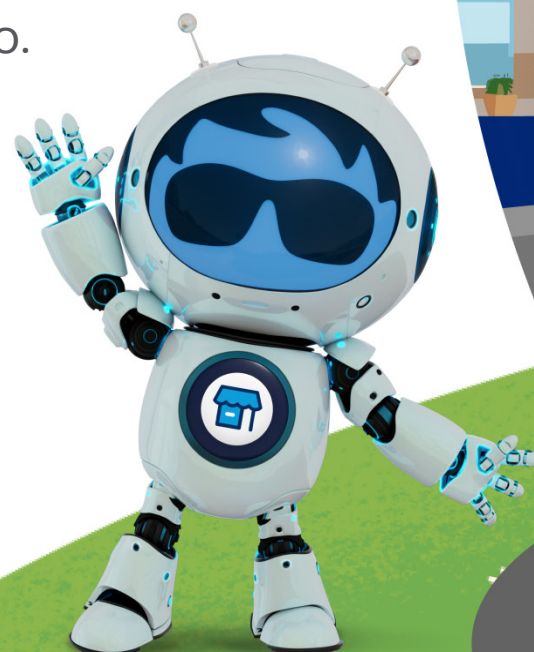


salesforce

SESTA EDIZIONE

Piccole e medie imprese: i trend principali

Insight e tendenze da 3.350 leader di piccole e medie imprese di tutto il mondo.



Invio e-mail automatizzato



Apertura e-mail



Esecuzione di chiamata introduttiva



La mia pipeline ▼

Il mio team

\$

\$

\$



Agente di assistenza Agentforce

Offerta di upgrade della carta

Accetta

Rifiuta



Una lettera da Salesforce

Kris Billmaier

*EVP & GM, Sales Cloud
e Self-Service &
Growth Products*

Le piccole imprese avranno anche team piccoli, ma possono generare un grande impatto. Molte presentano un elevato tasso di crescita, con entrate paragonabili a concorrenti molto più grandi, nonostante affrontino le stesse pressioni con meno risorse.

Con l'evoluzione dell'intelligenza artificiale (AI) verso la creazione di [agenti autonomi](#), le PMI trovano una potente opportunità per scalare in modo efficiente le operazioni. Gli agenti AI possono gestire in modo indipendente sia le attività di contatto con la clientela che quelle di back-office, consentendo alle aziende più piccole di fare di più con risorse limitate. Le PMI che oggi adottano l'AI stanno già vedendo chiari ritorni: aumento della produttività, esperienze cliente personalizzate e crescita delle entrate.

Il nostro sesto report "Piccole e medie imprese: i trend principali", basato su un sondaggio condotto tra leader di PMI di tutto il mondo, rivela come le aziende lungimiranti stiano affrontando questo momento critico. Il rapporto esamina:

- In che modo le PMI stanno aumentando gli investimenti tecnologici per pareggiare il campo di gioco rispetto ai concorrenti più grandi
- Cosa distingue le PMI in forte crescita dalle altre nel loro approccio ai dati e alla tecnologia
- Cosa imparano le PMI dall'implementazione dell'intelligenza artificiale

Con l'AI e i dati, le PMI hanno davanti a sé un futuro luminoso. Mi auguro che questa ricerca ti sia utile per orientarti nella tua nuova era di crescita.



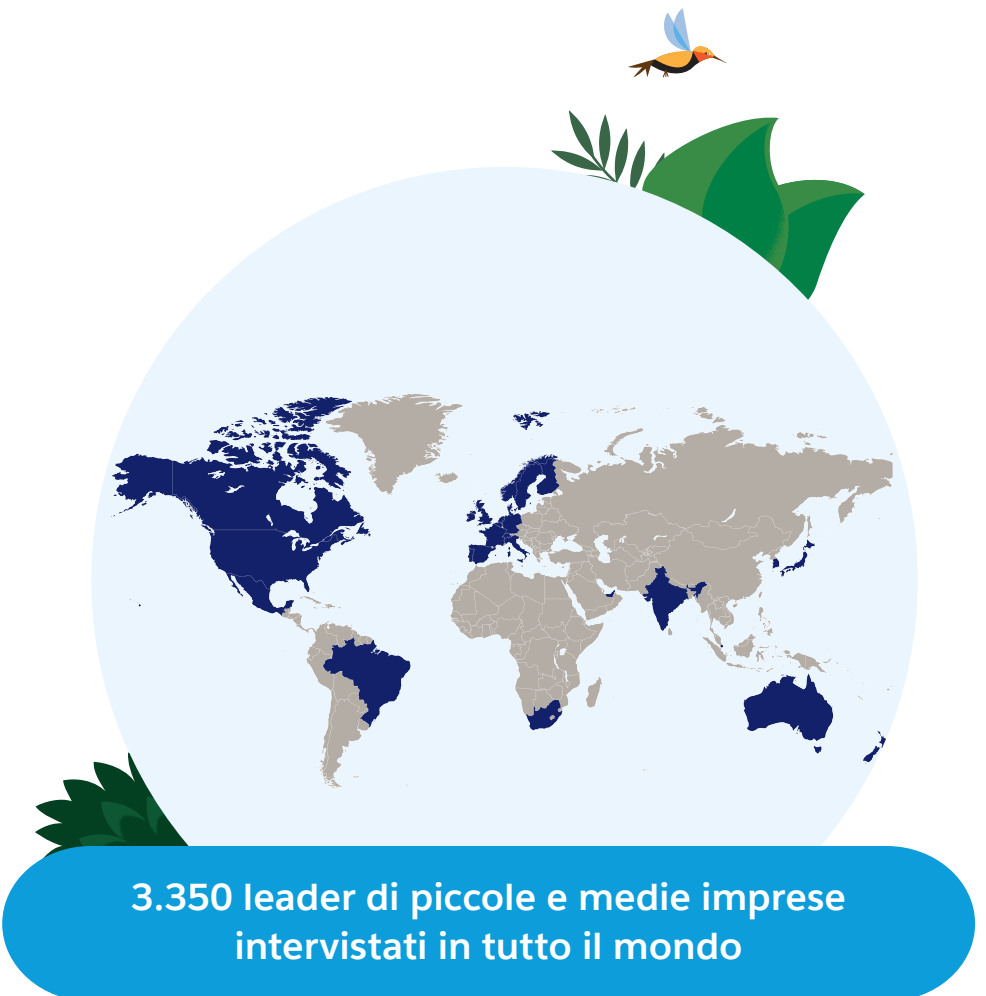
In questo report

Per la sesta edizione del report “Piccole e medie imprese: i trend principali”, Salesforce ha intervistato 3.350 leader di piccole e medie imprese in crescita (PMI) con un massimo di 200 dipendenti. Questo sondaggio globale rivela:

- Cosa distingue le PMI in crescita dalle altre PMI
- In che modo le PMI stanno elaborando una strategia per il proprio stack tecnologico per raggiungere i propri obiettivi
- L'impatto dell'AI sulla produttività e sui ricavi e i piani delle PMI per la sua espansione

A causa dell'arrotondamento, non sempre il totale delle percentuali nel report corrisponde al 100%. Tutti i calcoli di confronto sono basati sui numeri totali (non sulle cifre arrotondate).

I dati presentati in questo report sono il risultato di un sondaggio anonimo condotto dal 3 agosto 2024 al 16 settembre 2024 in 26 Paesi e sei continenti. Tutti gli intervistati facevano parte di un panel esterno. Per ulteriori dati demografici sul sondaggio, [cfr. pagina 47](#).



**3.350 leader di piccole e medie imprese
intervistati in tutto il mondo**

In questo report

Livelli di performance della aziende

In questo report abbiamo classificato gli intervistati nei seguenti tre livelli in base alla variazione nelle entrate degli ultimi 12 mesi.

62%

Entrate in crescita
aumentate di
oltre il 5%

30%

Entrate stagnanti
con variazione tra
il -5% e il +5%

8%

Entrate in calo
diminuite di
oltre il 5%



Sommario

Riepilogo generale 06

Capitolo 1 | Le PMI vedono un futuro luminoso davanti a sé 07

Capitolo 2 | Gli investimenti tecnologici spianano la strada alla crescita 11

Capitolo 3 | Le PMI abbracciano l'intelligenza artificiale all'alba dell'era agentica. 16

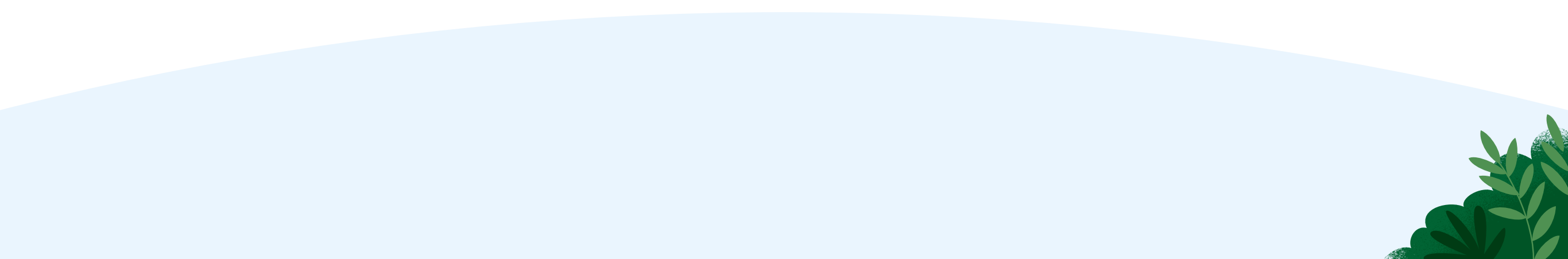
Capitolo 4 | Strategie intelligenti per i dati cambiano le regole del gioco. 23

Guardare avanti 27

Appendice 30

Profili settoriali 38

Sondaggi demografici 46



Sintesi dei risultati

A caccia di efficienza e crescita, le PMI stanno aumentando i loro investimenti tecnologici per creare relazioni più solide con i clienti e scalare le operazioni in crescita. Riconoscono quanto sia importante adottare l'intelligenza artificiale e dare priorità alle strategie di dati che forniscono velocità, affidabilità e una chiara comprensione dei propri clienti, il tutto guadagnando e mantenendo la fiducia. Queste mosse proattive e strategiche consentono alle PMI di prosperare al pari dei concorrenti più grandi in un panorama aziendale in rapida evoluzione.

01 Le PMI vedono un futuro luminoso davanti a sé

Le PMI puntano attivamente alla crescita e affrontano con coraggio i concorrenti più grandi. **L'81% dei leader delle PMI è ottimista sul futuro dell'azienda.**

02 Gli investimenti tecnologici spianano la strada alla crescita

Gli investimenti tecnologici sono in crescita. I leader sono fiduciosi nelle proprie strategie, sebbene alcuni siano sopraffatti dal ritmo del cambiamento tecnologico, dal numero di strumenti e dalle crescenti preoccupazioni per la sicurezza. **Il 76% delle PMI sta spendendo di più in tecnologia rispetto all'anno scorso.**

03 Le PMI abbracciano l'AI all'alba dell'era agentica

Le PMI non stanno solo adottando l'AI, stanno bensì raddoppiando gli investimenti alla luce del miglioramento delle entrate, della produttività e dell'esperienza del cliente. Infatti, **il 90% delle PMI con AI riporta operazioni più efficienti.**

04 Strategie intelligenti per i dati cambiano le regole del gioco

Le PMI vedono l'esplosione dei dati e le opportunità che ne derivano e stanno dando priorità agli sforzi per organizzarli e proteggerli. **Il 66% delle PMI sta aumentando i propri investimenti nella gestione dei dati.**



1

**Le PMI vedono
un futuro luminoso
davanti a sé**



01

Le PMI in crescita danno priorità all'esperienza

Gestire una PMI è un'impresa ad alto rischio e ad alto rendimento. Ammettiamolo: ci sono poche reti di sicurezza per le aziende che navigano in scenari economici e tecnologici in continua evoluzione.

Nonostante le incertezze, i leader delle PMI di oggi rimangono ottimisti: **otto su dieci sono fiduciosi riguardo al futuro della propria attività.**

Tuttavia, alcune PMI mostrano prestazioni migliori di altre e osservando le loro priorità possiamo intuirne il motivo.

L'obiettivo numero 1 delle PMI stagnanti e in declino è inseguire nuovi clienti, mentre le PMI in crescita si concentrano soprattutto sul miglioramento delle esperienze che attirano i clienti.

Questi leader danno anche priorità all'aggiornamento della tecnologia esistente e all'implementazione di nuove soluzioni per rafforzare la propria attività.

Le PMI si concentrano sul miglioramento della tecnologia, sull'empowerment della clientela e sul personale

Grado di ottimismo dei leader delle PMI circa il futuro della propria azienda



Principali priorità delle PMI

PMI in crescita

- 1 Migliorare l'esperienza del cliente
- 2 Migliorare l'uso di strumenti/tecnologia esistenti
- 3 Implementare nuovi strumenti/tecnologie

PMI in declino

- 1 Acquisire nuovi clienti
- 2 Ridurre i costi
- 3 Puntare su nuovi mercati

PMI stagnanti

- 1 Acquisire nuovi clienti
- 2 Migliorare l'esperienza del cliente
- 3 Fidelizzare la clientela

01

Le PMI si sentono ben posizionate rispetto ai concorrenti più grandi

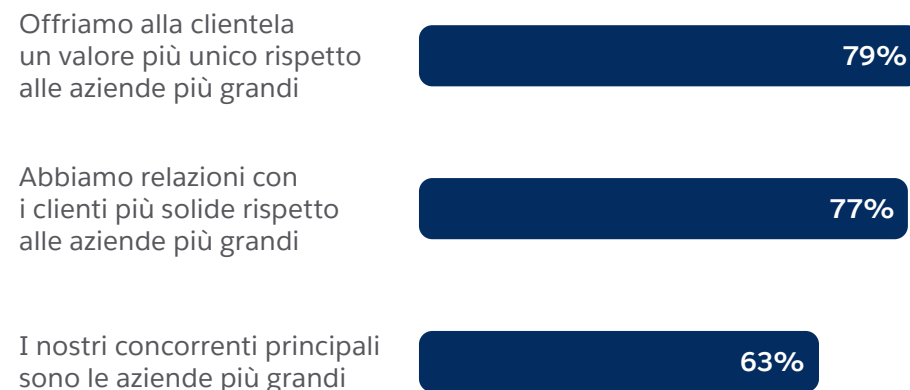
Mentre le PMI sono spesso viste come sfavorite, i leader delle PMI ritengono che le proprie aziende creino un valore unico e relazioni con i clienti più forti rispetto ai concorrenti più grandi.

Oltre sei leader di PMI su dieci vedono i loro principali concorrenti nelle aziende più grandi, piuttosto che in aziende delle stesse dimensioni.

