un processo aziendale semplice da rendere mobile in tempi rapidi e che dia un ritorno sull'investimento rapido e tangibile. Ad esempio una semplice app che gestisca e renda automatica l'approvazione di ferie e permessi può rendere migliore l'esperienza di ogni dipendente, essere installata rapidamente con costi contenuti e rappresentare un chiaro vantaggio finanziario per l'organizzazione. Quando il management si sarà convinto dei vantaggi di questa strategia, sarà il momento di passare ad applicazioni e processi più complessi.



È inoltre giusto considerare una appropriata tecnologia o strategia di partnership per fornire applicazioni mobili. Benché vi siano molte considerazioni da fare, è fondamentale determinare chiaramente i piani dell'organizzazione relativi alla gestione delle questioni tecniche dal lato del cliente e nel backend, definendo un approccio che assicuri applicazioni rapide e al contempo affidabili.

- ▶ Lato cliente: app multicanale, progettazione user-centric, capacità di gestire l'installazione della app iniziale e degli aggiornamenti.
- ▶ Lato backend: integrazione con i sistemi e le fonti dati di backend, sicurezza dell'utente, amministrazione, installazione da cloud, on-premise o ibrida.

Gestire le esigenze dell'azienda con risorse, flussi di lavoro e priorità IT non è semplice, ma è possibile. L'agilità delle aziende inizia con le metodologie utilizzate dall'IT aziendale e si estende a tutta l'impresa. La definizione di sviluppo agile secondo Agile Alliance è in questo caso rilevante: "Un gruppo di metodi di sviluppo software in cui le soluzioni si evolvono per mezzo della collaborazione tra team trasversali autonomamente organizzati. Promuove una pianificazione attiva, uno sviluppo evolutivo, consegne rapide, miglioramenti costanti e una risposta rapida e flessibile ai cambiamenti". Adottare tale filosofia può aiutare a guidare l'adozione della mobilità in tutta l'impresa.

Le 10 principali considerazioni per una strategia mobile di successo

- 1 Selezionare progetti in funzione del loro valore per il business e della loro fattibilità tecnica
- 2 Adottare molteplici flussi di lavoro in mobilità per imparare e testare con efficienza
- 3 Misurare il ritorno sull'investimento per dimostrare i vantaggi per l'azienda
- 4 Adottare una filosofia di sviluppo agile; fornire risultati rapidi e misurarli
- 5 Se gli scenari rivolti al cliente sono fondamentali, altrettanto lo è il modo in cui la mobilità può migliorare i processi
- 6 L'esperienza d'uso è il percorso verso il successo nell'adozione delle app; la mobilità rappresenta un'opportunità unica e il semplice rendere mobili le applicazioni desktop è inefficace
- 7 Mentre la tecnologia è importante, il processo è fondamentale
- 8 L'IT deve abilitare il BYOT/BYOD come elemento di produttività e assicurare una corretta governance
- 9 La partecipazione del management è fondamentale per il successo
- 10 Considerare l'intero ciclo di vita dell'applicazione

Sommario

La mobilità rappresenta una delle più grandi opportunità per le aziende, ma è al contempo una grande sfida per l'IT. A causa della sua importanza, non sorprende che molte organizzazioni stiano incontrando difficoltà nel renderla efficiente ed efficace. Tuttavia, è chiaro che nessuna organizzazione vuole, o può permettersi, di rimanere indietro, anche se – al di là dei primi passi che si stanno muovendo – la mobilità nelle imprese è ancora agli inizi.

Sviluppare applicazioni mobili ha sempre presentato sfide particolari. È indubbiamente più difficile che costruire applicazioni tradizionali per ambienti desktop o web, tuttavia le opportunità offerte dalla mobilità impongono alle organizzazioni di accettare la sfida e superarla. La chiave del successo sta nel dare priorità al processo di sviluppo. Poiché i team di sviluppo sono sovraccarichi, non assegnare priorità in base al valore può portare a un uso inefficiente delle risorse IT e a una minore qualità delle app sviluppate.

Le organizzazioni devono inoltre cambiare approccio allo sviluppo dell'IT, adottando un metodo a due velocità che consenta di sviluppare e consegnare le app più rapidamente e con maggiore efficienza; il primo punto è la creazione di un ambiente operativo stabile, mentre il secondo sfrutta un approccio agile ed altamente produttivo per fornire le app mobili richieste dall'azienda. È inoltre fondamentale scegliere gli strumenti più appropriati o i partner migliori in modo da produrre app abbastanza rapidamente da tenere il passo con la domanda.

Anche se molte organizzazioni vogliono avere il completo controllo sulle loro iniziative di sviluppo di app mobili, mantenere l'ambiente di sviluppo in azienda è spesso difficile se non impossibile, considerato che il mobile è una competenza relativamente nuova per molti sviluppatori. Buona parte delle organizzazioni oggi adotta un approccio misto allo sviluppo delle applicazioni mobili.



A proposito di questo documento

Questo documento è stato prodotto con l'aiuto e il contributo di James Leach, Sales Director di Chelsea Apps Factory, e Todd Anglin, Vice President of Developer Relations di Progress. Con sede a Londra, Chelsea Apps Factory porta la mobilità nelle imprese da prima del lancio dell'iPad. L'azienda aiuta le imprese a sfruttare al meglio le opportunità che derivano dall'adozione degli smart device. Sono un'eccellenza nella gestione delle complesse sfide che la mobilità pone alle imprese. James è a capo del commerciale di Chelsea Apps Factory e nel suo ruolo ha lavorato con molte aziende britanniche e internazionali di primaria importanza, fornendo soluzioni intelligenti a sfide complesse e mutevoli.

A proposito di Progress

[Progress](#) (NASDAQ: PRGS) è un'azienda internazionale di software che semplifica lo sviluppo, l'installazione e la gestione delle applicazioni aziendali, on premise o nel cloud, su qualsiasi piattaforma o dispositivo, verso qualsiasi fonte di dati, con prestazioni superiori, minime complessità informatiche e costi di esercizio contenuti. Progress può essere contattata all'indirizzo www.progress.com o all' 02 6203 2056.

ALTRE RISORSE

[Progress Corporate Blog](#)

Segui Progress su [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#) e [Google+](#)

Progress è un marchio o marchio registrato di Progress Software Corporation o di una delle sue filiali o consociate negli Stati Uniti o altri Paesi.

Altri marchi contenuti qui possono essere marchi dei rispettivi proprietari. Le specifiche sono soggetti a cambiamenti senza preavviso.

© 2015 Progress Software Corporation e/o le sue consociate o filiali. Tutti i diritti riservati.

Rev 1/16 | 160202-0019