

Fabio Tonini

Profilo Personale

nel Metaverso

<https://www.linkedin.com/in/ftonini>

<https://www.fabiotonini.com>

<https://www.rentfabio.com>

Editoriale

Fabio Tonini

Esperto di Innovazione

Strategie Digitali

Sistemi Informativi

Per molti anni, e continuo a farlo ancora, ho soprattutto ascoltato. Dopo il diploma di perito commerciale programmatore, ho frequentato all'Università Ca' Foscari di Venezia, sistemi informativi e statistica per la gestione delle imprese.

Ma già a 18 anni – sono nato nel '75 – sperimentavo l'utilizzo di Internet nei laboratori universitari e a 20 mi occupavo di una start-up in uno dei primi Internet provider a Treviso, sviluppando esperienza e conoscenza sui network, routing, sicurezza e gestione dei primi hosting web e posta su piattaforme Cisco e Unix di tipo enterprise.

Da mo' (si può dire?) mi occupo quotidianamente dei sistemi informativi e strategia aziendale con una particolare attenzione alla gestione dei dati in azienda sia come IT Manager che in ambito organizzativo come supporto alla Direzione Aziendale in ambito sistemico ed organizzativo aziendale utilizzando in particolare processi formativi, sviluppo delle competenze, diffusione della conoscenza e promozione del cambiamento in un mercato in costante evoluzione.

Le competenze trasversali in ambito data center, applicativo, sistemistico e operativo forniscono una visione d'insieme sull'implementazione strategica delle risorse informatiche di supporto al business aziendale.

Opero oggi, in qualità di libero professionista e titolare di **Thinkplace srl** con l'obiettivo di mantenere una conoscenza ed una esplorazione dei mercati allargata a realtà diversificate, accettando (e resolvendo) le continue nuove sfide di progetto e di sviluppo del mondo della piccola e media impresa, con un focus sugli obiettivi strategici e al sistema azienda nel suo complesso.

Competenze nell'ambito della progettazione e gestione di progetti ICT avanzati.

Supporto alla direzione aziendale per la valorizzazione delle risorse tecnologiche e delle competenze digitali che devono supportare e far crescere l'azienda, garantendo efficacia, efficienza e competitività sul mercato.

Supporto tramite analisi e gestione dei dati, piattaforme di automazione e business intelligence sono gli ambiti strategici in cui operare decisioni aziendali supportate dall'analisi dei dati generati dal sistema aziendale.



Per risolvere, bisogna avere una vista acuta, in ogni senso.
E di cose ne ho viste molte e molte continuo a vederne.

Quotidianamente. Fortunatamente.



DIGITAL PROJECT MANAGER

Utilizzo delle tecnologie digitali per la crescita aziendale

Competenze nel mondo digitale, dallo sviluppo web/app alla progettazione, sviluppo e gestione di un più complesso progetto di e-commerce, passando per gli strumenti e tecnologie innovative quali:

- Ottimizzazione motori di ricerca
- Strategie di comunicazione Social in base al settore
- Automazione dei processi di comunicazione e marketing
- Intelligenza Artificiale
- Misurazione e adattamento al cambiamento



PIATTAFORME PER LO SVILUPPO AZIENDALE

E-commerce / CRM / Business Analytics / Data

Progettazione, sviluppo e messa in opera di Piattaforme onpromise, cloud ed ibride.

Nello scenario attuale della digitalizzazione gli investimenti in tecnologie di ultima generazione diventano fondamentali per restare competitivi sul mercato. Stiamo vivendo in una nuova fase di sviluppo che si è evoluta da un modello digitale a uno data driven.

L'enorme mole di dati generata dai processi e tecnologie sono in grado di generare nuovo valore per il business. È necessario procedere nel percorso di creazione di asset e modelli aziendali più efficienti e architetture di nuova generazione che inseriscono i sistemi informativi al centro della strategia di crescita dell'azienda.

INNOVATION MANAGER E STRATEGIE DI BUSINESS

Management e data analysis

Gestire i dati come una risorsa preziosa per sbloccare tutto il potenziale di un'organizzazione. Gestire i dati in modo efficace richiede una data strategy e metodi affidabili per accedere, integrare, ripulire, governare, archiviare e preparare i dati per l'analisi.

Supporto al Management

Non sono un consulente **esterne** ma lavoro nell'ottica del supporto alla crescita aziendale con passione ed esperienza da condividere in scenari industriali complessi.

