

 02.02.23

 Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale

Studi Professionali: i pilastri del cambiamento



BRESCIA

ORDINE
DEI DOTTORI
COMMERCIALISTI
E DEGLI ESPERTI
CONTABILI



Federico Iannella

Ricercatore Senior

Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale

federico.iannella@polimi.it

L'Innovazione Digitale

è un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese

STORY

Gli Osservatori *Digital Innovation* della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di **fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale**.

Gli Osservatori sono oggi un **punto di riferimento qualificato** sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di **Ricerca, Comunicazione, Aggiornamento Continuo e Networking**.

MISSION

Produrre e diffondere conoscenza sulle **opportunità** e gli **impatti** che le **tecnologie digitali** hanno su **imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini**, tramite **modelli interpretativi** basati su solide **evidenze empiriche** e **spazi di confronto** indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la **domanda** e l'**offerta** di **Innovazione Digitale** in Italia.

Condurre ricerca empirica e sviluppare modelli per:

- individuare le **tendenze** in atto e tracciare quelle future nei **modelli organizzativi e di business** degli studi professionali, in ambito nazionale ed estero;
- analizzare i bisogni e gli strumenti in grado di riorientare la **domanda e l'offerta di tecnologie**;
- individuare le eccellenze che possono generare **processi di emulazione**;
- sviluppare **processi di ricerca** svolti in stretta collaborazione con gli studi e le aziende.

RICERCA

COMUNICAZIONE



NETWORKING E AGGIORNAMENTO

- Iniziative ad **alto impatto mediatico** (convegno finale, interviste, business case, videopillole, presenza sui social, ...);
- **visibilità** sulle esperienze di successo selezionate dall'Osservatorio e dalla Community (Premio Professionista Digitale);
- **newsletter** quindicinale a cura dell'Osservatorio inviata a circa 10mila contatti;
- **articoli** con evidenze preliminari su stampa generalista e specializzata.

Organizzazione di:

- momenti di **confronto** ad alto valore aggiunto secondo format strutturati;
- occasioni di **networking** tra Professionisti, vendor tecnologici e di servizi, canali di vendita ed esperti.

LA STORIA



4 professioni analizzate



Oltre **80** tematiche di Ricerca

Più di **27.000** questionari raccolti



Più di **850.000** risposte esaminate

Quasi **8mln di dati** analizzati



135 tra interviste e *case study*



Più di **350** Studi coinvolti attivamente



Quasi **500 candidature** al Contest

Professionista Digitale



Con il supporto di **più di 20 Partner e Sponsor** per ciascuna edizione

Oltre 30 Istituzioni e Associazioni di Categoria che hanno seguito le nostre ricerche



Relatori a più di **150 eventi** esterni, che hanno coinvolto più di **30 mila professionisti**

30 tra **workshop** e

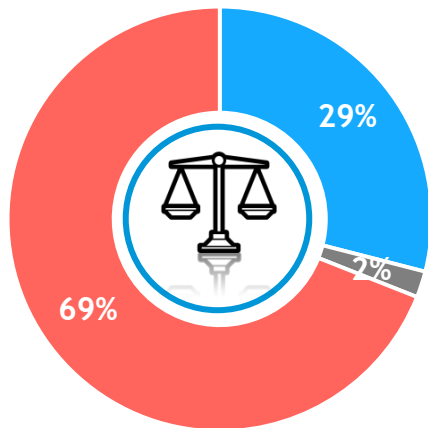
focus group dedicati alla Community



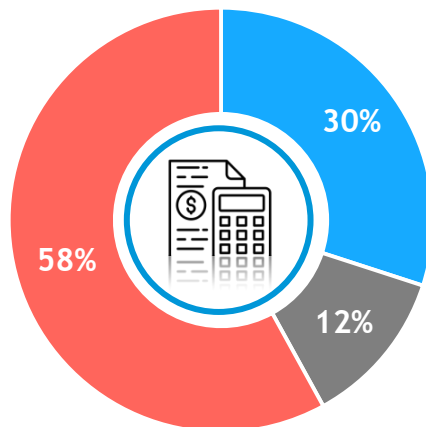
Anno 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022

Dopo l'emergenza sanitaria, qual è la tua opinione in merito al futuro della tua professione?