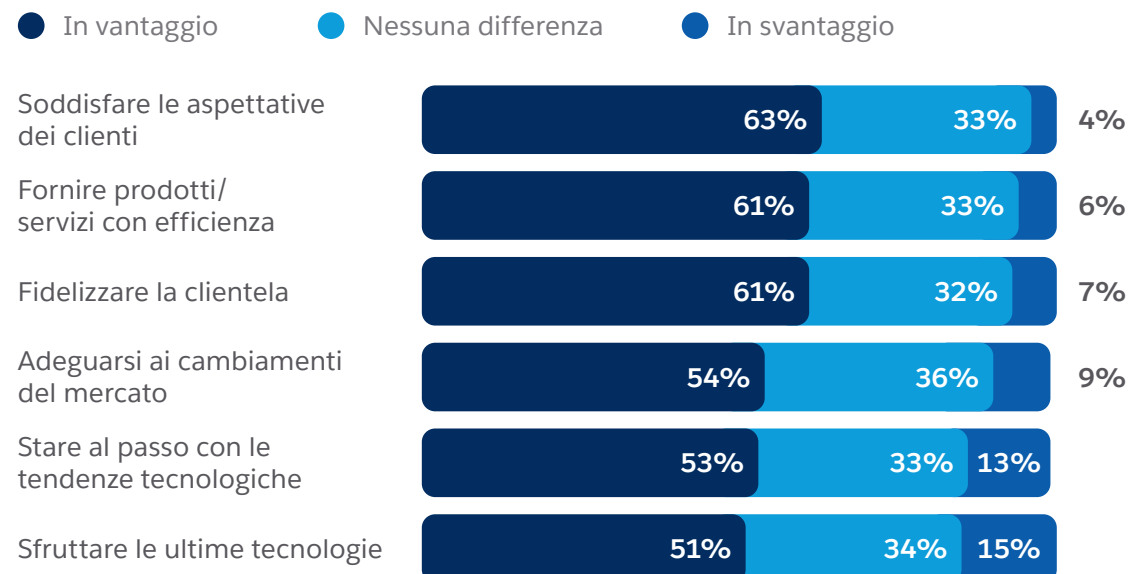
Nel complesso, i leader delle PMI si sentono ben posizionati rispetto ai concorrenti più grandi. Sebbene le PMI abbiano meno risorse, eccellono nell'adattarsi e rispondere rapidamente alle condizioni di mercato. Infatti, il 54% dei leader delle PMI si sente avvantaggiato nell'adattarsi ai cambiamenti del mercato.

Le PMI affermano di avere un vantaggio nel soddisfare i clienti offrendo un valore unico

Leader delle PMI che concordano con le seguenti affermazioni



Ecco come i leader delle PMI si vedono rispetto alle aziende più grandi



Le PMI affrontano le sfide tecnologiche

Aumentare le entrate e attirare i clienti sono i compiti più impegnativi per le PMI, ma anche stare al passo con la tecnologia rappresenta una sfida ardua.

Con la progressiva digitalizzazione delle aziende, oltre la metà dei leader delle PMI è preoccupata di rimanere indietro dal punto di vista tecnologico e quasi altrettanti ammettono di sentirsi sopraffatti dal ritmo del cambiamento tecnologico.

Nonostante questo, i leader delle PMI ritengono che le proprie aziende stiano adottando decisioni intelligenti in ambito tecnologico e che la loro tecnologia le prepari al successo.

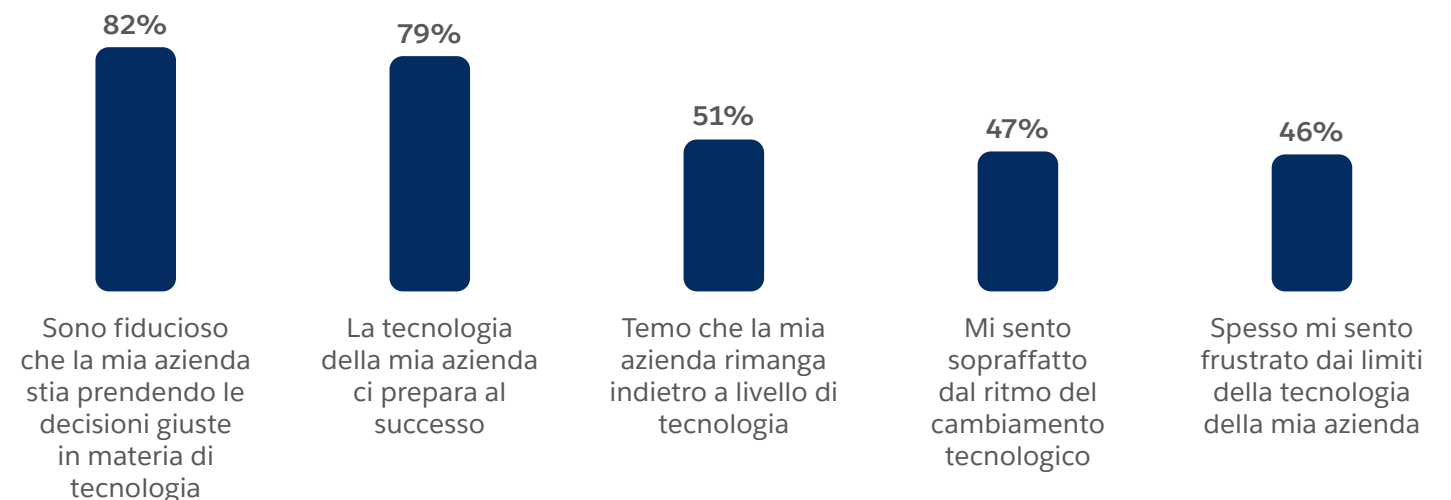
Oltre a far crescere il business, la sfida principale delle PMI è stare al passo con la tecnologia

Le principali sfide delle PMI

- 1 Aumentare il fatturato
- 2 Acquisire nuovi clienti
- 3 Stare al passo con la tecnologia in evoluzione
- 4 Concorrenza da altre aziende
- 5 Mantenere i clienti esistenti

[Vedi l'elenco completo a p. 31.](#)

Leader delle PMI che concordano con le seguenti affermazioni



2

**Gli investimenti
tecnologici
spianano la
strada alla
crescita**



Le PMI incrementano gli investimenti tecnologici

In risposta al timore di rimanere indietro a livello tecnologico, le PMI stanno aumentando in modo proattivo gli investimenti. La spesa tecnologica è in aumento tra le PMI: il 76% di esse spende di più in tecnologia rispetto allo scorso anno e solo il 5% sta tagliando questa voce di spesa.

Se interrogate sulla tecnologia, la maggior parte delle PMI ritiene di essere al passo con i concorrenti di dimensioni simili e più grandi. Tuttavia, le PMI con entrate in calo hanno maggiori probabilità di rimanere indietro rispetto ai concorrenti più grandi.

Le PMI in crescita hanno maggiori difficoltà a tenere il passo con i progressi tecnologici, dimostrando l'importanza da esse attribuita a questa sfida e la possibile sottovalutazione della stessa, invece, da parte delle PMI di minor successo.

Le PMI in crescita presentano investimenti e fiducia più marcati

Leader delle PMI che concordano con le seguenti affermazioni

● PMI in crescita ● PMI stagnanti ● PMI in declino

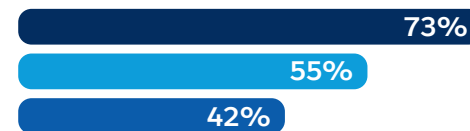
Tutte le PMI In ambito tecnologico la mia azienda sta al passo con le altre PMI della stessa grandezza

73%



In ambito tecnologico la mia azienda sta al passo con altre PMI più grandi

65%



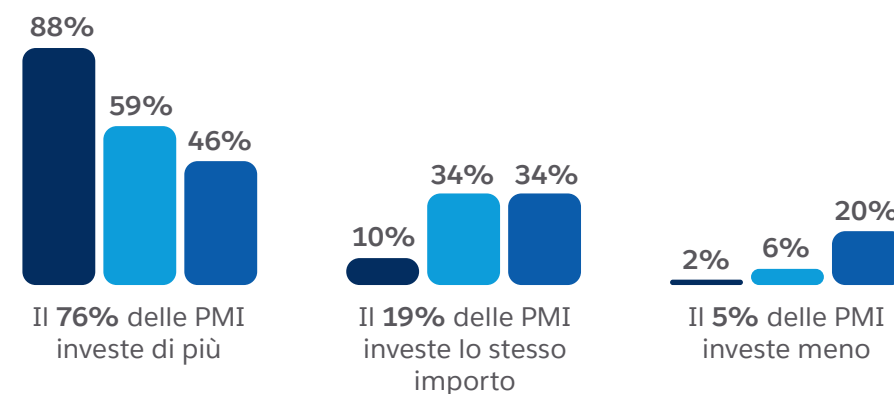
Stare al passo con l'evoluzione della tecnologia è impegnativo

68%



Investimenti tecnologici delle PMI rispetto a un anno fa

● PMI in crescita ● PMI stagnanti ● PMI in declino



02

Le PMI in crescita consolidano i propri stack tecnologici

Le PMI adottano ampiamente la tecnologia, tuttavia avere troppi strumenti non è sempre un vantaggio.

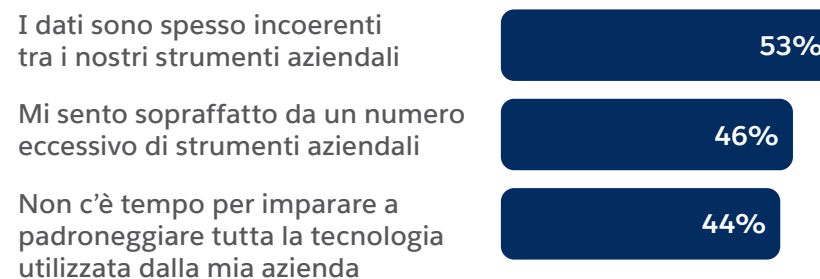
Una PMI media utilizza sette diverse applicazioni aziendali, che possono far sentire sopraffatti in assenza di risorse e competenze tecniche sufficienti. Ad esempio, oltre la metà dei leader delle PMI segnala frequenti incongruenze nei dati dei vari strumenti.

Rispetto alle PMI stagnanti o in declino, le PMI in crescita sono più propense a descrivere la propria tecnologia come una suite integrata. Secondo un distinto studio, questo approccio può ridurre lo spreco di tempo: i proprietari di piccole imprese registrano 1,5 ore al giorno di tempo sprecato e quasi un quinto imputa parte di questo tempo al passaggio da un'applicazione all'altra.¹

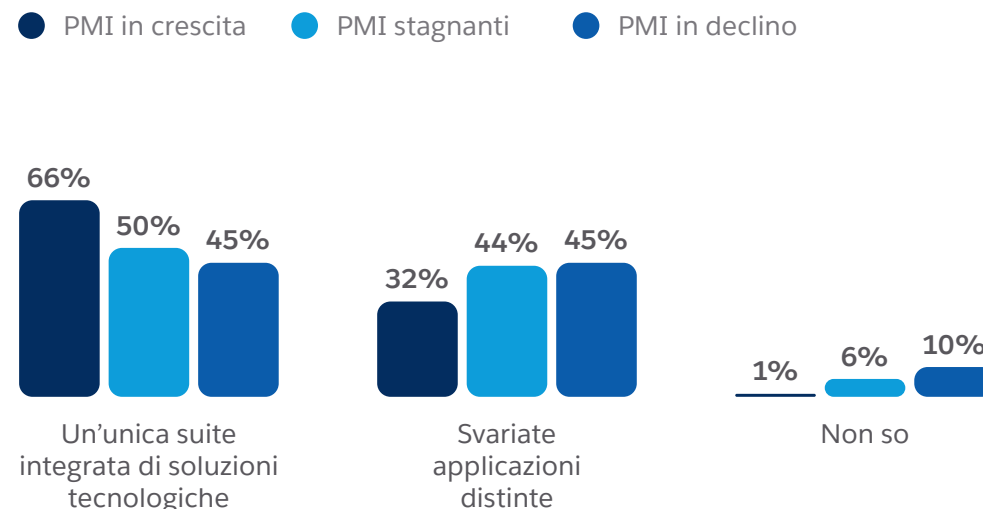
¹[Tendenze della produttività delle piccole imprese - Slack, 2024](#)

Quasi la metà dei leader delle PMI si sente sopraffatta dall'eccessivo numero di strumenti aziendali

Leader delle PMI che concordano con le seguenti affermazioni



Descrizione dei leader delle PMI del loro mix tecnologico



I leader soppesano le principali sfide tecnologiche che devono affrontare

Man mano che le PMI si orientano sempre più verso la tecnologia, devono affrontare nuove sfide.

Non sorprende che le PMI con entrate in calo tendano maggiormente a sentire la pressione dei vincoli di budget.

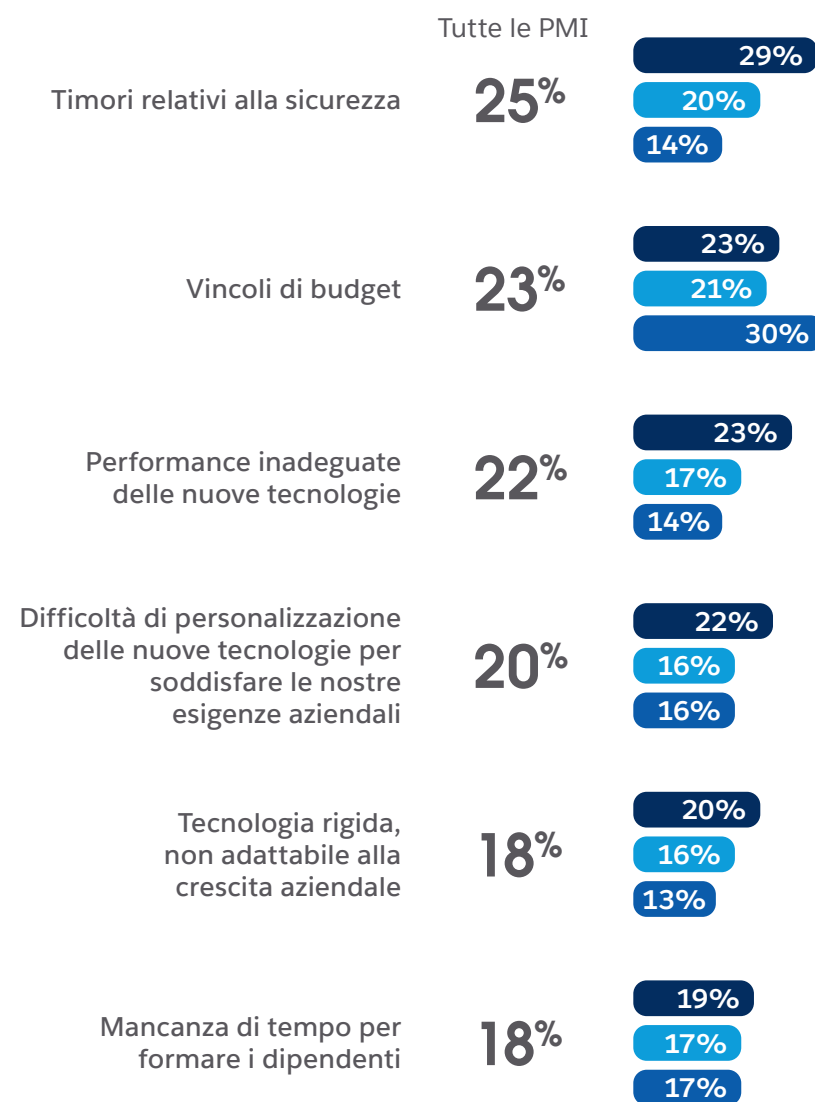
Allo stesso tempo, le PMI in crescita tendono doppiamente a evidenziare problemi di sicurezza, come violazioni dei dati, attacchi di phishing e ransomware.

Inoltre, i leader delle PMI in crescita sembrano aspettarsi di più dalla propria tecnologia e gran parte di essi esprime problemi relativi alle prestazioni, alla personalizzazione e alla scalabilità della tecnologia.

La sicurezza è un ostacolo tecnologico maggiore rispetto al budget

Leader delle PMI che giudicano le seguenti come sfide maggiori

● PMI in crescita ● PMI stagnanti ● PMI in declino



L'AI è in testa nelle considerazioni sugli investimenti tecnologici

Nella valutazione delle nuove tecnologie, le PMI prendono in considerazione molti fattori, tra cui funzionalità, prezzo, facilità di configurazione e manutenzione, qualità del servizio clienti e altro ancora.