Innovazione

Promuovere il cambiamento è una delle fasi più critiche nell'azienda. Ho vissuto nelle mie esperienze lavorative varie situazioni di crisi che hanno portato alla necessità di sviluppare velocemente queste competenze.

Automazione e Processi

Tramite l'automazione oggi è possibile ottimizzare i costi, consolidare i controlli, fare proattività, minimizzare errori, più trasparenza e sicurezza, misurare.

Gestione organizzazione

Competenza, professionalità e divisioni dei ruoli, sono le basi per sviluppare strategie vincenti sfruttando le risorse aziendali.

Obiettivi misurabili

Tutte le attività svolte in azienda devono poter avere un supporto su indicatori di misurazione adattabili che ne consentano il controllo ed efficacia.



“L'unico vantaggio competitivo sostenibile consiste nella capacità di apprendere e di cambiare più rapidamente degli altri.”

Philip Kotler



Formazione aziendale

Sviluppo delle Competenze

Spesso in azienda non si comprende il reale potenziale delle risorse umane in essere perchè la normale attività aziendale non consente di monitorare e aggiornare costantemente la valutazione delle competenze del singolo.

Effettuare questa analisi per lo meno periodicamente, può invece portare a risolvere problematiche organizzative e sistemiche con le risorse attuali creando quindi un vantaggio competitivo solido.

Il concetto chiave di questo modello è la competenza, definita come "La capacità dimostrata di applicare le conoscenze, gli skills e attitudini per ottenere risultati osservabili".

La competenza è un concetto duraturo che prescinde dalla tecnologia, dall'occupazione, dalla terminologia di marketing e dai concetti promozionali all'interno dell'ambiente ICT.

La mia figura professionale, per la tipologia di trasversalità, non può quindi prescindere dal progettare, sviluppare e mantenere in azienda dei percorsi nell'ambito della formazione in nuove tecnologie e nuovi strumenti che portino a sviluppare le competenze durature e a sfruttare gli investimenti digitali e tecnologici effettuati dall'azienda.

L'obiettivo in tal senso è portare un beneficio nel modo di lavorare che migliori la qualità del proprio lavoro e il rapporto tra tempo privato e tempo lavorato, in una valorizzazione di un benefit intangibile.



"L'arma competitiva del ventunesimo secolo sarà la formazione accompagnata dalle competenze della nostra forza lavoro"

Lester Thurow

Formazione e Sviluppo competenze

Faccio formazione, promuovo la crescita delle competenze, realizzo corsi aziendali su applicativi che possano aiutare l'azienda a crescere.



Un'organizzazione vincente è quella in cui le persone hanno le conoscenze, le capacità, il desiderio e l'opportunità di avere successo a livello personale in un modo che porta al successo di tutta l'organizzazione.

Stephen R. Covey

Future Trends

Sicurezza Informatica . - Cybersecurity

La gestione della sicurezza informatica compete a tutta l'azienda, ma è importante che sia l'Imprenditore o il Consiglio di Amministrazione a decretarne l'importanza. Ormai la materia di sicurezza informatica, anche a fronte dei costi crescenti degli attacchi informatici, è argomento imprescindibile e bisogna commisurare gli investimenti in tecnologia per la sicurezza sulla base anche delle potenzialità dell'azienda stessa.

Database - Big Data Analytics

Grazie ad una corretta gestione dei dati aziendali e all'integrazione degli stessi con dati di "scenario" più ampi (Big Data) è possibile progettare e sviluppare analisi utili a migliorare le performance dell'azienda sul mercato, con i Clienti, ampliare l'offerta di prodotti e servizi e molto altro.

Automazione digitale - Automation

All'interno delle attività aziendali ci sono flussi di lavoro che spesso per consuetudine si tende a lasciare invariati negli anni per paura di intervenire su processi e metodi consolidati. Nell'era digitale e con un aumento vertiginoso dell'e-commerce è necessario intervenire per rendere l'intera azienda più efficiente e produttiva garantendo competitività e crescita.

Gestione dei dati - Data governance

La governance dei dati assicura che a ogni persona all'interno dell'organizzazione vengano assegnate le giuste responsabilità in relazione ai dati. La stewardship dei dati si riferisce invece alle attività necessarie ad assicurare che i dati siano accurati, adeguatamente controllati e facili da trovare ed elaborare dalle parti interessate. La governance dei dati si concentra maggiormente su strategia, ruoli, organizzazione e policy, mentre la stewardship dei dati è interamente dedicata a esecuzione e realizzazione.