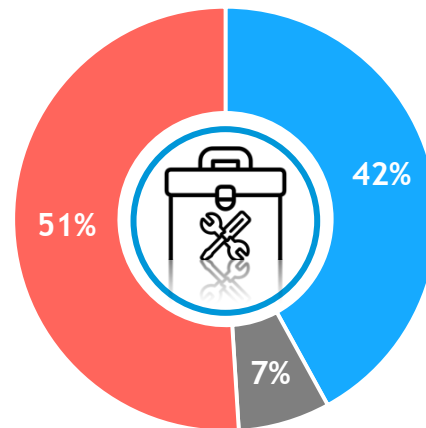
AVVOCATI



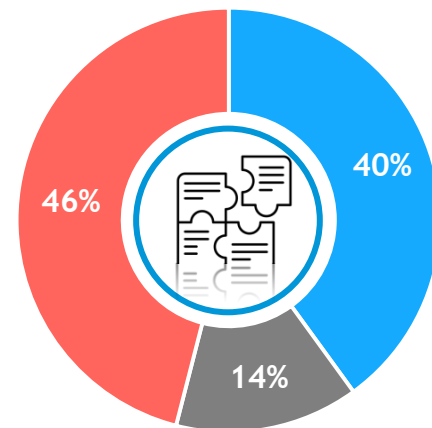
COMMERCIALISTI



**CONSULENTI
DEL LAVORO**



MULTIDISCIPLINARI



 Sono fiducioso

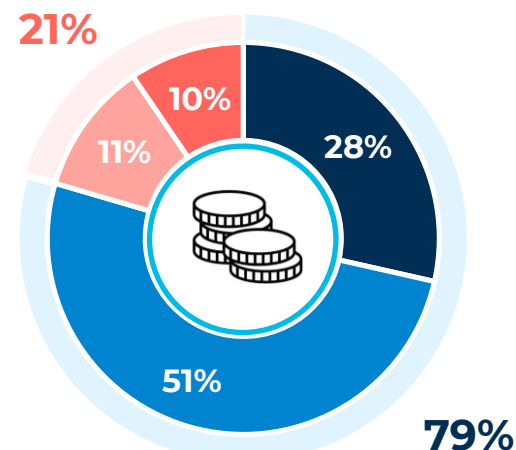
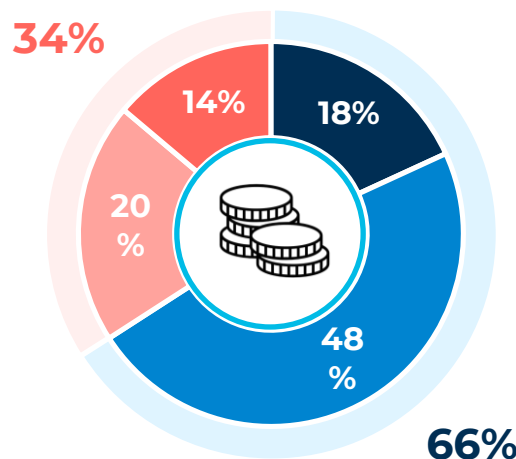
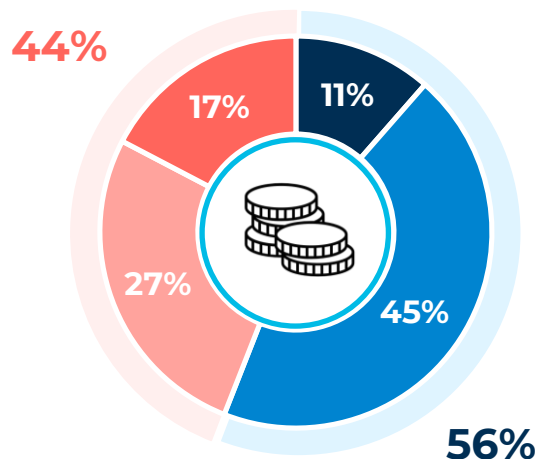
 Sostanzialmente non cambierà nulla

 Sono pessimista

Studi **pessimisti** verso il futuro

Media del campione

Studi **fiduciosi** verso il futuro



■ Aumento superiore al 10%

■ Aumento tra lo 0% e il 10%

■ Diminuzione tra lo 0% e il 10%

■ Diminuzione superiore al 10%

L'emergenza sanitaria quale nuova consapevolezza sta lasciando allo Studio?



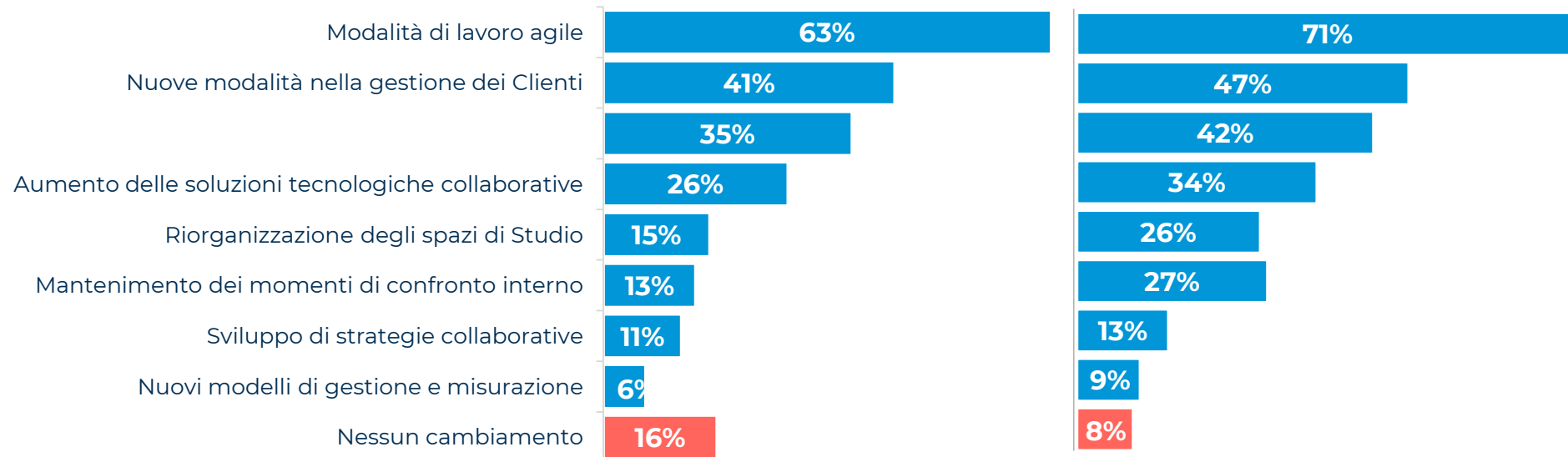
Quali cambiamenti, imposti dall'emergenza sanitaria, sono entrati a far parte delle prassi dello Studio?