Le PMI in crescita si concentrano principalmente sulle funzionalità dell'AI, un aspetto che non raggiunge nemmeno i primi tre posti nella valutazione da parte delle aziende di minor successo. Di contro, le PMI stagnanti e in calo guardano prima di tutto al prezzo.

Nella valutazione della tecnologia, il 40% dei leader delle PMI in crescita afferma che le funzionalità di intelligenza artificiale sono estremamente importanti, rispetto al 23% dei leader delle PMI in declino.

Le PMI in crescita danno priorità all'AI più delle controparti stagnanti e in declino

Principali fattori nella valutazione delle nuove tecnologie

PMI in crescita

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Facilità d'uso
- 3 Compatibilità con infrastrutture o sistemi esistenti

PMI stagnanti

- 1 Prezzo
- 2 Facilità d'uso
- 3 Funzionalità dell'AI

PMI in declino

- 1 Prezzo
- 2 Facilità d'uso
- 3 Facilità di configurazione

Classificati in base alle risposte "estremamente importante".



3

Le PMI abbracciano l'intelligenza artificiale all'alba dell'era agentica



03

Le PMI utilizzano l'AI più di quanto si pensi

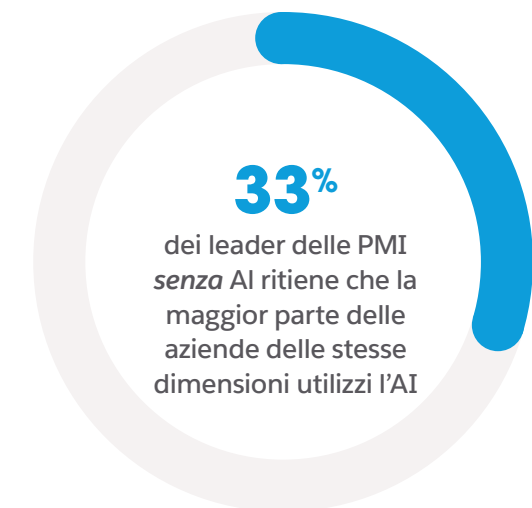
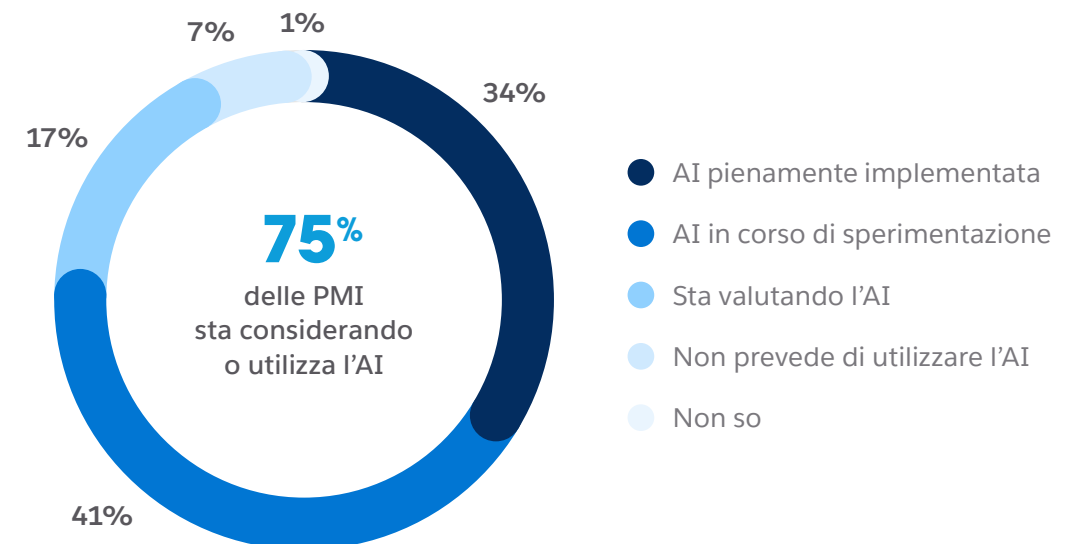
L'AI potrebbe sembrare uno strumento per grandi aziende, ma rappresenta un punto di svolta anche per le PMI.

Oggi, il 75% delle PMI sta investendo in una certa misura nell'AI e oltre un terzo afferma di aver implementato in toto l'AI nelle proprie operazioni.

Le PMI in crescita sono 1,8 volte più propense a investire nell'intelligenza artificiale rispetto alle PMI in declino.

Le PMI senza AI sottovalutano la prevalenza della tecnologia tra le altre PMI. Mentre l'80% delle PMI con l'AI sa che si tratta di uno strumento di uso comune nel proprio ambito, solo un terzo delle PMI senza questa tecnologia è concorde.

Tre quarti delle PMI stanno investendo per una certa misura nell'AI



Gli investimenti nell'AI aumentano per soddisfare ampi casi d'uso

Le PMI utilizzano comunemente l'intelligenza artificiale per ottimizzare le campagne di marketing, generare contenuti come e-mail o post dei blog e personalizzare i consigli per i clienti. E mirano al raddoppio: tre PMI su quattro prevedono di aumentare i propri investimenti in AI nel prossimo anno e solo il 4% prevede di ridurlo. **Il 78% dei buyer aziendali si aspetta che l'AI raggiunga lo stesso livello delle capacità umane entro il prossimo decennio.**¹

Con il progredire dell'AI, si apre un mondo di possibilità per le aziende, incluso il funzionamento dell'AI senza il coinvolgimento umano a supporto di clienti e dipendenti in tutta l'azienda. Salesforce vede gli agenti intelligenti autonomi come il prossimo capitolo dell'evoluzione dell'intelligenza artificiale dalle fondamenta gettate dall'AI predittiva e generativa.

L'85% delle PMI con l'AI afferma che otterrà un ritorno sull'investimento.

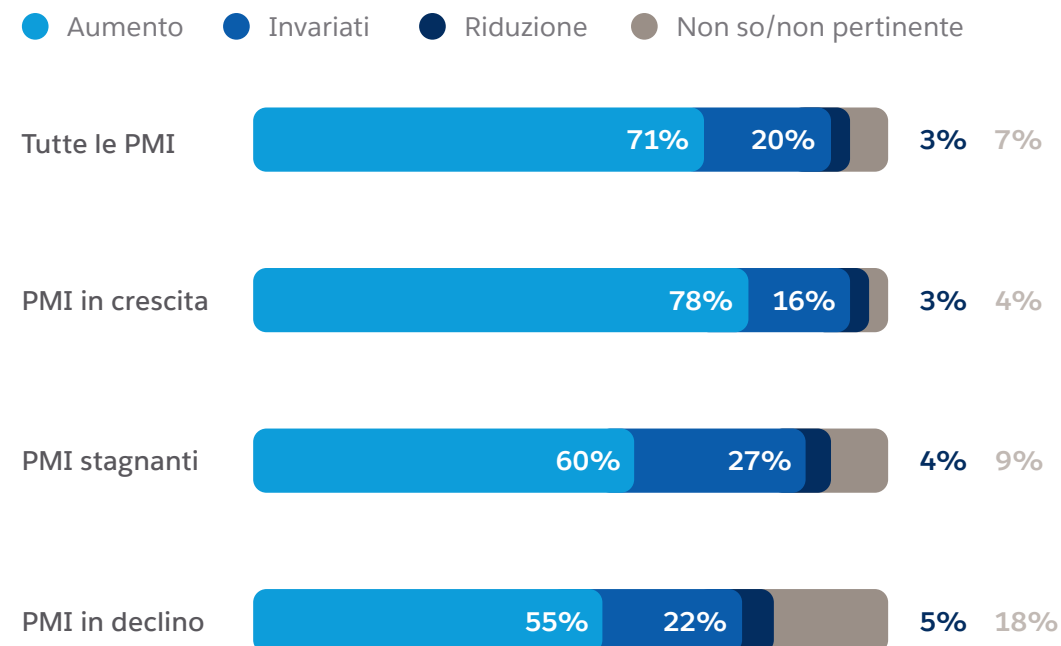
¹[Salesforce, State of the Connected Customer, 2024](#)

Le PMI adottano l'AI per implementarla a diversi livelli in azienda

Principali casi d'uso dell'AI

- 1 Ottimizzazione delle campagne di marketing
- 2 Generazione di contenuti
- 3 Consigli automatizzati per la clientela
- 4 Strumenti di ricerca con linguaggio naturale
- 5 Chatbot di assistenza personalizzati

Variazione prevista negli investimenti in AI nel prossimo anno



03

I leader delle PMI sono concordi: l'AI produce risultati

I vantaggi dell'intelligenza artificiale interessano il personale, la clientela e i profitti delle PMI. Si tratta di un grande impatto per qualsiasi azienda, ma soprattutto per quelle con meno risorse a disposizione.

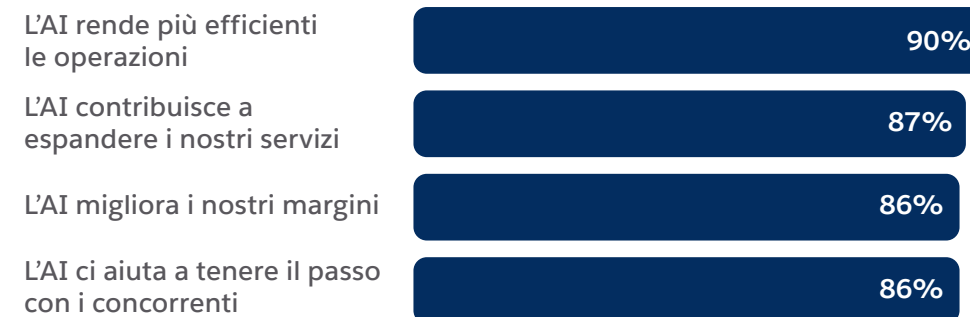
Nove PMI su dieci ottengono un efficientamento delle operazioni grazie all'AI.

Allo stesso tempo, l'efficienza, la personalizzazione e la scalabilità dell'intelligenza artificiale migliorano l'esperienza del cliente, ad esempio aumentando la rapidità di consegna, personalizzando i servizi e altro ancora.

Il 78% dei leader delle PMI delle aziende con intelligenza artificiale afferma che la tecnologia sarà un punto di svolta per la propria azienda.

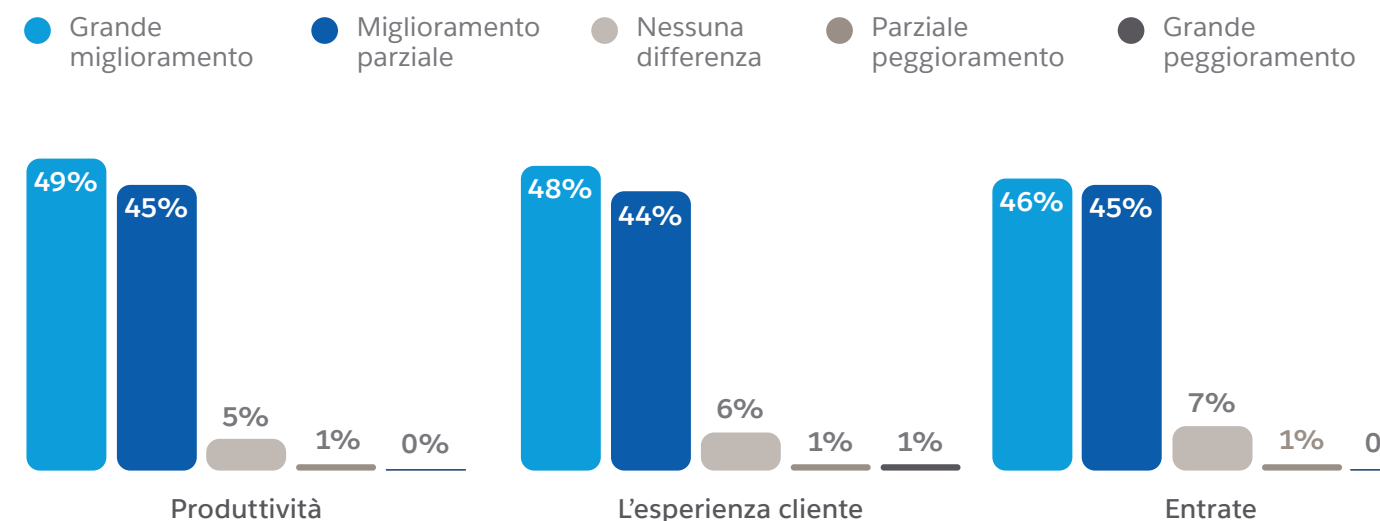
I leader delle PMI riportano miglioramenti in termini di produttività, esperienza del cliente ed entrate

Leader delle PMI che concordano con le seguenti affermazioni



Base: PMI che utilizzano l'AI

Impatto dell'AI riportato sui seguenti parametri



Base: PMI che utilizzano l'AI



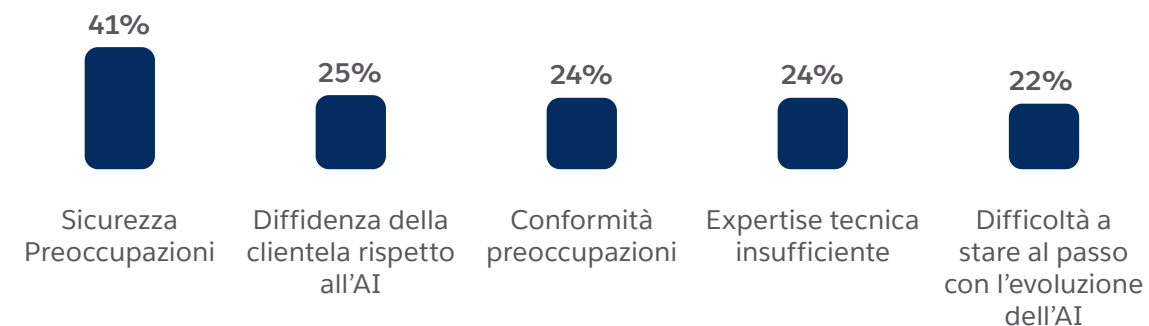
La sicurezza è la maggiore preoccupazione delle PMI riguardo all'AI

L'AI può essere un vantaggio per le aziende, ma non è priva di sfide. Di gran lunga la preoccupazione maggiore è la sicurezza. Quando non adeguatamente sicura per i casi d'uso aziendali, come nel caso dei prodotti di livello consumer, l'intelligenza artificiale può introdurre rischi di violazione dei dati e di esposizione di informazioni sensibili.

Oltre alla sicurezza, diversi settori sono assillati da ulteriori dubbi riguardo a questa nuova tecnologia. Ad esempio, il settore dei servizi finanziari è particolarmente preoccupato per l'integrazione dell'intelligenza artificiale con la miriade di sistemi legacy e i rivenditori sono temono la diffidenza dei clienti a fronte di un aumento nell'uso dell'intelligenza artificiale.

La sicurezza resta una preoccupazione primaria nei vari settori

Principali preoccupazioni sull'AI



Base: PMI che utilizzano l'AI

Principali preoccupazioni dei settori riguardo all'AI

Servizi finanziari

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Scarsa integrazione con le tecnologie esistenti (*a pari merito*)
- 2 Difficoltà a stare al passo con l'evoluzione dell'AI (*a pari merito*)

Retail

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Diffidenza della clientela rispetto all'AI
- 3 Output inaccurati

Automotive

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Preoccupazioni relative alla compliance
- 3 Preoccupazioni di carattere etico

Tecnologia

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Diffidenza della clientela rispetto all'AI
- 3 Expertise tecnica insufficiente

Base: PMI che utilizzano l'AI.

