

STRATEGIA per gli ECOSISTEMI

McKinsey si occupa del progetto, dei metodi e degli strumenti per lo sviluppo di ecosistemi come sorgenti di valore. Le previsioni mostrano che nel 2030 le reti economiche integrate copriranno circa 70000 miliardi di dollari, pari al 25%v della totale economia. I settori interessati saranno i seguenti:

Abitazioni, digitale, educazione, salute, servizi pubblici, sicurezza, servizi di azienda, servizi e mercati B2B, mercati B2C, viaggi e ospitalità, mobilità e logistica. Al momento proporre una strategia per gli ecosistemi non è facile. Solo il 50% delle aziende riporta qualche successo con gli ecosistemi e solo il 10% genera un sensibile fatturato. Occorre pertanto una strategia ed un approccio globale coesivo, secondo le seguenti fasi:

- **Definire la strategia.** Individuare i trends più rilevanti, pianificare il previsto ecosistema e individuarne le sorgenti di valore
- **Progettare l'ecosistema.** Partire dalle necessità dei clienti, definire settori e partner, stabilire prodotti e servizi
- **Realizzarlo.** Considerare:
 - Il progetto deve riflettere i concetti fisici e digitali sia sul fronte dei clienti che a riguardo dei propri processi e dipendenti
 - Espandere lo scopo del progetto oltre i semplici indirizzi. Esso deve supportare innovazione e crescita e realizzare idee iniziali e casi di business
 - Definire il successo dei team in base ad altri criteri oltre alla velocità ed alla qualità
 - Focalizzare su veri risultati piuttosto che sui successi di fornitura. Convertire le idee in sensibili risultati

Commenti

Questa nuova forma di business promette vistosi sviluppi, resi tuttavia impegnativi per la complessità e per i rischi legati alla creazione ed alla gestione. Essendo fondamentalmente legata all'offerta di globali soluzioni al cliente ed alla fattiva integrazione di molti partner, richiede importanti esperimenti e di tentativi da parte di oculati imprenditori.