COMMERCIALISTI



MULTIDISCIPLINARI





FRAGILI



- Economia di vicinato
- Mancanza strategia di cambiamento
- Rischio di obsolescenza dei modelli adottati



VULNERABILI



- Efficienza non supportata da dimensioni adeguate
- Offerta eccessivamente generalista



RESILIENTI



- Elevata capacità di adattamento
- Necessità di migliorare la proattività verso i clienti



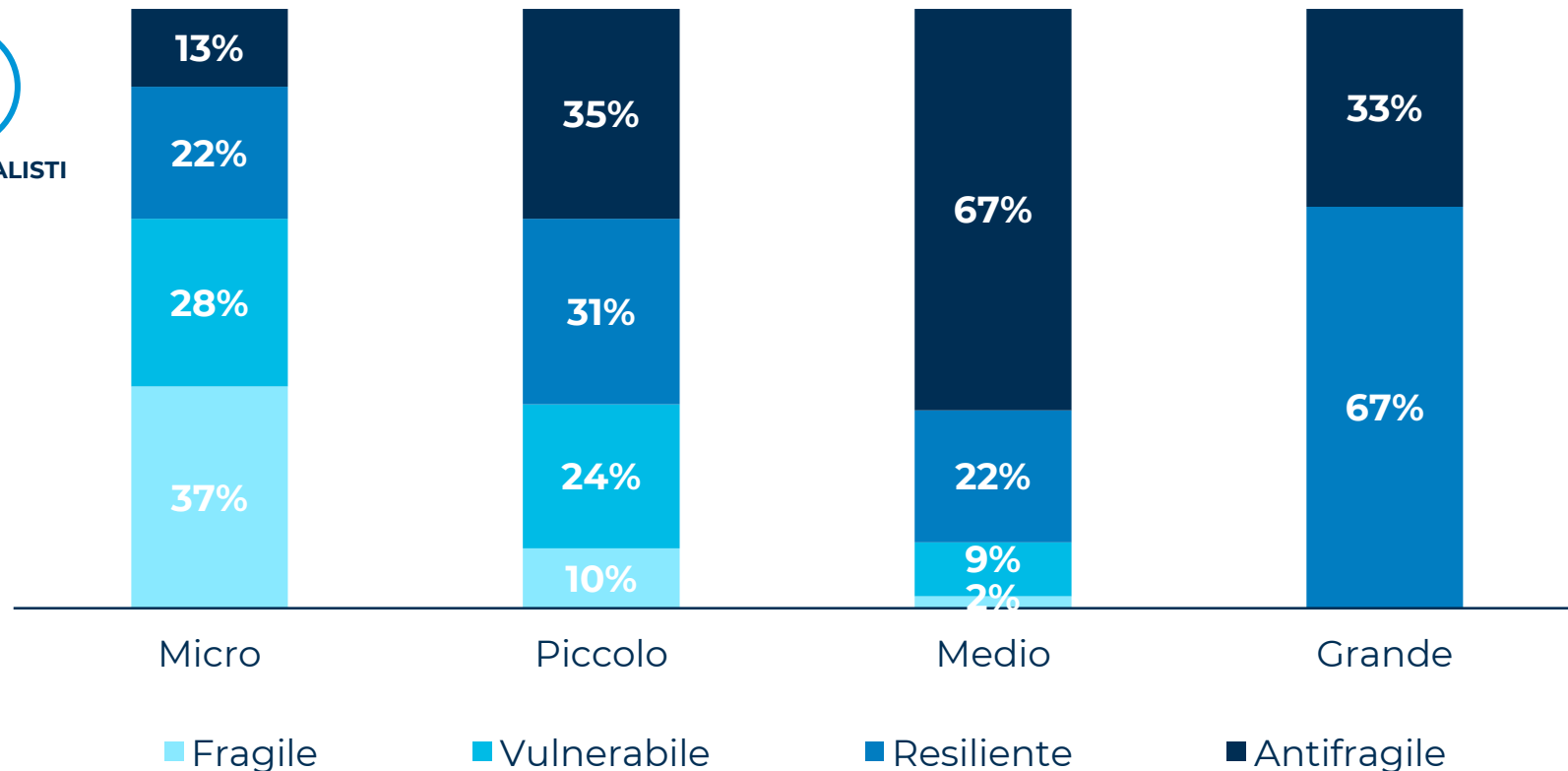
ANTIFRAGILI



- Modelli più evoluti
- Capacità di cavalcare la discontinuità



COMMERCIALISTI





I cluster comportamentali per dimensione - MULTIDISCIPLINARI