[Vedi ulteriori settori a pag. 38.](#)

Prospettiva degli esperti sull'etica nell'era dell'AI agentica

Quali sono le preoccupazioni di natura etica che si sentono più spesso circa gli agenti di AI autonomi?

I rischi su cui noi ci concentriamo in quanto azienda di AI per le imprese sono l'accuratezza, la distorsione, la tossicità, la sicurezza e la privacy. E non siamo i soli ad avere queste preoccupazioni etiche: il pubblico, la nostra clientela e le autorità di regolamentazione prestano molta attenzione al rapido progresso delle tecnologie di AI. Questi rischi non sono nuovi, ma poiché l'AI sta passando dalla generazione di contenuti all'eseguire azioni per nostro conto, garantire un'AI affidabile è più importante che mai.

Quali rischi relativi ai dati rappresentano la principale preoccupazione dei clienti circa gli agenti AI autonomi?

Sappiamo bene che l'AI agentica non è esente da rischi. Per la prossima evoluzione dell'intelligenza artificiale agentica, ci stiamo concentrando su strumenti che consentano alle persone di prendere le massime decisioni di rischio e di giudizio e di delegare il resto. Per essere chiari, non significa che gli esseri umani siano nel ciclo di ogni output di AI, questo è un approccio che non funziona più. Ci concentriamo invece sulla progettazione intenzionale e sui controlli a livello di sistema che supportano sia gli esseri umani che l'intelligenza artificiale. Ad esempio, permettendo agli esseri umani di mantenere una visione generale della propria AI e consentendo all'AI agentica di passare la palla agli esseri umani quando necessario.

Cosa possono fare le aziende per prepararsi?

Inizia concentrandoti sui dati. Disporre di buoni dati è fondamentale per ottenere una buona AI. Per le organizzazioni è sempre stato importante raccogliere dati di qualità e garantire trasparenza e consenso nel processo di raccolta. È anche fondamentale non dimenticare che l'etica e l'intenzione contano. Le organizzazioni devono disporre di una strategia chiara su come intendono utilizzare gli agenti AI per migliorare la propria attività e assicurarsi di essere trasparenti su quando e come viene utilizzata l'intelligenza artificiale. Le persone devono sapere quando interagiscono con agenti AI o con agenti umani.



Paula Goldman

Chief Ethical and Humane Use Officer,
Salesforce



03

Le PMI prevedono operazioni ripensate

L'AI non è un cambiamento da poco: si tratta di una svolta radicale. Infatti, l'82% dei leader delle organizzazioni con l'AI afferma essa che sta dando nuova forma al modo in cui agiscono.

Prepararsi all'uso dell'AI richiede pianificazione, investimenti e formazioni oculati. Una volta implementata, le PMI possono perseguire ulteriori cambiamenti a livello tecnologico, procedurale e organizzativo.

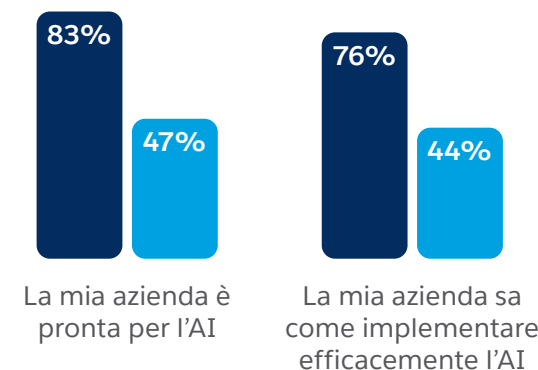
Man mano che le PMI espandono l'uso dell'intelligenza artificiale acquisiscono maggiore fiducia e compiono significativi balzi in avanti nella percezione delle proprie conoscenze, passando dalla fase di valutazione alla fase di sperimentazione.

Le PMI apprendono progressivamente l'AI



Leader delle PMI che affermano quanto segue

● In fase di sperimentazione dell'AI ● In fase di valutazione dei casi d'uso dell'AI



4

Strategie intelligenti per i dati cambiano le regole del gioco



Le PMI faticano a tradurre i dati in insight

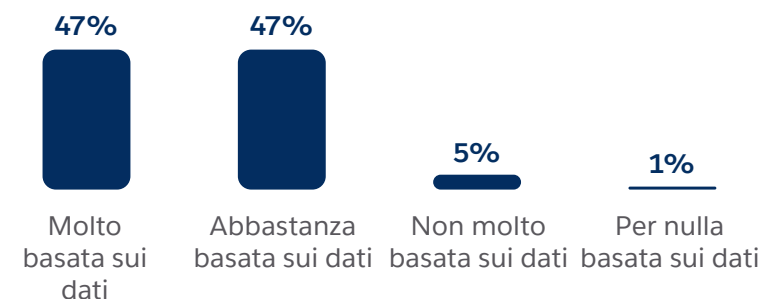
I dati di qualità sono alla base di molti processi aziendali, dalla personalizzazione delle interazioni con la clientela all'analisi della performance, fino all'addestramento dell'intelligenza artificiale per raggiungere il suo pieno potenziale.

Mentre pressoché tutti i leader delle PMI ritengono che le proprie aziende siano almeno in qualche modo basate sui dati, meno della metà afferma di esserlo a un livello *elevato*. Questo potrebbe portare a ostacoli tangibili che impediscono alle PMI di tradurre i dati in informazioni e azioni.

I principali fattori che frenano le operazioni basate sui dati sono la mancanza di risorse e competenze nell'analisi dei dati e nell'implementazione degli insight. Inoltre, le PMI si ritrovano ad affrontare ostacoli tecnici, come l'integrazione di dati provenienti da più fonti e l'importazione di dati da sistemi esterni.

Le PMI spesso non dispongono di dati, risorse e competenze

Misura in cui i leader ritengono che le proprie PMI siano basate sui dati



[Salesforce, State of Analytics, novembre 2023](#)

Classifica delle sfide delle PMI nell'utilizzare i dati

- 1 Carenza di risorse/competenze per l'estrazione dei dati per l'analisi
- 2 Carenza di risorse/esperienza per agire in base agli insight
- 3 Integrazione dei dati da fonti separate
- 4 Carenza di risorse/competenze per comprendere gli insight
- 5 Importazione di dati da fonti esterne
- 6 Integrazione degli insight nei processi esistenti
- 7 Compartimentazione organizzativa

04

Gli investimenti nella gestione dei dati sono in crescita

La maggior parte dei leader delle PMI concorda sul fatto che migliorare la qualità dei dati della propria azienda aumenterà la produttività e i ricavi. Nel prossimo anno, il **66% delle PMI prevede di aumentare i propri investimenti nella gestione dei dati**, dato che risulta ancor più elevato per le PMI che utilizzano l'AI.

Una gestione efficace dei dati è sempre stata importante, ma l'intelligenza artificiale alza la posta in gioco, poiché la sua performance dipende fortemente dalla qualità dei dati alla base.

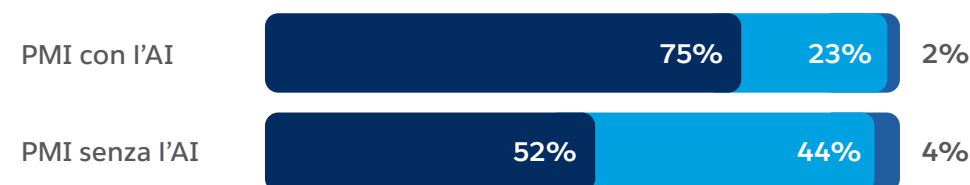
L'85% dei professionisti IT delle PMI afferma che i risultati dell'AI sono validi solo quanto lo sono i suoi input di dati.¹

¹Dati del sondaggio *State of Data & Analytics* di Salesforce, novembre 2023.

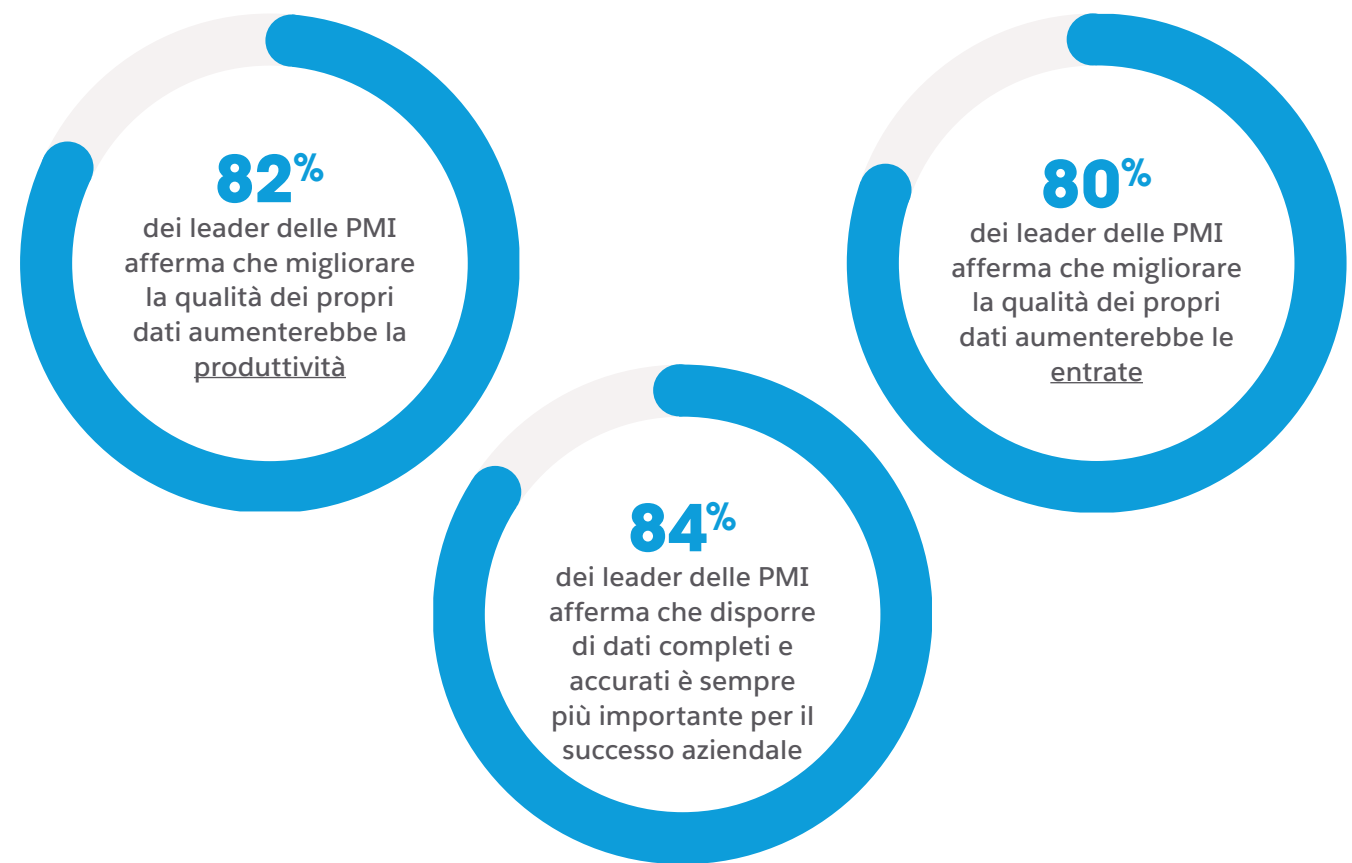
Le PMI con l'AI sono particolarmente desiderose di migliorare la propria gestione dei dati

Variazione prevista negli investimenti in AI il prossimo anno

● Aumento ● Invariati ● Diminuzione



Le risposte "non so" e "non pertinente" non sono incluse nella base.



04

La sicurezza dei dati presenta margini di miglioramento

I volumi di dati incrementano le opportunità di business, ma fanno aumentare anche i rischi. Tuttavia i leader delle PMI si sentono all'altezza del compito.

L'84% dei leader delle PMI è certo che la propria azienda sia in grado di proteggere i dati sensibili.

Nonostante questa fiducia, le PMI possono trarre vantaggio da un'analisi più approfondita delle proprie pratiche di sicurezza dei dati. Alla domanda riguardante misure di sicurezza specifiche come gli aggiornamenti delle applicazioni, l'autenticazione a due fattori o anche la protezione di base con password, meno della metà dei leader delle PMI intervistati ha dichiarato di utilizzare una di queste.

I responsabili IT indicano che le misure di sicurezza diventano sempre più importanti nell'era dell'AI generativa poiché le minacce diventano più sofisticate e l'uso di tecnologie di consumo come ChatGPT espone involontariamente i dati aziendali.

Con l'aumento dei rischi nell'era dell'AI, permangono possibilità di rafforzamento della sicurezza

Azioni intraprese per mettere in sicurezza i dati dell'azienda e della clientela



[Salesforce, Generative AI Snapshot Series, 2023](#)





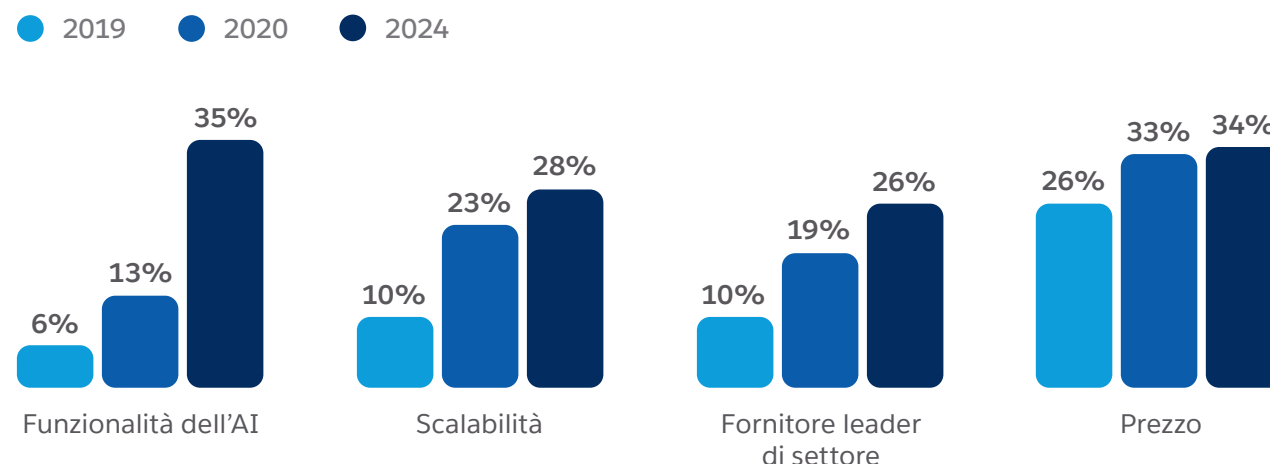
Uno sguardo al futuro: cresce l'importanza della fiducia e della scalabilità

La tecnologia riveste un ruolo sempre più importante nelle traiettorie di crescita delle PMI, pertanto i leader stanno esaminando i principali fattori nella scelta dei partner giusti.

Il prezzo rimane un elemento critico nella valutazione della tecnologia, ma è aumentata l'importanza di altri aspetti come la scalabilità, la reputazione del settore e soprattutto le funzionalità dell'AI.

Inoltre, otto leader di PMI su dieci affermano di essere disposti a investire di più per fornitori affidabili e tecnologia scalabile.

Leader delle PMI che descrivono i seguenti fattori come estremamente importanti nel valutare la nuova tecnologia



Leader delle PMI che concordano con le seguenti affermazioni



Agenti autonomi: la prossima fase dell'intelligenza artificiale

L'AI generativa ha invaso il mondo solo di recente, ma ecco già pronta una nuova era: quella degli agenti autonomi. Mentre l'AI generativa sa creare nuovi contenuti in base a un prompt, gli agenti eseguiranno compiti senza l'intervento umano.

