

bitboss

Sprint development for your ideas

19 febbraio 2021, Torino

Comunicato stampa

Imprese: il 76% cerca nuovi clienti tramite i canali digitali

Torino, 17 febbraio 2021 - Il **76,7% delle micro imprese italiane** utilizza il **digitale** per cercare **nuovi clienti**, ma 1 impresa su 2 ancora non digitalizza i suoi processi interni. Il marketing però è l'area aziendale più digitalizzata all'interno delle piccole e micro imprese italiane. Questo è quanto emerge dall'**indagine condotta da BitBoss** (www.bitboss.it), startup innovativa incubata presso l'Incubatore di Imprese Innovative del **Politecnico di Torino**. L'obiettivo della ricerca era quello di fare luce sul rapporto che lega le piccole e micro imprese italiane con **l'innovazione e il mondo digitale**.

Dall'analisi dei dati è emerso come la maggior parte del campione intervistato si avvicini al mondo digitale principalmente attraverso gli strumenti volti all'**acquisizione di nuovi clienti online** o attraverso la realizzazione di piattaforme per la **vendita sul web**. Di contro, ancora poche di loro investono nella digitalizzazione dei processi aziendali e nella creazione di una **cultura aziendale dell'innovazione**.

Il 76,7% del campione intervistato, infatti, dichiara di utilizzare il web per cercare nuovi clienti e il **43,3%** ammette che il **marketing** e la **pubblicità** rappresentano **l'ambito tecnologico in cui hanno investito maggiormente** negli ultimi 3 anni. Purtroppo però, meno della metà degli intervistati afferma di avvalersi dell'utilizzo di software gestionali per digitalizzare e automatizzare i processi interni dell'azienda. Solo il 6,7% degli imprenditori intervistati ha dichiarato di aver già digitalizzato tutti i propri processi aziendali, mentre **il 30% ha invece ammesso di non aver digitalizzato alcun processo**.

"Probabilmente questo fenomeno trova la sua causa nella facilità con cui possono essere raggiunti e utilizzati gli strumenti di web marketing anche dalle realtà più piccole. Al contrario, **digitalizzare** la gestione interna della propria azienda richiede uno sforzo maggiore perché le tecnologie necessarie a compiere questo passo sono più difficilmente raggiungibili", afferma **Davide Leoncino, responsabile marketing di BitBoss**.

La cultura digitale nelle piccole imprese italiane

In contrapposizione allo scenario appena descritto, gli imprenditori sembrano essere consapevoli della necessità di innovare ad ogni livello. L'85% del campione intervistato si è dimostrato convinto che **investire in innovazione digitale** possa, almeno in parte, fornire un **vantaggio competitivo** nei

confronti della concorrenza attraverso una **maggiore velocità di esecuzione**, condivisione delle informazioni e automazione delle procedure.

Il 31,7% degli intervistati ritiene che l'innovazione digitale abbia un ruolo fondamentale nelle scelte strategiche e di investimento della propria azienda, tuttavia **solo il 23,3% dispone di figure specializzate** come **programmatori o sviluppatori** al proprio interno e il 60% spende meno del 10% del proprio fatturato annuo in formazione del personale in ambito digitale. Inoltre solo il 10% del campione intervistato ha investito negli ultimi 3 anni in ricerca e assunzione di personale specializzato.

La digitalizzazione per affrontare la crisi

La stragrande maggioranza degli imprenditori intervistati è convinta che la **difficile situazione economica** causata dal **Covid-19** stia spingendo le imprese verso una maggiore cultura digitale. Il 75% del campione si dice convinto che questa situazione porterà le imprese verso un sempre maggiore avvicinamento al mondo digitale e che inoltre sia fondamentale per le imprese **sviluppare al proprio interno competenze digitali** per riuscire a superare la crisi.

“Ciò che emerge dalla nostra indagine è un ecosistema consapevole della **necessità di innovare** e con una certa volontà di aprirsi al mondo digitale”, spiega ancora Davide Leoncino.

“Quello che manca invece, soprattutto nelle piccole realtà, è l'effettiva capacità di mettere in pratica il salto innovativo che auspicano. Ciò che è difficile per le imprese è ottenere le competenze interne sufficienti a prendere scelte consapevoli, anche solo per trovare un partner tecnico di cui possano fidarsi e che possa affiancarle nella crescita dal punto di vista tecnologico”, conclude Leoncino.

Tutti i risultati ottenuti dalla ricerca svolta da BitBoss sono stati resi pubblici in forma aggregata e anonima sul sito web di BitBoss, alla pagina www.bitboss.it/stories/lo-stato-di-digitalizzazione-delle-imprese-italiane.

Riguardo BitBoss:

BitBoss è una startup innovativa incubata in I3P, l'incubatore di imprese innovative del Politecnico di Torino. Progetta e sviluppa prodotti digitali basati sulla tecnologia, la creatività e l'innovazione e collabora ogni giorno con developer freelance sparsi in tutta Italia.

Canali Social consigliati:

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[Linkedin](#)

Come si rapportano le piccole imprese italiane con il mondo digitale



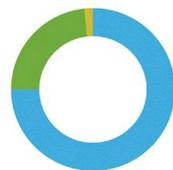
76,7%

Utilizza il web per cercare nuovi clienti



48,4%

Utilizza software per gestire i processi interni dell'azienda



75%

Ritiene che la situazione legata al Covid-19 stia spingendo le imprese verso una maggiore cultura digitale