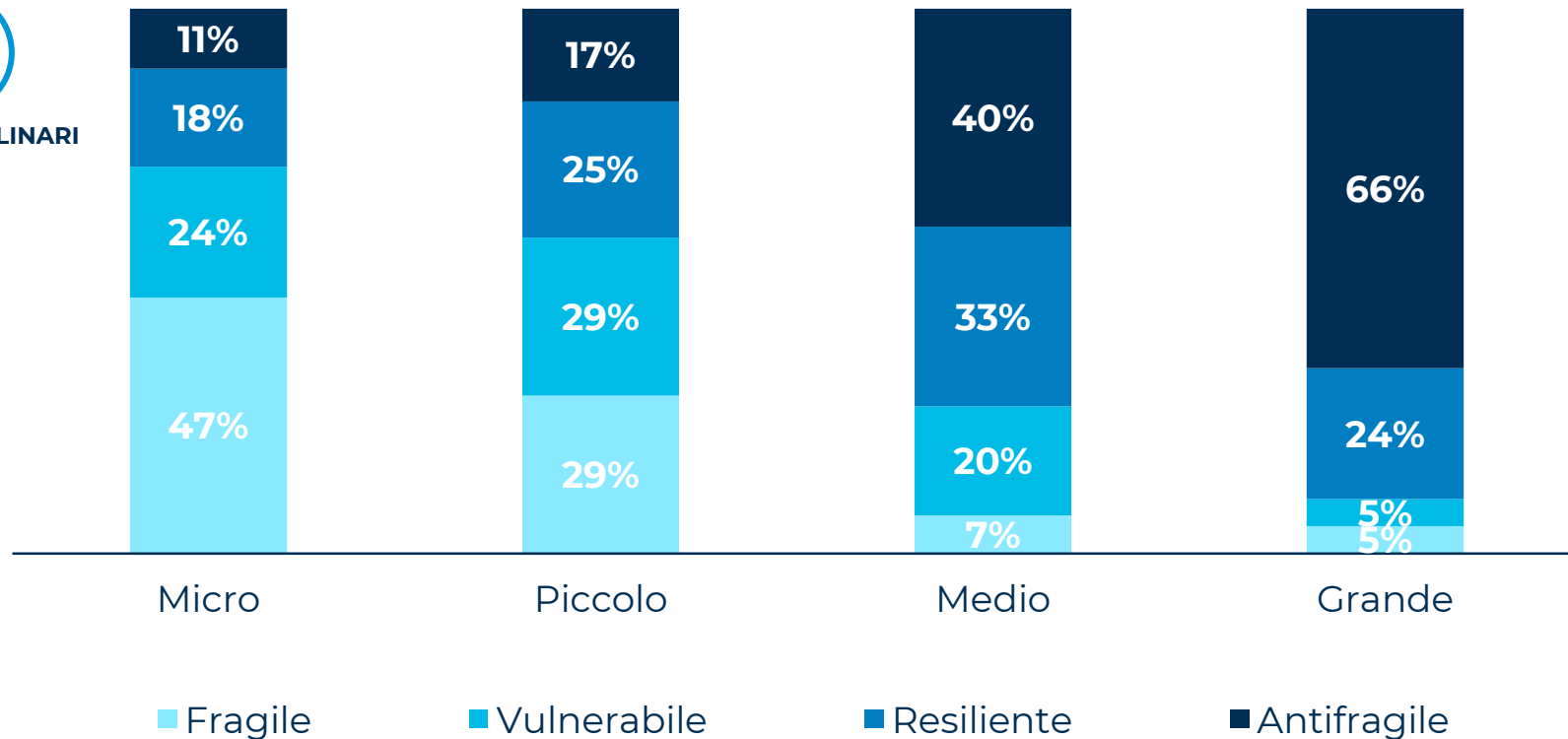
Osservatorio Professionisti

02.02.23

#OPID23



MULTIDISCIPLINARI





**Relazione con i
Clienti**



Nuovi servizi



Efficienza dello Studio

Commodity:

- **Servizi standardizzati** e forniti con un processo efficiente/strutturato
- Industrializzazione e automatizzazione attraverso piattaforme e portali (“pacchetti”)
- Più attenzione alla gestione della marginalità
- Possibile **entry point** per nuovi clienti



Nuovi servizi



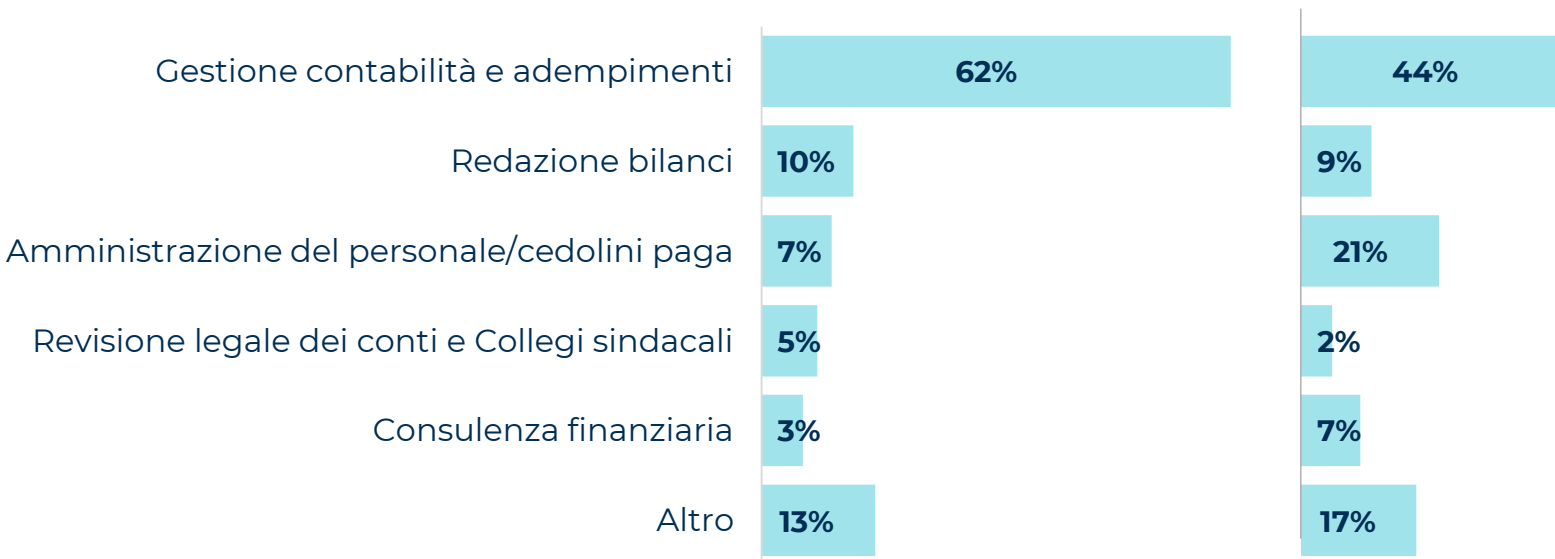
Come si distribuiscono in percentuale i ricavi dello Studio per ciascuno dei seguenti servizi?



