

Daniela Rao, Telecommunications Research Director IDC Italia, fa parte della Commissione che valuterà le candidature del premio Forum UCC 2010. Il Forum UCC gli ha rivolto alcune domande.



Daniela Rao, Vice Presidente ANFoV (Associazione per la convergenza dei servizi di comunicazione) e TLC Research Director di IDC Italia, da oltre 15 anni lavora come Analista del mercato ICT. Ha sviluppato e coordinato le attività di ricerca in molti Progetti di Business Intelligence, Analisi e Modelli della domanda, Analisi Competitiva e dell'offerta di prodotti e servizi ICT. E' stata autrice ed Editor di un ampio numero di Studi sui mercati ICT, diventati punto di riferimento degli operatori del mercato italiano dei servizi Internet e TLC.

Forum UCC: Cosa si attende dalla esperienza di far parte della Commissione del Premio Collaborazione e Comunicazione Unificata?

Daniela Rao: La possibilità di partecipare ad un tavolo di lavoro "interdisciplinare" con l'obiettivo di comprendere:

- lo stadio di evoluzione del mercato italiano, sia dal lato dell'offerta che dal lato della domanda
- quali sono gli impatti sui processi organizzativi generati dall'introduzione e sviluppo dei progetti di UCC, nelle aziende che stanno affrontando questo percorso,
- quali sono le aspettative di tali aziende e come possono essere trasformate in opportunità per i Vendor e per gli altri soggetti della catena del valore
- quali sono le prospettive di evoluzione del mercato nel breve e medio termine.

Forum UCC: In particolare, quale pensa sarà il criterio più difficile da applicare nella valutazione delle candidature?

Daniela Rao: Lo stadio di integrazione dei progetti UCC, sia nei confronti delle "legacy" dei sistemi informativi e delle soluzioni di TLC adottate, che verso i processi organizzativi.

Forum UCC: A suo giudizio quale è l'area applicativa UCC che è attualmente più diffusa? E, per contro, quale il settore applicativo UCC che ha maggiori difficoltà di diffusione? E per quali motivi?

Daniela Rao: L'area applicativa più importante (in cui si concentra l'attenzione delle imprese utenti attuali e potenziali) è quella del messaging/chat/presence, fruibile da pc e anche da terminale mobile.

L'area applicativa che invece risente di una minor diffusione e sembra essere di importanza "secondaria" rispetto alle altre forme di comunicazione online, è quella della videoconferenza o videocomunicazione.

Forum UCC: Ritiene che in generale nei progetti di UCC si ponga adeguata attenzione alla user experience, intesa come fruibilità lungo la filiera dei processi di business?

Daniela Rao: Poichè molte delle nuove applicazioni di comunicazione online entrano nelle aziende grazie all'utilizzo personale di nuovi strumenti degli addetti (es. VoIP-PC based, chat, social networking, ...), le aziende che avviano progetti UCC stanno cercando di tracciare policy per un nuovo approccio all'utilizzo degli strumenti aziendali di comunicazione, per indirizzare l'esigenza emergente che proviene dalla "user experience" delle persone che le compongono. In questo momento la spinta "bottom up" verso soluzioni UCC non strutturate e non integrate con i sistemi informativi e servizi TLC aziendali, è significativa soprattutto nelle PMI.

Forum UCC: Cisco v/s Microsoft. Certo sono due grandi protagonisti (dalle infrastrutture di rete al front-end applicativo), ma quale sarà il vero vincitore nel mercato UCC? E in Italia cosa accadrà?

Daniela Rao: La catena del valore dell'offerta italiana è piuttosto frammentata ed affollata. L'ingresso degli OTT (es: Skype, Google, MSN) sembra destinato a generare un forte impatto sulla filiera dell'offerta ICT basata su sistemi e soluzioni "in house", soprattutto nel mercato delle Microimprese e PMI.

Forum UCC: Nel mercato dei servizi UCC i telecom provider sapranno avere un ruolo significativo in Italia? Ovvero sapranno unire l'offerta delle aziende con le esigenze del mercato sia in ambito business che consumer?

Daniela Rao: I Telco italiani devono affrontare la sfida della diversificazione e della re-ingegnerizzazione delle offerte verso i diversi segmenti di mercato (es. imprese grandi, medie e piccole): orientamenti, approcci progettuali ed esigenze molto diverse di una moltitudine di soggetti della domanda, determinano una nuova struttura competitiva dove sarà sempre più importante la capacità di operare all'interno di un ecosistema in evoluzione, con ruoli molto più complessi del fornitore di connettività e apparati che in passato.