Metaverso & Intelligenza Artificiale

Il metaverso, data la sua immersività, consente un maggior coinvolgimento fra utenti e una sicura community di effetto. Tutto ciò potrebbe rappresentare un nuovo modo di arricchire l'esperienza di acquisto del cliente e dipenderà da come ogni realtà aziendale saprà adattarsi a questa nuova modalità.

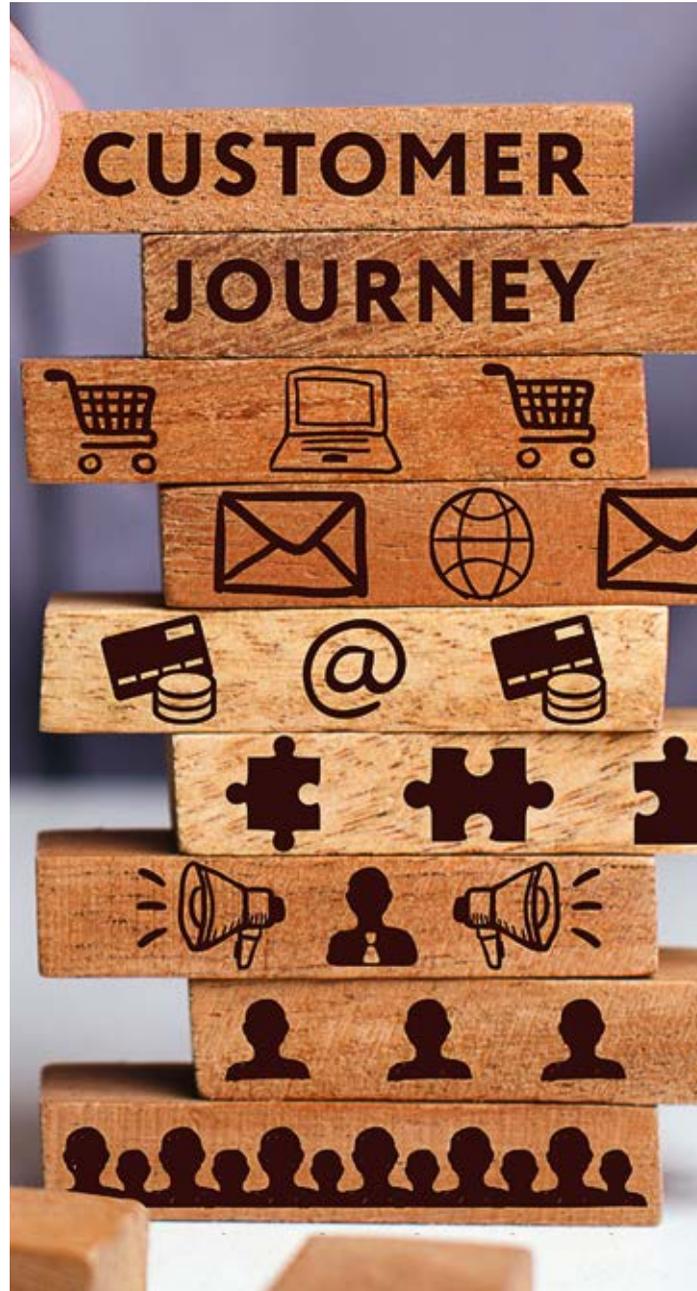
Sviluppo & Strategia

Commerciale

Un'efficace ed evoluta gestione dell'area vendite rappresenta un asset irrinunciabile per tutte le aziende. Attuare strategie vincenti nelle relazioni e nelle diverse fasi di vendita e post vendita è essenziale per un'impresa che intende competere sul mercato nazionale ed internazionale.

Il successo nel proprio mercato di riferimento si fonda, infatti, sulla capacità di anticipare e interpretare le tendenze e le nuove esigenze ponendo al centro l'ascolto del cliente. In questo contesto chi opera nel settore commerciale ha il compito di coniugare i propri obiettivi di fatturato con una profonda comprensione delle richieste dei clienti per la creazione di relazioni durature.

Inoltre deve gestire tutte queste informazioni con strumenti digitali adeguati a garantire il patrimonio aziendale dei dati che l'azienda può poi utilizzare in azioni strategiche future per sviluppare il proprio portafoglio clienti o agganciarlo nuovamente con nuovi prodotti o servizi.



Comunicazione/Marketing

La Strategia Digitale di un'azienda parte dalla comprensione del comportamento di acquisto online del consumatore "Customer Journey", per arrivare a instaurare con quest'ultimo una relazione uno ad uno, attraverso una corretta integrazione dei canali digitali (Google, Web, Social, Blog, Mail, ecc...) e degli strumenti digitali (Desktop, Portatili, Tablet, Smartphone, ecc...) a disposizione.