COMMERCIALISTI



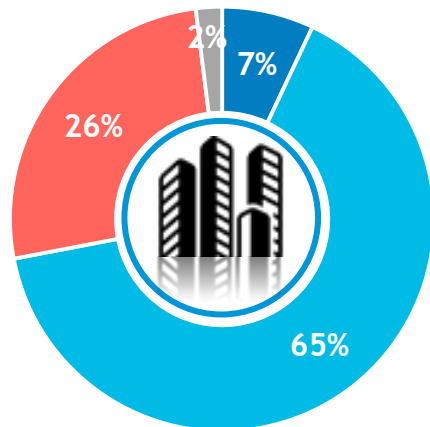
MULTIDISCIPLINARI



 Media % di ricavi

Qual è l'approccio strategico dello Studio, relativamente ai servizi standard?

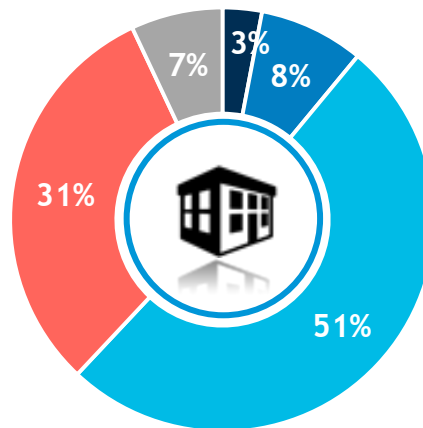
GRANDI E MEDI STUDI



■ Già automatizzati: sono l'entry point nella relazione con il Cliente

■ Già automatizzati e con minimi spazi di miglioramento

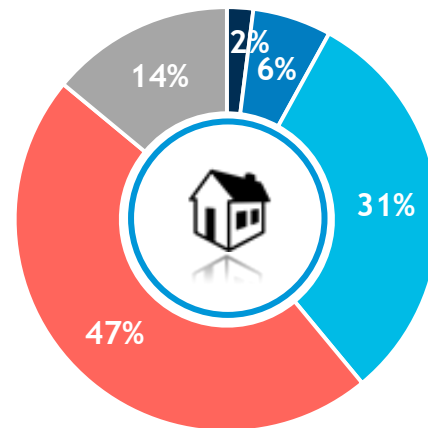
PICCOLI STUDI



■ Intrapreso un percorso di efficientamento, grazie alle tecnologie

■ Nessun cambiamento sostanziale nella modalità di produzione ed erogazione

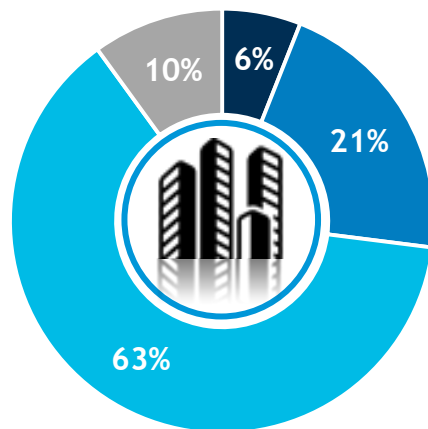
MICRO STUDI



■ Lo Studio non offre servizi classificabili come standard

Qual è l'approccio strategico dello Studio, relativamente ai servizi standard?