Ad esempio, se un cliente desidera pianificare un viaggio in un luogo sconosciuto, gli agenti non si limiteranno a offrire consigli intelligenti di servizio. Intraprenderanno di fatto azioni concrete per conto del cliente: consultazione di siti web, definizione di piani e persino prenotazioni di biglietti.



A qualsiasi piccola impresa farebbe comodo una mano in più, senza il costo di organico aggiuntivo. È questo il potere degli agenti autonomi come Agentforce di Salesforce. Ma una grande intelligenza artificiale ha bisogno di grandi dati. Salesforce fornisce alle PMI uno stack tecnologico integrato che collega i dati e le applicazioni dei clienti a una piattaforma affidabile, che a sua volta alimenta un'AI più intelligente. Ci focalizziamo sul fare tutto il possibile per aiutare le PMI a essere più produttive ed efficaci e a stimolare la crescita.



Kris Billmaier

EVP & GM, SALES CLOUD E SELF-SERVICE & GROWTH PRODUCTS



AI predittiva

Utilizza dati storici
per riconoscere i modelli
nel tempo

IA generativa

Crea nuovi contenuti
in base ai prompt
dell'utente

AI agentica

Svolge compiti
senza l'intervento umano

Scopri casi d'uso con gli agenti →

Scopri altre risorse per le PMI.



Guida all'AI per le piccole imprese

Tutto ciò di cui hai bisogno per identificare i migliori casi d'uso per l'intelligenza artificiale, creare una strategia AI e lasciarti ispirare da altre storie di intelligenza artificiale per le piccole imprese.

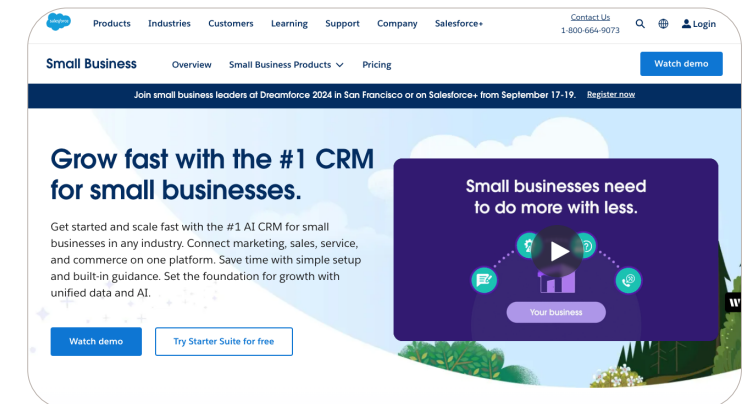
Scarica la guida



Il percorso verso il CRM basato sull'AI

Forrester Consulting ha intervistato oltre 700 leader aziendali globali per conoscere la loro opinione sul successo con l'intelligenza artificiale per il CRM.

Scarica il report



Salesforce per le piccole imprese

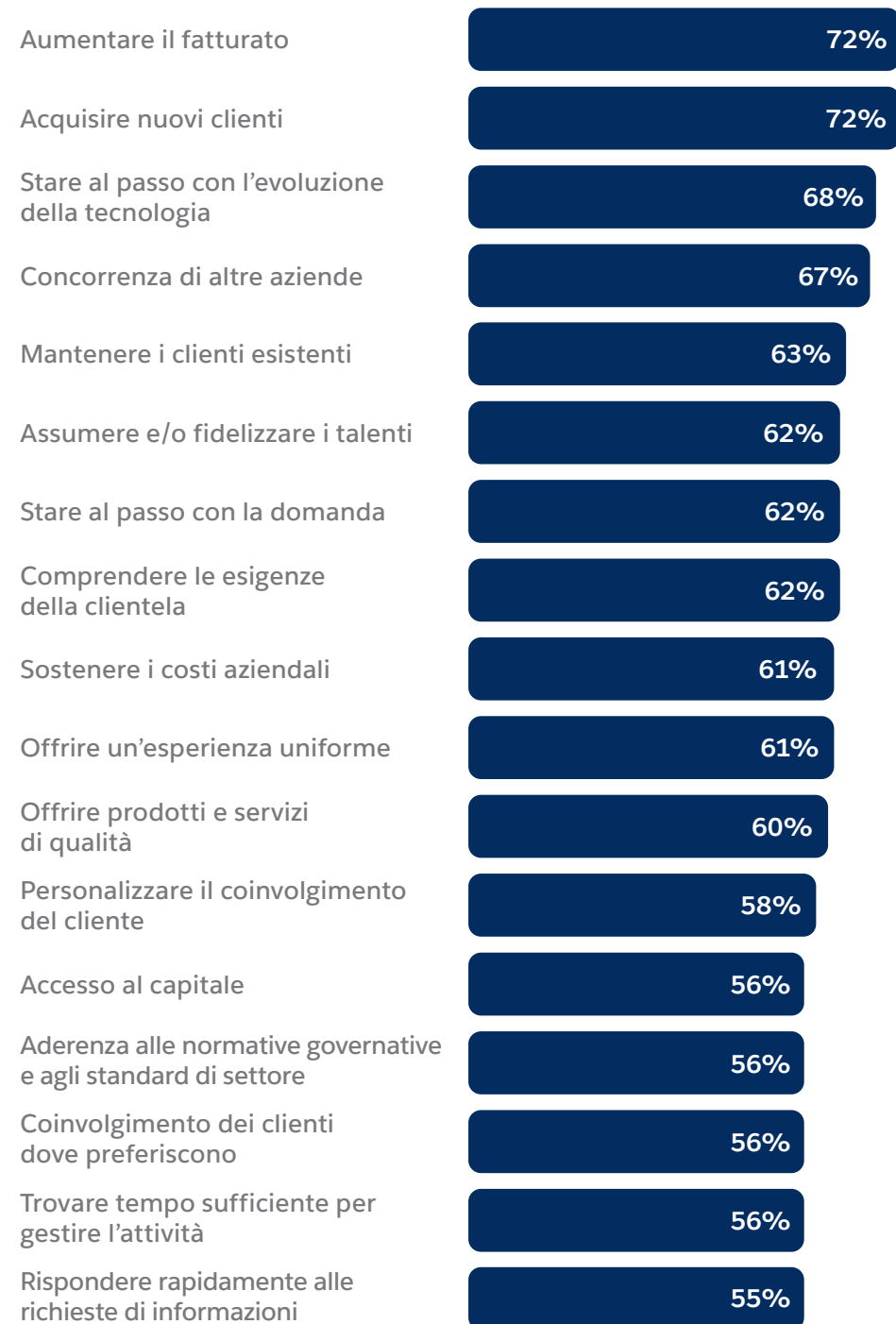
Scopri tutte le soluzioni basate sull'intelligenza artificiale per piccole imprese in crescita.

Scopri le soluzioni

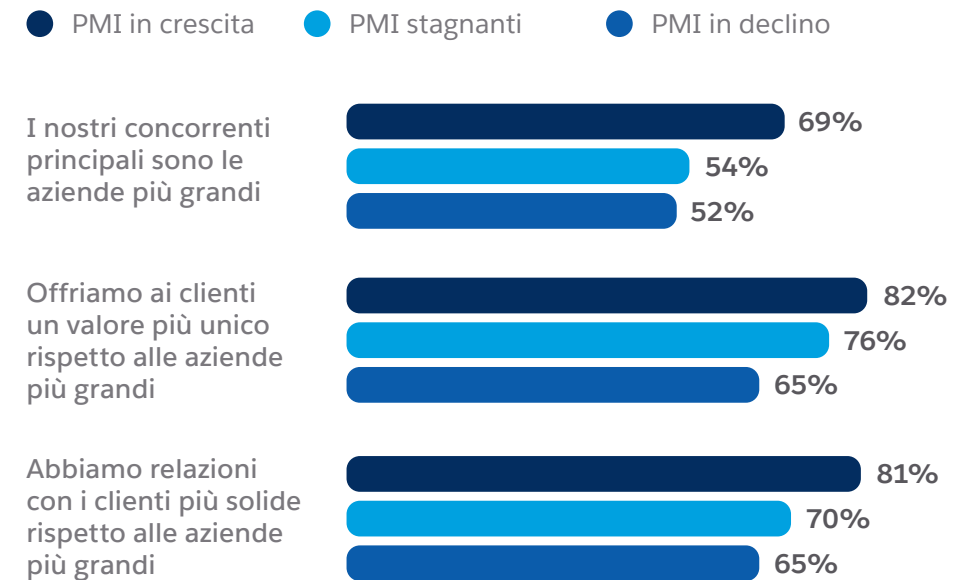
Appendice



Leader delle PMI che giudicano quanto segue come una sfida



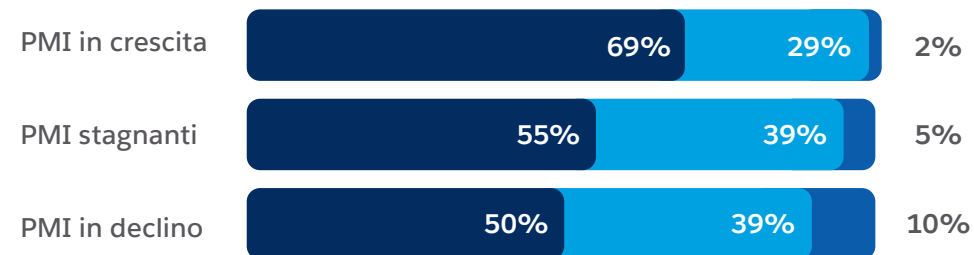
Leader delle PMI che affermano quanto segue



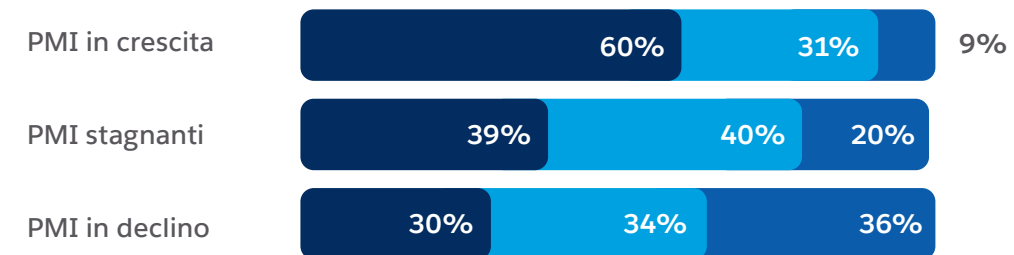
Vantaggi o svantaggi percepiti dalle PMI rispetto ai concorrenti più grandi