L'esperienza del Cliente "Digital Customer Journey" rappresenta il percorso intrapreso dal consumatore durante il suo processo decisionale d'acquisto. Durante questo percorso, naviga attraverso dispositivi e canali diversi alla ricerca di informazioni, più presenti siamo più sarà influenzato nell'acquisto. La strategia digitale è funzionale quando è pianificata e implementata secondo criteri di efficacia ed efficienza, comprendendo (e prevedendo) il processo d'acquisto del cliente.

La strategia digitale è efficace quando è in grado di veicolare un messaggio personalizzato al target di clienti, attraverso il canale più idoneo e al momento più opportuno.

La strategia digitale è efficiente se, a fronte dell'investimento in digital marketing, è in grado di raggiungere gli obiettivi auspicati, nei tempi stabiliti, in termini di "contatto" e/o "coinvolgimento" (vendita, richiesta informazioni, iscrizione, like, ecc...).

Sviluppo Competenze e Industria 5.0

Tecnologia come supporto

Il digitale rimane fondamentale, ma solo se in funzione di sostenibilità economica, ambientale e sociale, con effetti positivi su mobilità, riduzione di inquinamento e competitività. Gli uomini, secondo la logica 5.0, non perderanno i loro posti di lavoro a vantaggio delle macchine, ma ne vedranno nascere di nuovi. I lavori saranno migliori e specializzati, per una nuova generazione di lavoratori più istruiti e in sintonia con il digitale e la meccanizzazione della società.

Tecnologia per la produttività e efficienza

L'uomo al centro: la vera evoluzione tecnologica dà la priorità al benessere delle persone. L'interazione tra macchinari, IoT e esseri umani porterà la produzione a nuovi livelli, in termini di velocità e performance.

Smart Working

L'uomo al centro: la vera evoluzione tecnologica dà la priorità al benessere delle persone. Lo Smartworking è un cambiamento di organizzazione aziendale verso una strategia di collaborazione più condivisa e fluida, che rispetti gli obiettivi strategici aziendali.

Data Economy

Spesso l'innovazione passa dalla capacità di raccogliere ed elaborare informazioni. Anche se il dato è un bene immateriale, non vuol dire che non richieda strutture concrete: sono i data center, luoghi fisici che mettono in moto l'economia digitale.

Interazione uomo/macchina

L'efficacia di tecnologia e di nuovi modelli di business si misura dai cambiamenti positivi nella vita delle persone e dalla creazione di valore condiviso.



"La crescita è indispensabile per l'impresa"

Il tema della crescita non solo continua ad essere attuale, ma sembra addirittura rafforzato dal contesto economico attuale. Oggi crescere significa non più solo emergere ma anche sopravvivere di fronte allo scenario di mercato sempre in cambiamento.

La crescita, inoltre, consente l'aumento del potere contrattuale verso i clienti e fornitori, l'incremento della notorietà e reputazione, permettendo di recuperare risorse migliori e specializzate, generando economie di scala e consentendo diversificazione di portafoglio di prodotti e servizi offerti.

Nel web ciò che traina qualsiasi relazione è la socialità e la voglia di condivisione. Diventa quindi importante, per sviluppare nuovi business, abbandonare la vecchia visione opportunistica e aprirsi verso un atteggiamento basato principalmente sulla fiducia e sulla reale voglia di intraprendere relazioni di collaborazione.

È in questa nuova modalità di creazione delle reti che si sviluppa il Social Business Networking, che, seppur finalizzate all'avvio di business e progetti di valore, si basa su un reale rapporto di stima reciproca da parte dei manager coinvolti. Ciò che ormai ha valore è il capitale sociale, cioè quel beneficio ottenuto dalla cooperazione con gli altri.

Tra gli aspetti più importanti di questa specifica modalità di fare networking ci sono la centralità dell'individuo nel poter fare la propria parte, l'incentivazione alla partecipazione e la trasparenza finalizzate a sviluppare ulteriore visibilità, creatività e reputazione aziendale.

FT

Professionista del settore information technology, conosce sia gli aspetti tecnici che organizzativi e di sviluppo con l'obiettivo di innovare e portare un cambiamento e valore.

La vera moralità consiste non già nel seguire il sentiero battuto, ma nel trovare la propria strada e seguirla coraggiosamente.

www.ftonini.com