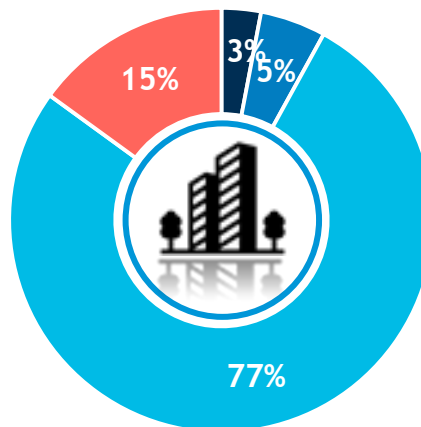
GRANDI STUDI



■ Già automatizzati: sono l'entry point nella relazione con il Cliente

■ Già automatizzati e con minimi spazi di miglioramento

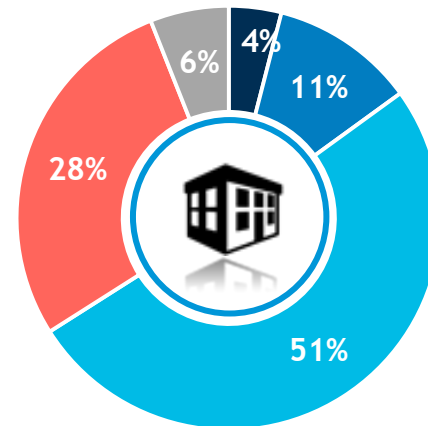
MEDI STUDI



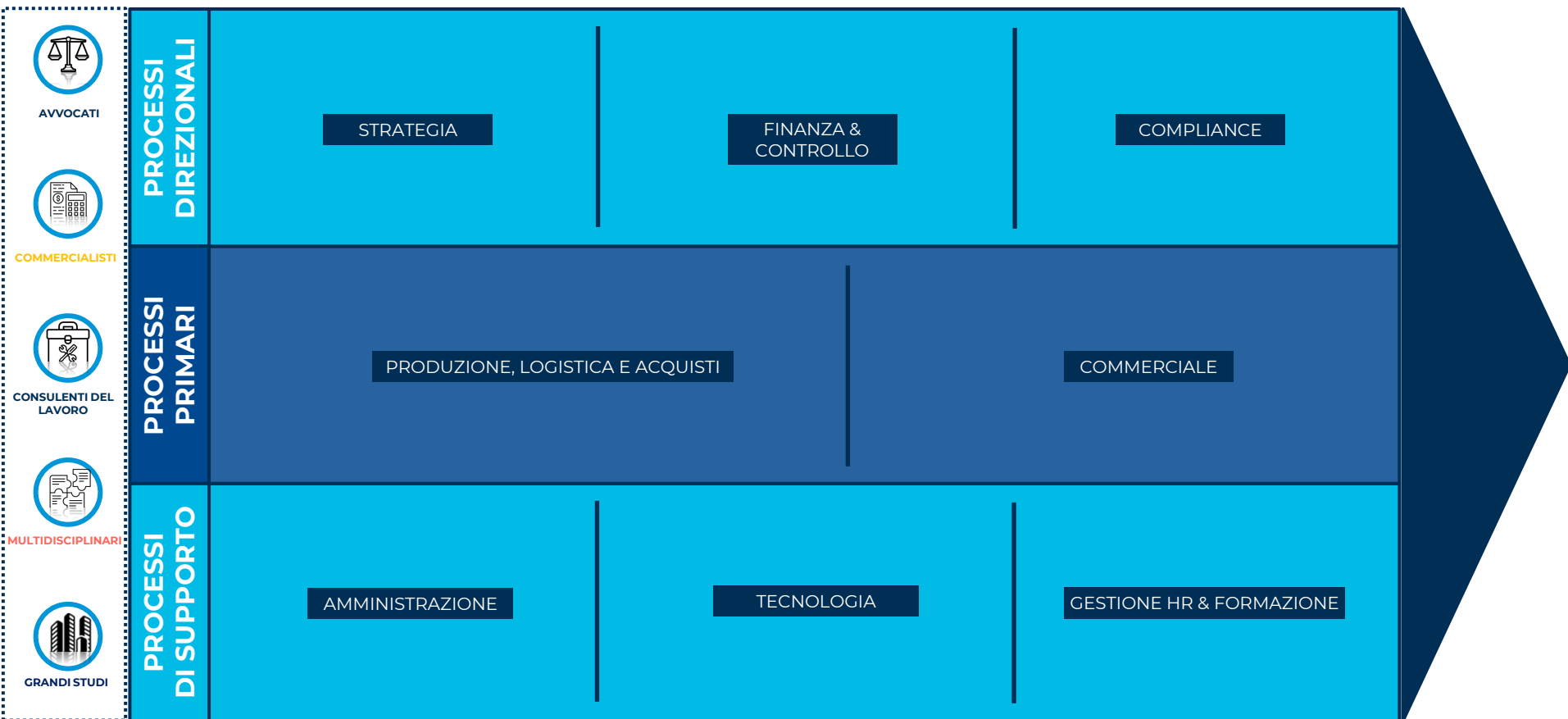
■ Intrapreso un percorso di efficientamento, grazie alle tecnologie