● In vantaggio ● Nessuna differenza ● In svantaggio

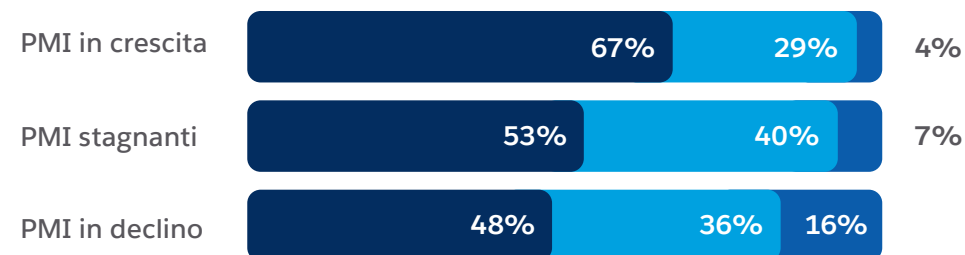
Soddisfare le aspettative dei clienti



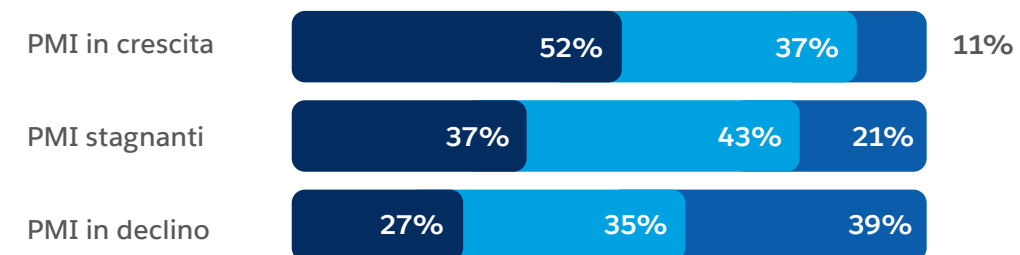
Sfruttare le ultime tecnologie



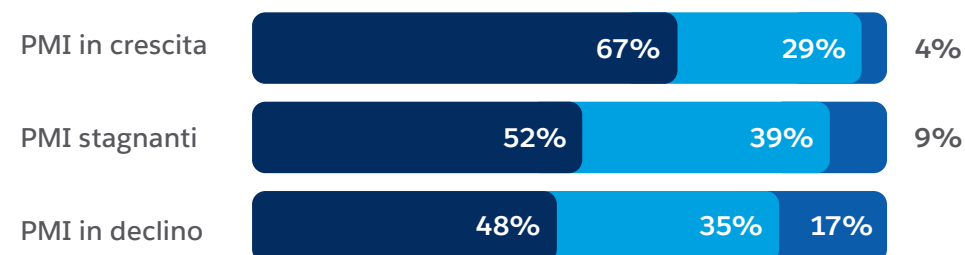
Fornire prodotti/servizi con efficienza



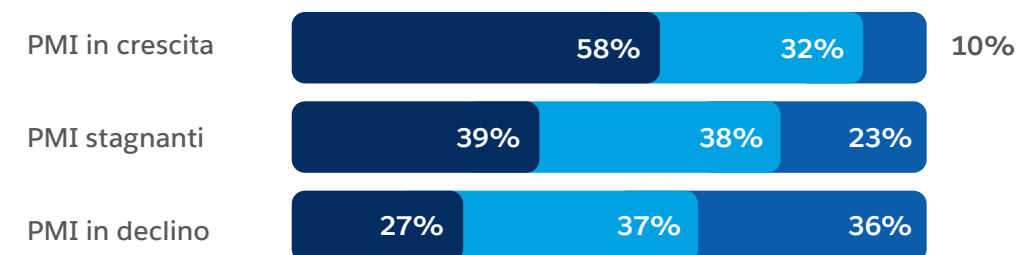
Accesso al capitale



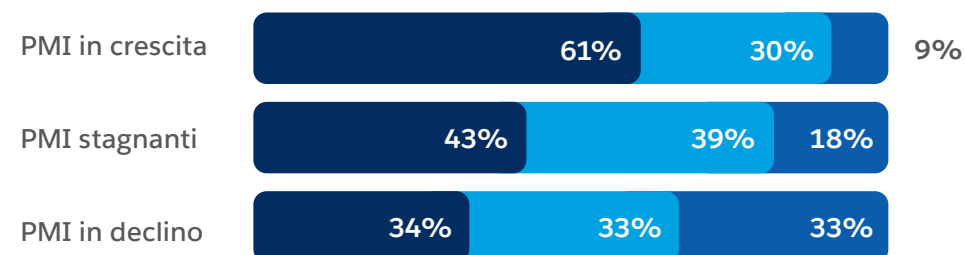
Fidelizzare la clientela



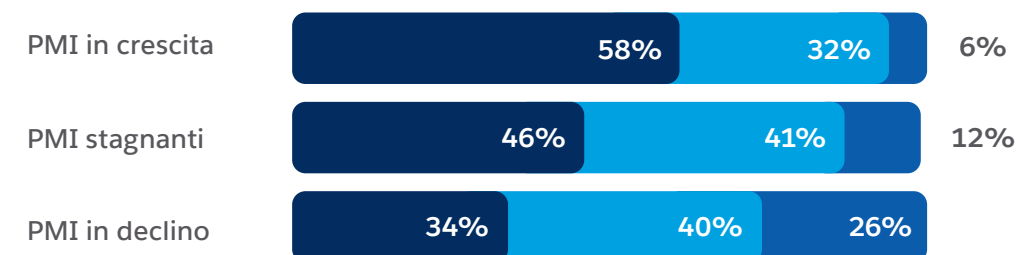
Attrarre e assumere talenti



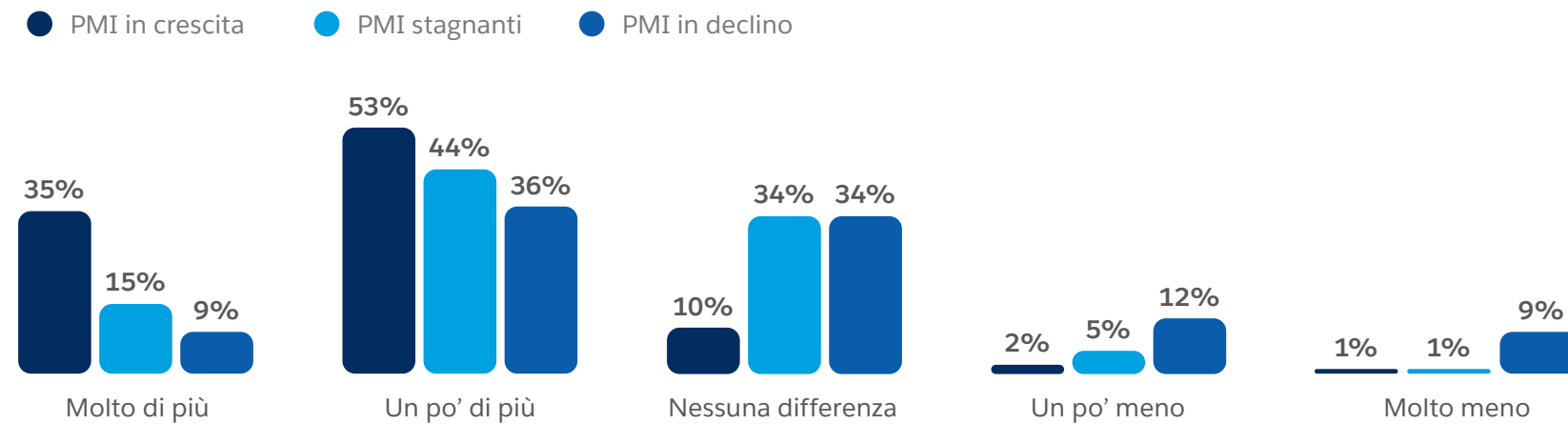
Stare al passo con le tendenze tecnologiche



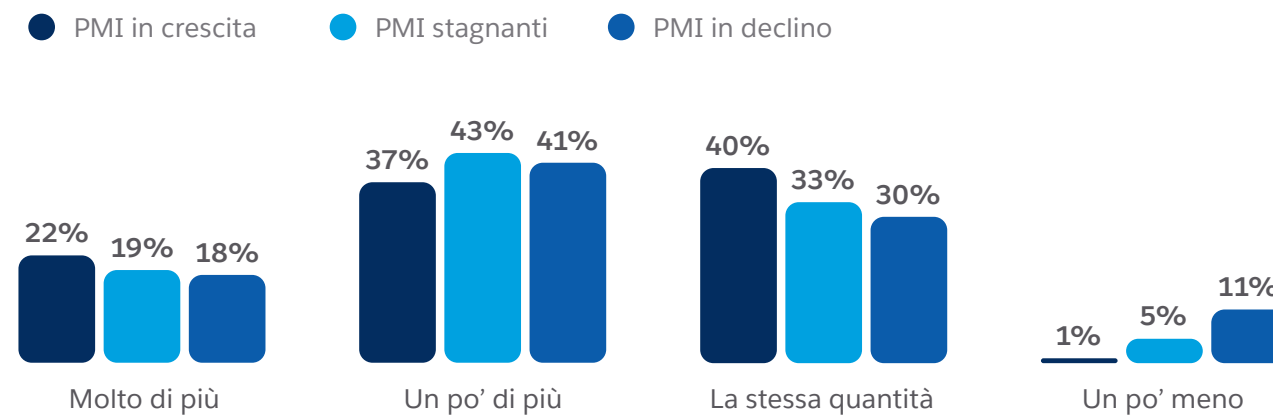
Adeguarsi ai cambiamenti del mercato



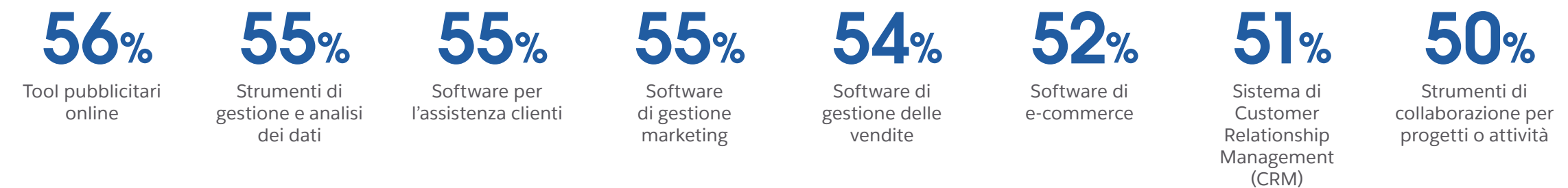
Livello di investimento in tecnologia delle PMI rispetto a un anno fa



Piani delle PMI per il mix tecnologico nel prossimo anno

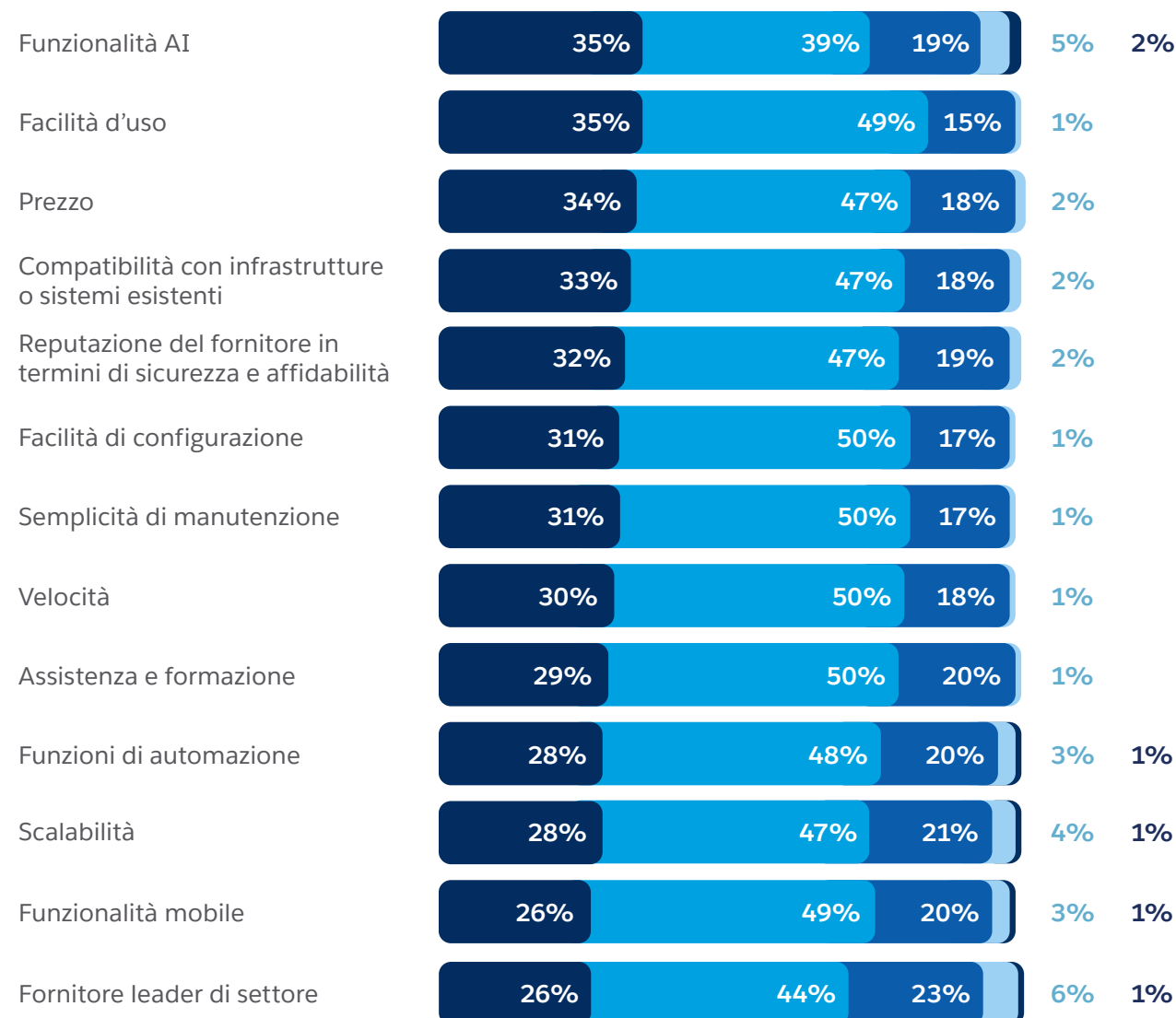


Percentuale di PMI che utilizzano le seguenti tecnologie

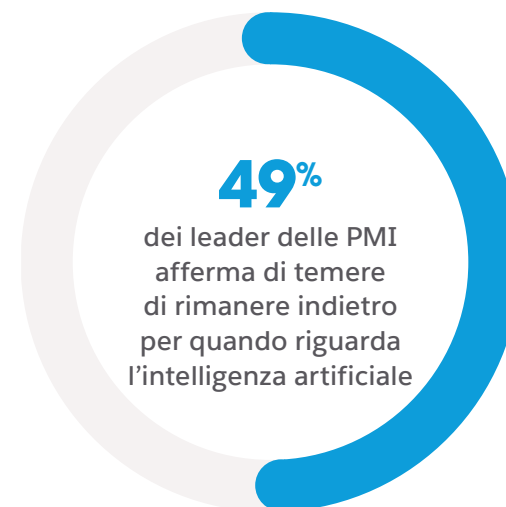
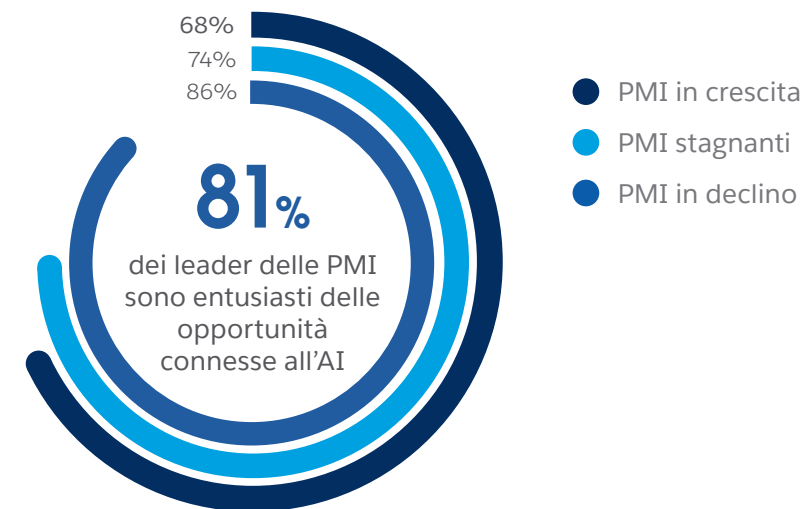
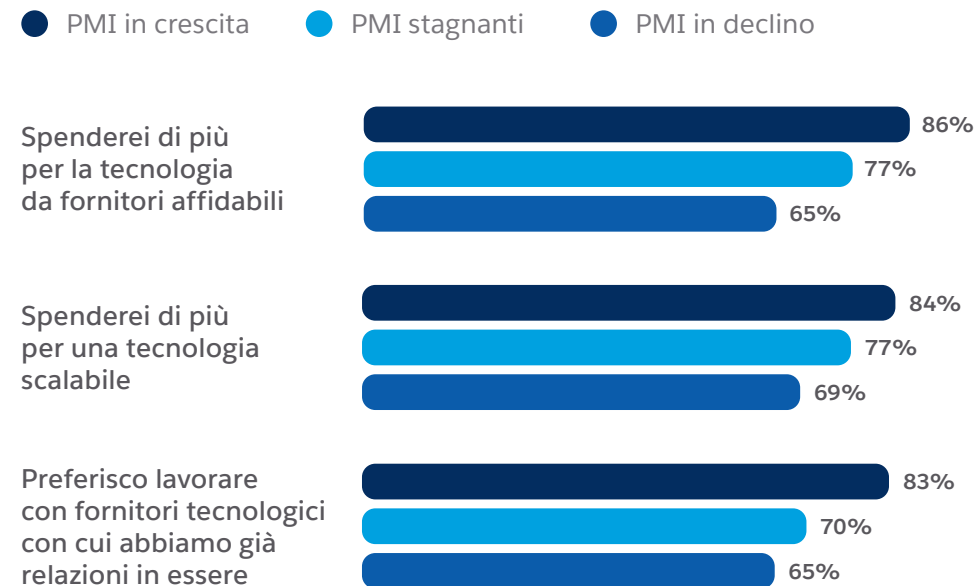


Fattori di valutazione delle nuove tecnologie

● Estremamente importante ● Molto importante ● Abbastanza importante ● Non molto importante ● Per niente importante