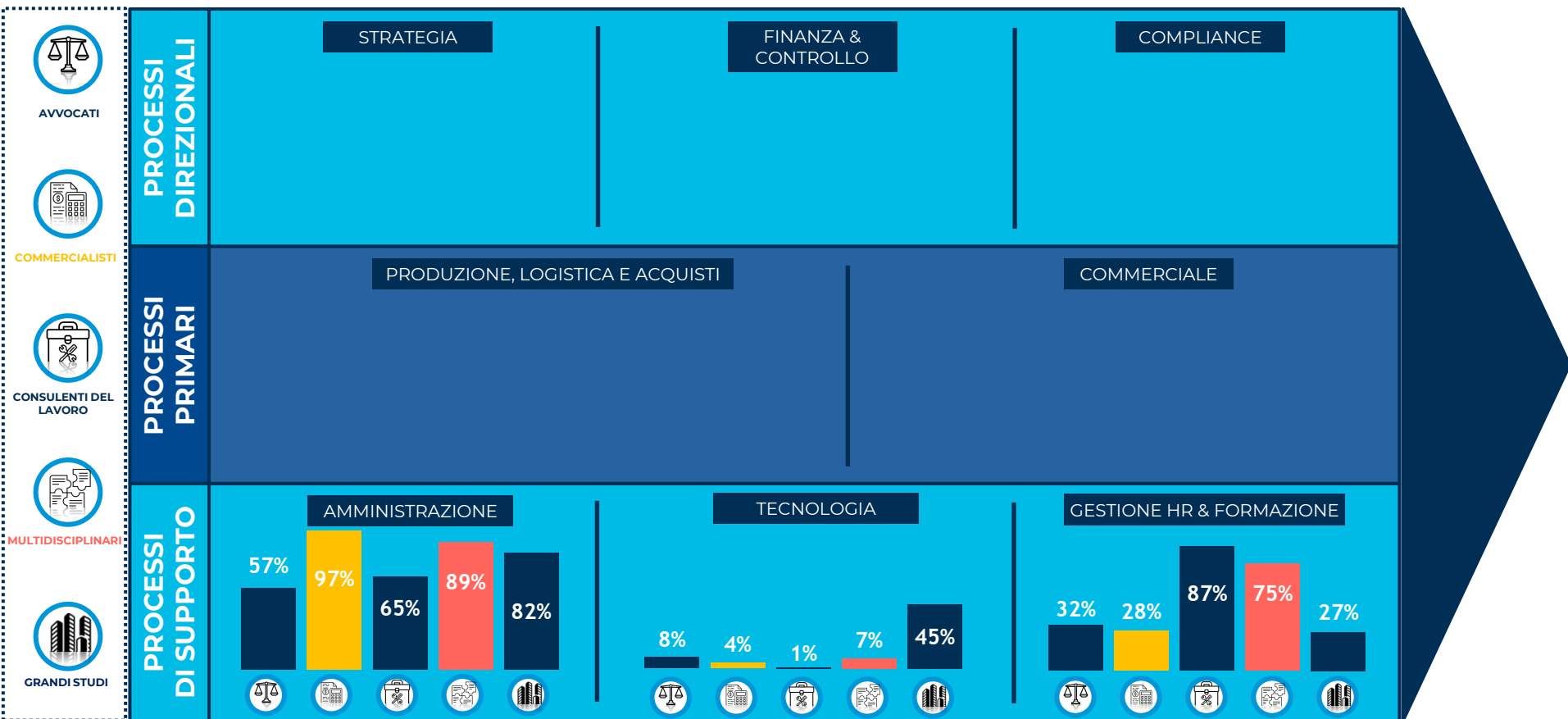
■ Nessun cambiamento sostanziale nella modalità di produzione ed erogazione