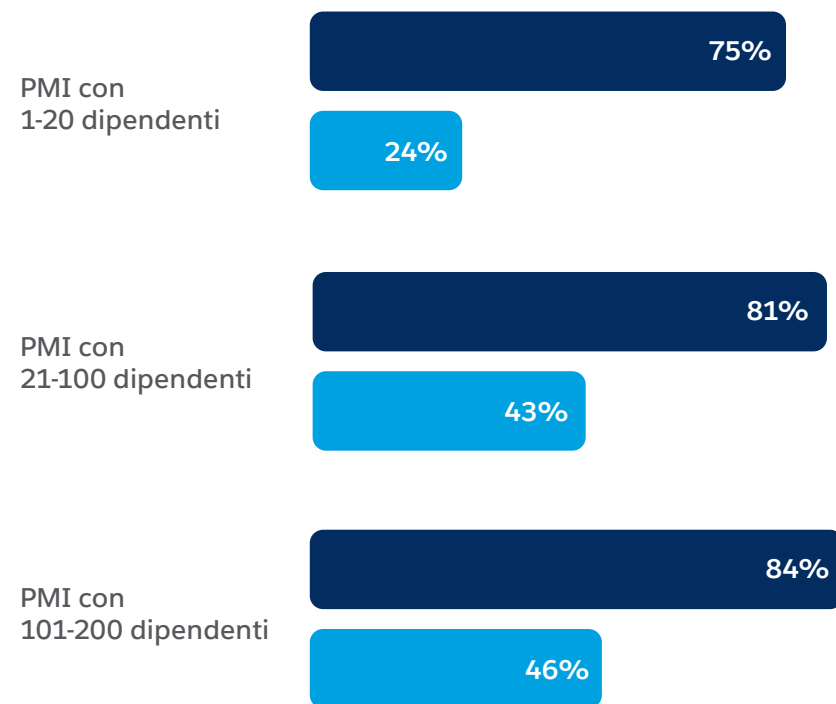


Leader delle PMI che affermano quanto segue



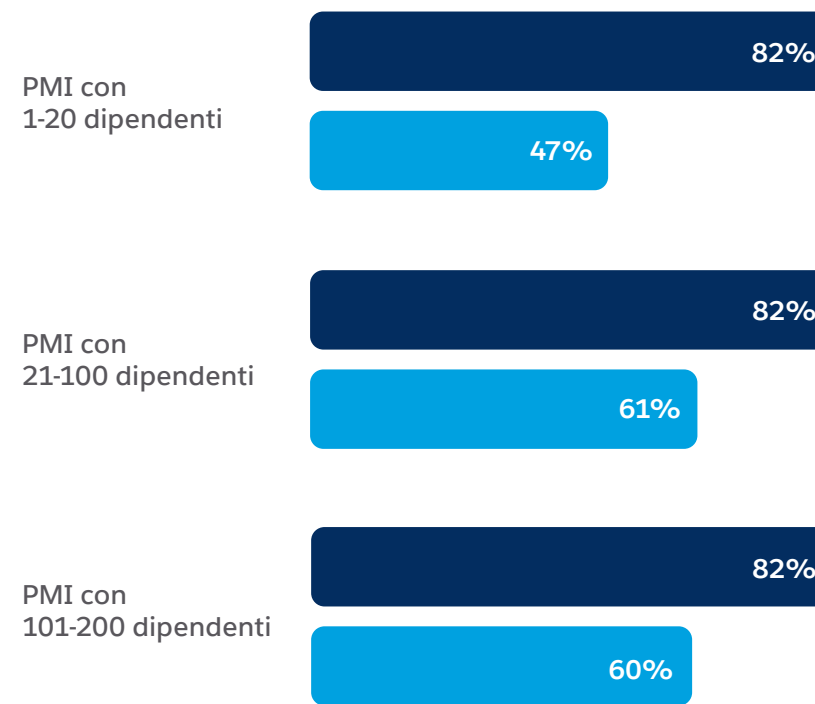
Leader delle PMI che affermano che gran parte delle aziende delle loro stesse dimensioni utilizzano l'AI

● PMI con l'AI ● PMI senza l'AI

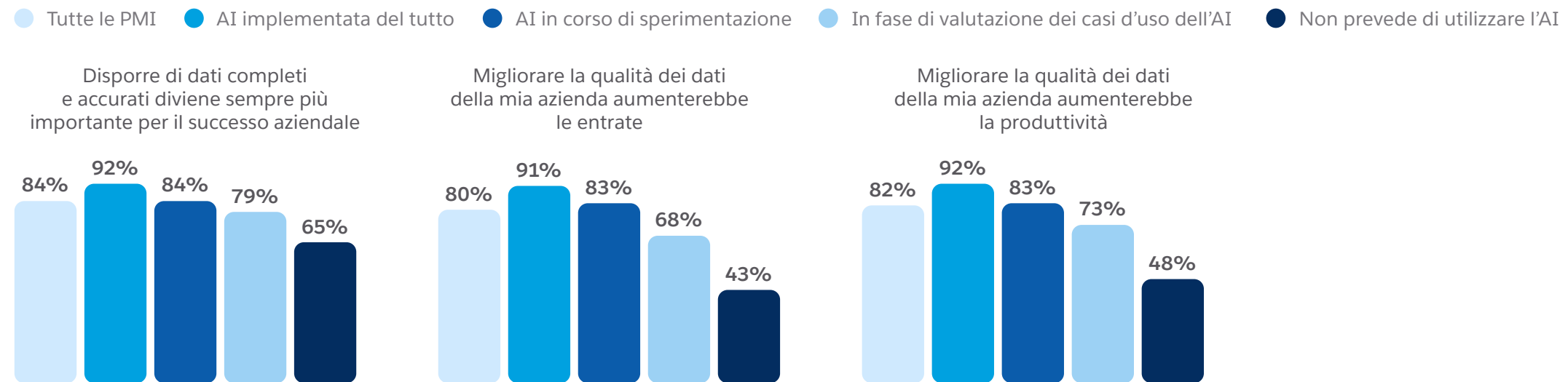


Leader delle PMI che affermano che gran parte delle aziende delle loro stesse dimensioni utilizzeranno l'AI nei prossimi 5 anni

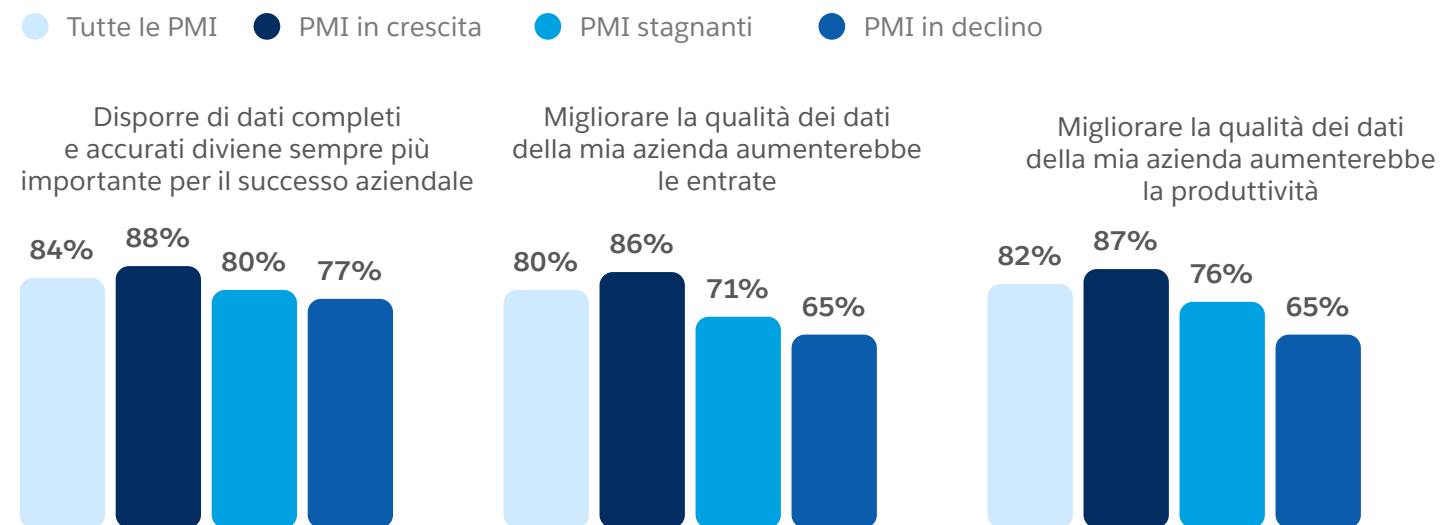
● PMI con l'AI ● PMI senza l'AI



Leader delle PMI che affermano quanto segue



PMI che concordano con quanto segue



Profili di settore



Settore automotive ed energia

Principali fattori nel valutare le nuove tecnologie

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Facilità d'uso
- 3 Compatibilità con infrastrutture/sistemi esistenti

Principali casi d'uso dell'AI¹

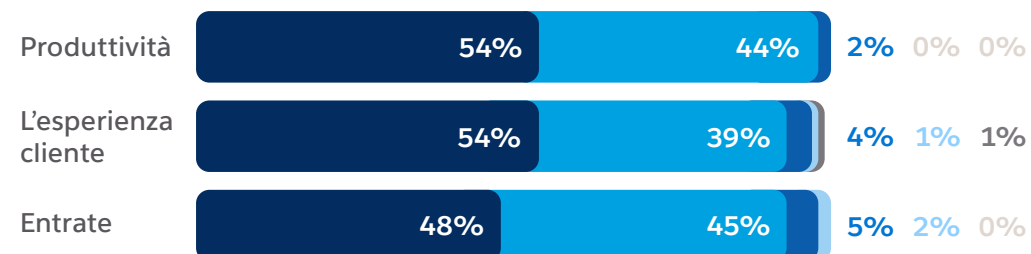
- 1 Chatbot di assistenza personalizzati
- 2 Insights su campagne automatizzate
- 3 Ottimizzazione delle campagne di marketing

Principali preoccupazioni riguardo all'AI²

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Preoccupazioni relative alla compliance
- 3 Mancanza di strategia o casi d'uso

Impatto dell'AI su quanto segue²

- Grande miglioramento
Miglioramento parziale
Nessuna differenza
Parziale peggioramento
Grande peggioramento

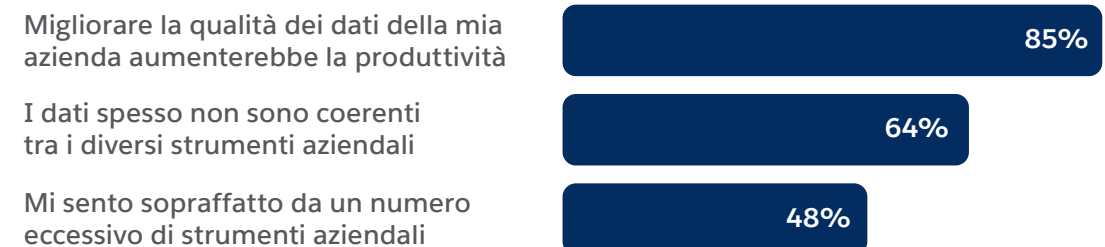


¹Base: utilizza o sta valutando l'AI

²Base: utilizza l'AI

³Base: sta valutando o sperimentando l'AI

Leader delle PMI che affermano quanto segue



Opinioni sull'AI



Opinioni sull'impatto aziendale dell'AI²



Comunicazioni e media

Principali fattori nel valutare le nuove tecnologie

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Facilità d'uso
- 3 Prezzo

Principali casi d'uso dell'AI¹

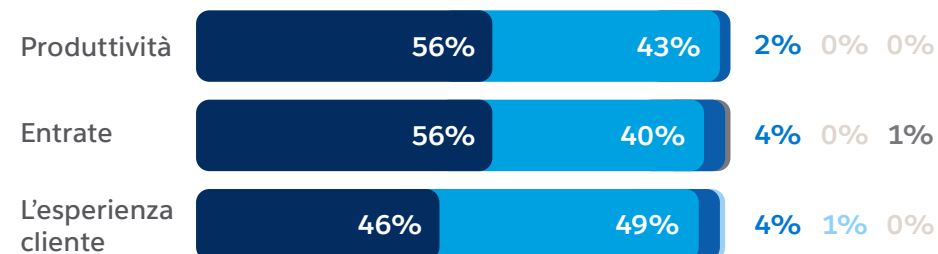
- 1 Ottimizzazione delle campagne di marketing
- 2 Consigli automatizzati per la clientela
- 3 Stima predittiva delle vendite

Principali preoccupazioni riguardo all'AI²

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Expertise tecnica insufficiente
- 3 Diffidenza della clientela rispetto all'AI

Impatto dell'AI su quanto segue²

- Grande miglioramento
● Miglioramento parziale
● Nessuna differenza
● Parziale peggioramento
● Grande peggioramento

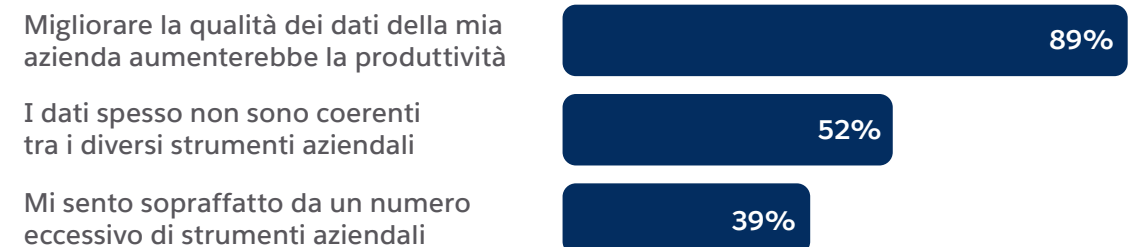


¹Base: utilizza o sta valutando l'AI

²Base: utilizza l'AI

³Base: sta valutando o sperimentando l'AI

Leader delle PMI che affermano quanto segue



Opinioni sull'AI



Opinioni sull'impatto aziendale dell'AI²



Servizi finanziari

Principali fattori nel valutare le nuove tecnologie

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Reputazione del fornitore in termini di sicurezza/affidabilità
- 3 Facilità d'uso

Principali casi d'uso dell'AI¹

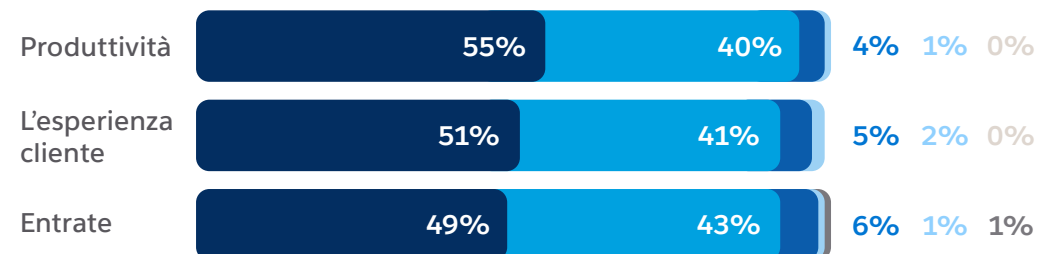
- 1 Chatbot di assistenza personalizzati
- 2 Strumenti di ricerca con linguaggio naturale
- 3 Ottimizzazione delle campagne di marketing (*a pari merito*)
- 3 Consigli automatizzati per i clienti (*a pari merito*)

Principali preoccupazioni riguardo all'AI²

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Difficoltà a tenere il passo con l'evoluzione/il miglioramento dell'AI (*a pari merito*)
- 2 Scarsa integrazione con le tecnologie esistenti (*a pari merito*)

Impatto dell'AI su quanto segue²

- Grande miglioramento
● Miglioramento parziale
● Nessuna differenza
● Parziale peggioramento
● Grande peggioramento

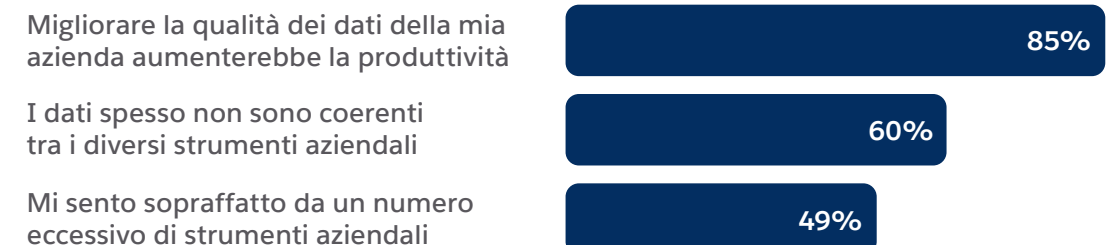


¹Base: utilizza o sta valutando l'AI

²Base: utilizza l'AI

³Base: sta valutando o sperimentando l'AI

Leader delle PMI che affermano quanto segue



Opinioni sull'AI



Opinioni sull'impatto aziendale dell'AI²





Salute e scienze naturali

Principali fattori nel valutare le nuove tecnologie

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Funzionalità mobile
- 3 Funzioni di automazione

Principali casi d'uso dell'AI¹

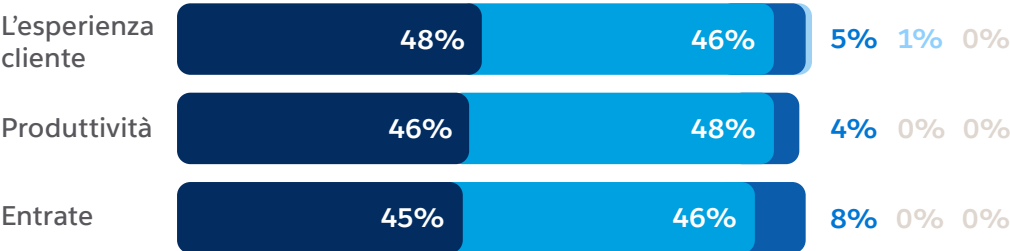
- 1 Insights su campagne automatizzate
- 2 Ottimizzazione delle campagne di marketing (a pari merito)
- 2 Generazione di nuovi contenuti (a pari merito)

Principali preoccupazioni riguardo all'AI²

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Difficoltà nella scelta del giusto fornitore
- 3 Mancanza di strategia o casi d'uso

Impatto dell'AI su quanto segue²

- Grande miglioramento
- Miglioramento parziale
- Nessuna differenza
- Parziale peggioramento
- Grande peggioramento

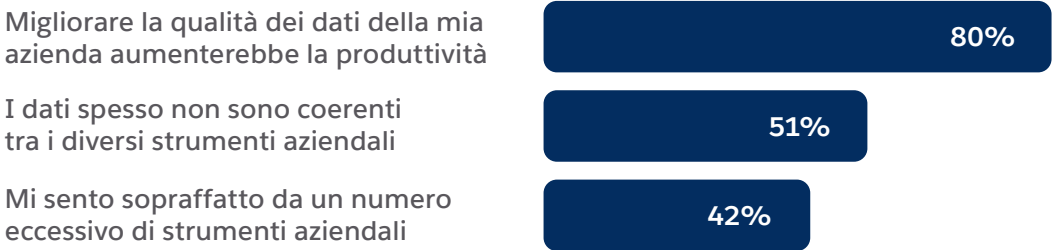


¹Base: utilizza o sta valutando l'AI

²Base: utilizza l'AI

³Base: sta valutando o sperimentando l'AI

Leader delle PMI che affermano quanto segue



Opinioni sull'AI



Opinioni sull'impatto aziendale dell'AI²





Manifatturiero

Principali fattori nel valutare le nuove tecnologie

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Prezzo
- 3 Compatibilità con infrastrutture/sistemi esistenti

Principali casi d'uso dell'AI¹

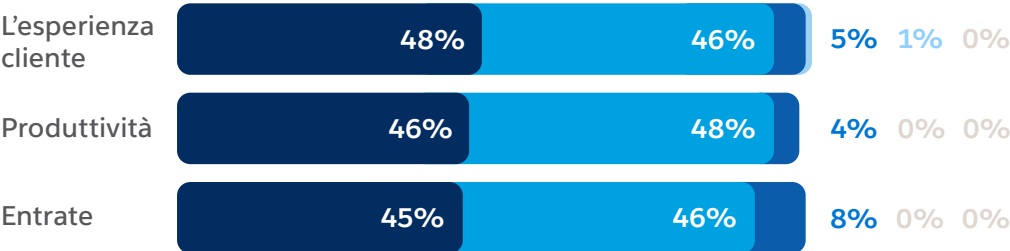
- 1 Generazione di nuovi contenuti
- 2 Ottimizzazione delle campagne di marketing (*a pari merito*)
- 2 Stima predittiva delle vendite (*a pari merito*)

Principali preoccupazioni riguardo all'AI²

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Mancanza di strategia o casi d'uso
- 3 Preoccupazioni relative alla compliance

Impatto dell'AI su quanto segue²

- Grande miglioramento
- Miglioramento parziale
- Nessuna differenza
- Parziale peggioramento
- Grande peggioramento

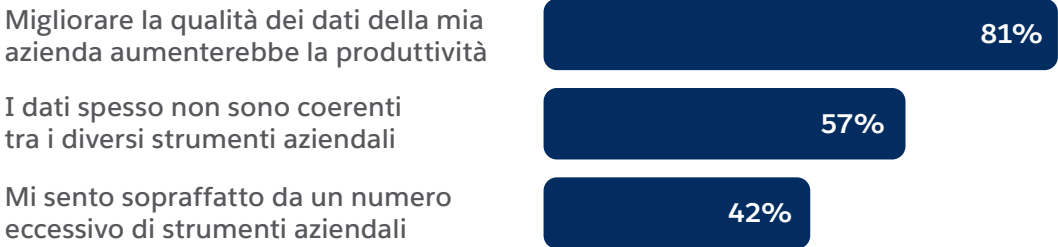


¹Base: utilizza o sta valutando l'AI

²Base: utilizza l'AI

³Base: sta valutando o sperimentando l'AI

Leader delle PMI che affermano quanto segue



Opinioni sull'AI



Opinioni sull'impatto aziendale dell'AI²





Retail e Beni di consumo

Principali fattori nel valutare le nuove tecnologie

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Facilità d'uso
- 3 Velocità

Principali casi d'uso dell'AI¹

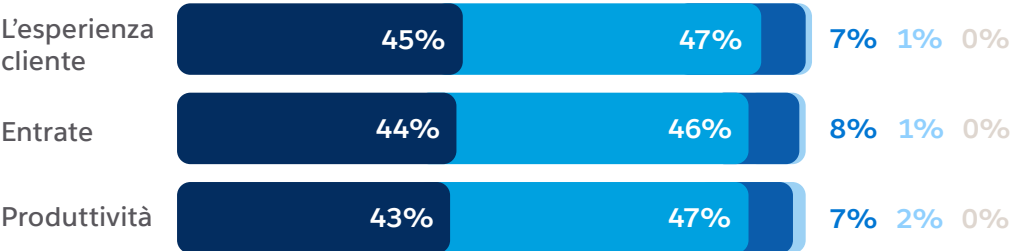
- 1 Consigli automatizzati per i clienti (*a pari merito*)
- 1 Ottimizzazione delle campagne di marketing (*a pari merito*)
- 2 Stima predittiva delle vendite

Principali preoccupazioni riguardo all'AI²

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Expertise tecnica insufficiente
- 3 Preoccupazioni relative alla compliance

Impatto dell'AI su quanto segue²

- Grande miglioramento
- Miglioramento parziale
- Nessuna differenza
- Parziale peggioramento
- Grande peggioramento

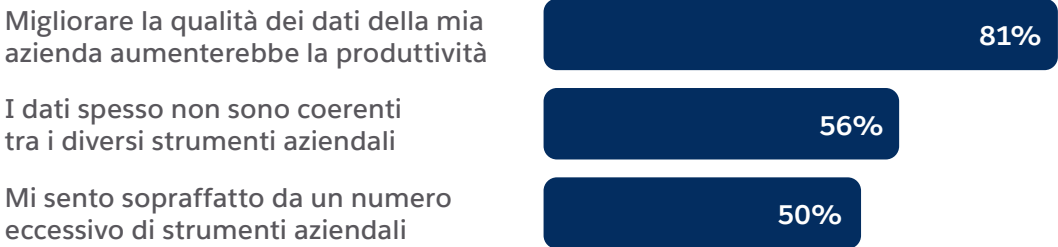


¹Base: utilizza o sta valutando l'AI

²Base: utilizza l'AI

³Base: sta valutando o sperimentando l'AI

Leader delle PMI che affermano quanto segue



Opinioni sull'AI



Opinioni sull'impatto aziendale dell'AI²



Tecnologia

Principali fattori nel valutare le nuove tecnologie

- 1 Funzionalità dell'AI
- 2 Prezzo
- 3 Facilità d'uso

Principali casi d'uso dell'AI¹

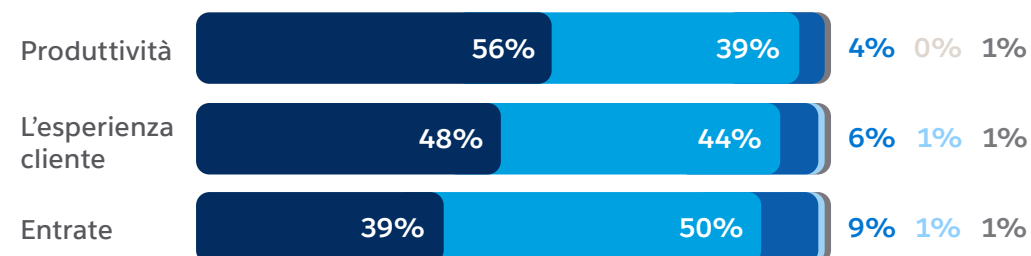
- 1 Consigli automatizzati per la clientela
- 2 Strumenti di ricerca con linguaggio naturale
- 3 Chatbot di assistenza personalizzati

Principali preoccupazioni riguardo all'AI²

- 1 Timori relativi alla sicurezza
- 2 Output inaccurati
- 3 Preoccupazioni relative alla compliance

Impatto dell'AI su quanto segue²

- Grande miglioramento
Miglioramento parziale
Nessuna differenza
Parziale peggioramento
Grande peggioramento

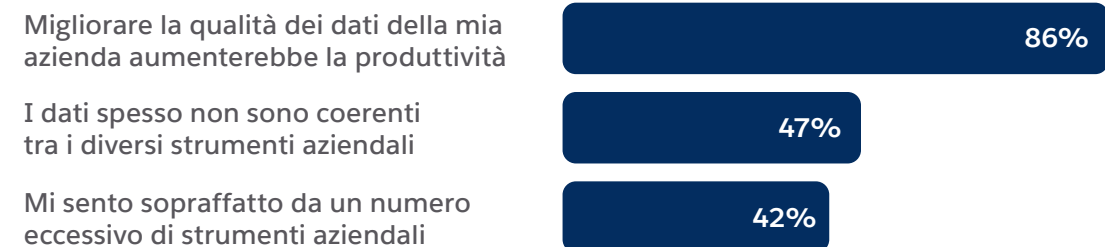


¹Base: utilizza o sta valutando l'AI

²Base: utilizza l'AI

³Base: sta valutando o sperimentando l'AI

Leader delle PMI che affermano quanto segue



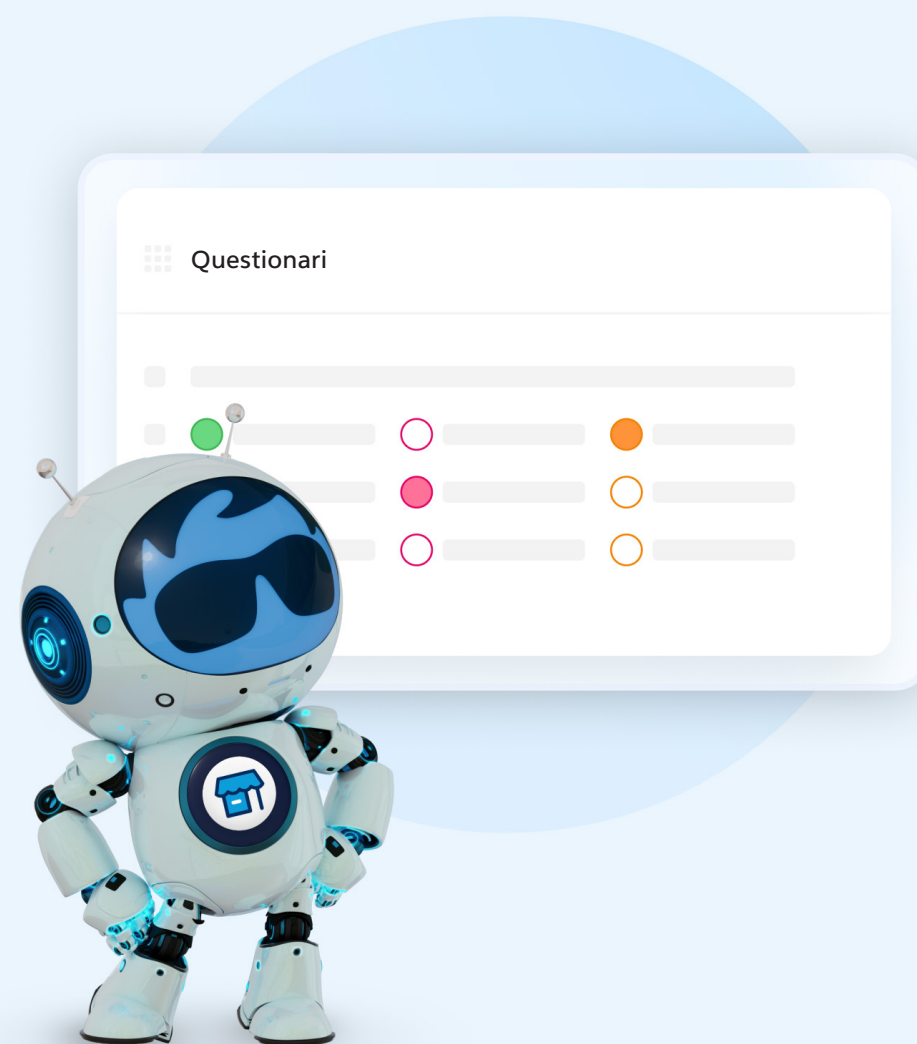
Opinioni sull'AI



Opinioni sull'impatto aziendale dell'AI²



Sondaggio Dati demografici



Dati demografici

Paese

Australia	N=150, 4%
Belgio	N=50, 1%
Brasile	N=200, 6%
Canada	N=150, 4%
Francia	N=200, 6%
Germania	N=200, 6%
India	N=200, 6%
Irlanda	N=50, 1%
Italia	N=150, 4%
Giappone	N=200, 6%
Messico	N=200, 6%
Paesi Bassi	N=100, 3%
Nuova Zelanda	N=50, 1%
Paesi nordici (DK, FI, NO, SE)	N=100, 3%
Portogallo	N=75, 2%
Singapore	N=50, 1%
Sudafrica	N=150, 4%
Corea del Sud	N=150, 3%
Spagna	N=150, 4%
Svizzera	N=50, 1%
Emirati Arabi Uniti	N=75, 2%
Regno Unito	N=200, 6%
Stati Uniti	N=500, 15%

Settore

Agricoltura	N=99, 3%
Architettura, ingegneria ed edilizia	N=149, 4%
Settore automobilistico	N=151, 5%
Comunicazioni	N=62, 2%
Beni di consumo	N=251, 7%
Energia e servizi di pubblica utilità	N=129, 4%
Servizi finanziari	N=304, 9%
Sanità	N=161, 5%
Life science e biotecnologie	N=112, 3%
Manifatturiero	N=277, 8%
Media e intrattenimento	N=126, 4%
Servizi professionali e alle imprese	N=304, 9%
Vendita al dettaglio	N=566, 17%
Catena di approvvigionamento e logistica	N=76, 2%
Tecnologia	N=210, 6%
Viaggi e ospitalità	N=194, 6%
Altro	N=179, 5%

Titolare dell'azienda	N=1428, 43%
Dirigente senior	N=692, 21%
Direttore o equivalente	N=1230, 37%

Dimensioni società

Da 1 a 20 dipendenti	N=1141, 34%
Da 21 a 100 dipendenti	N=1377, 41%
Da 101 a 200 dipendenti	N=832, 25%

Ruolo nell'azienda





Le informazioni contenute nel presente report sono fornite esclusivamente per la comodità dei nostri clienti e a titolo puramente informativo. La pubblicazione del report non implica l'approvazione di Salesforce. Salesforce non garantisce l'esattezza né la completezza delle informazioni, del testo, delle immagini, dei link o di altri elementi contenuti nella presente guida. Salesforce non garantisce che i consigli contenuti nel report consentano di raggiungere risultati specifici. Si consiglia di rivolgersi a un consulente legale, commercialista, architetto, consulente aziendale o tecnico professionista per ricevere una consulenza specifica in merito al proprio caso.

© Copyright 2024, Salesforce, Inc. Tutti i diritti riservati.