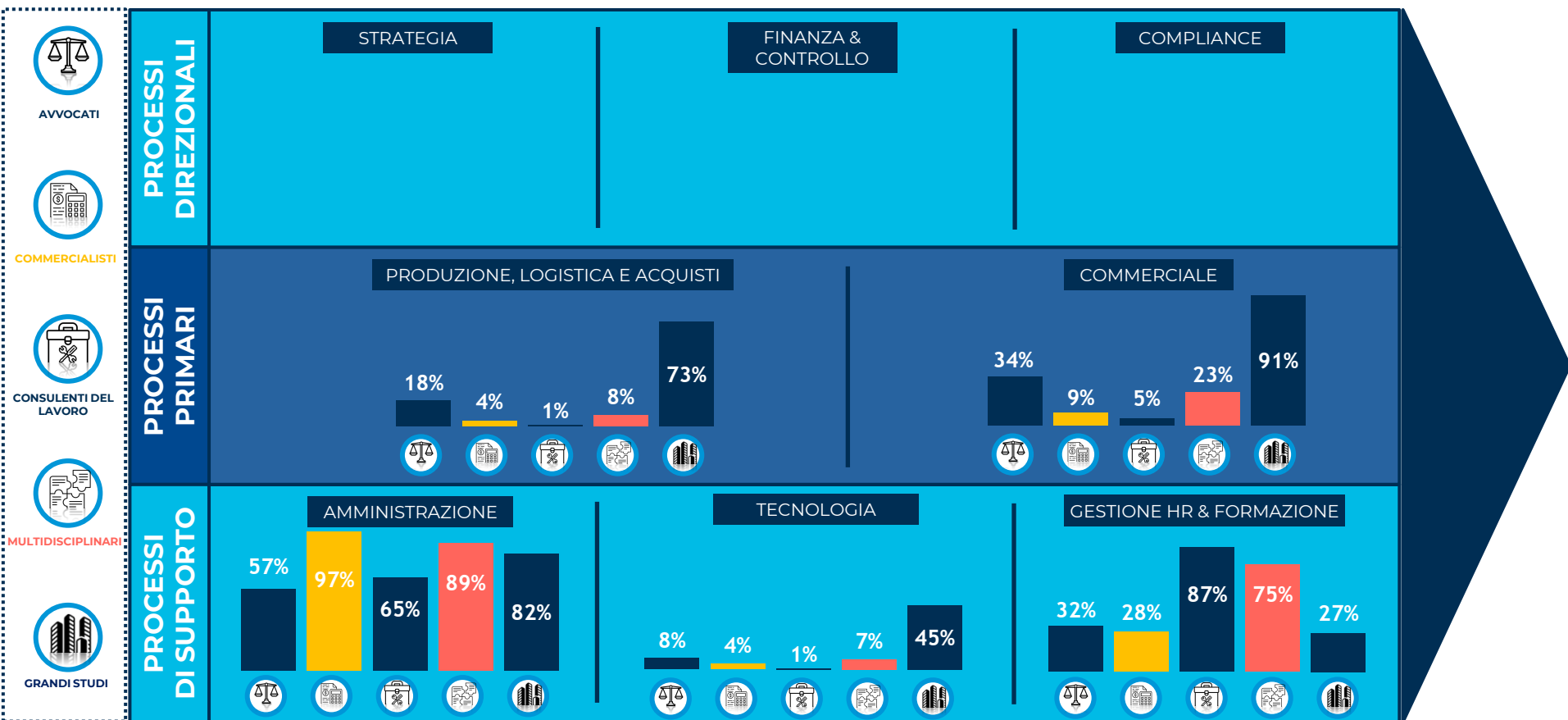
PICCOLI STUDI

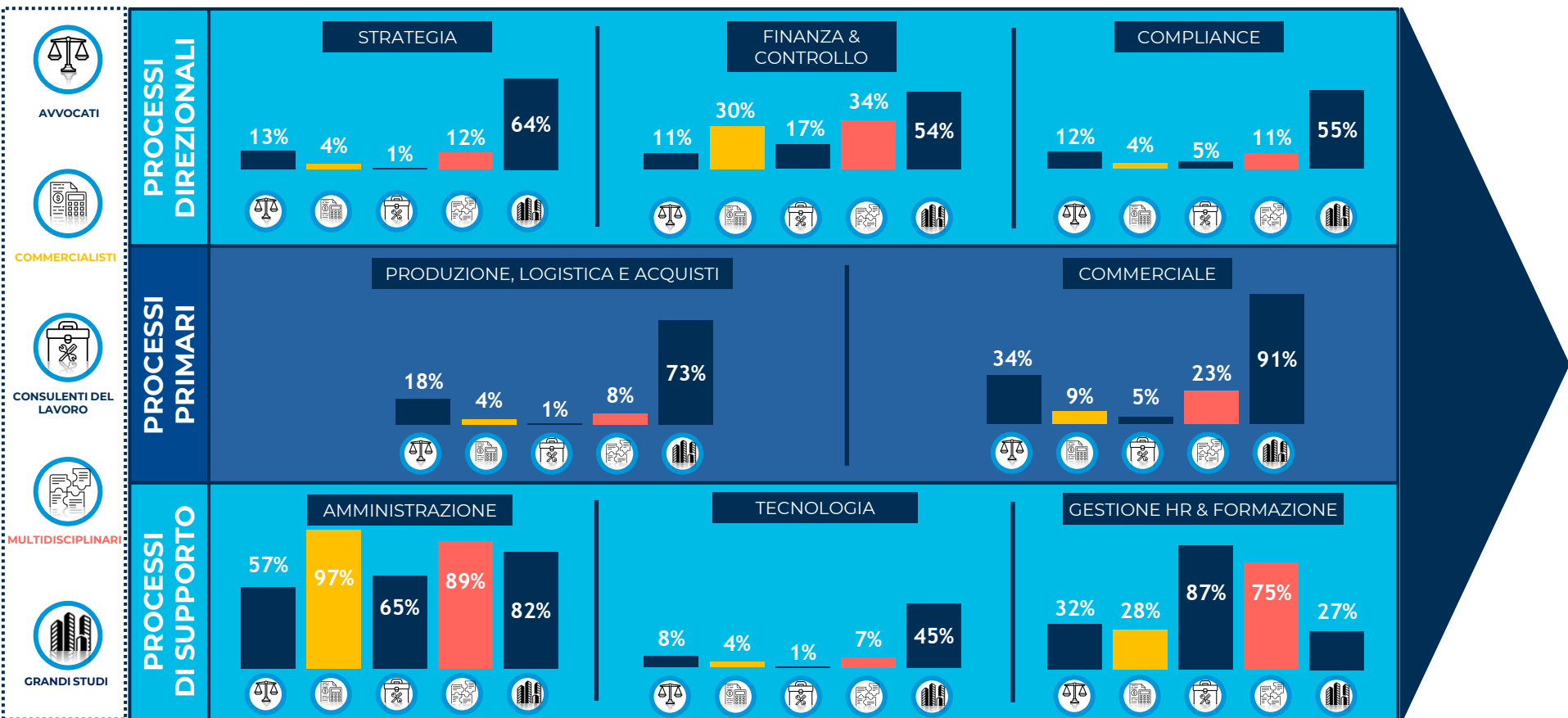


■ Lo Studio non offre servizi classificabili come standard











Relazione con i Clienti



Il valore della relazione:

- **Ascolto** del cliente e instaurazione di una relazione **customer-centric**
- Porsi come partner non solo di servizi routinari e veloci, ma anche **più sfidanti**



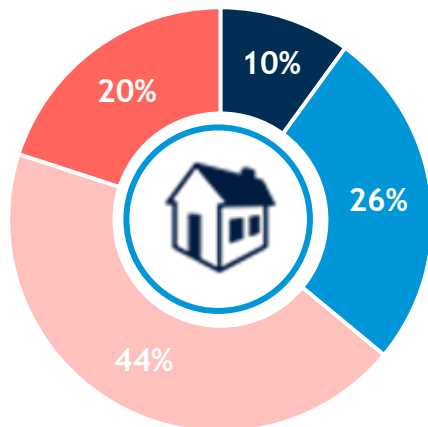
- Inserimento nella **catena del valore** del cliente in modo duraturo, allineandosi al suo business

Nuovi servizi

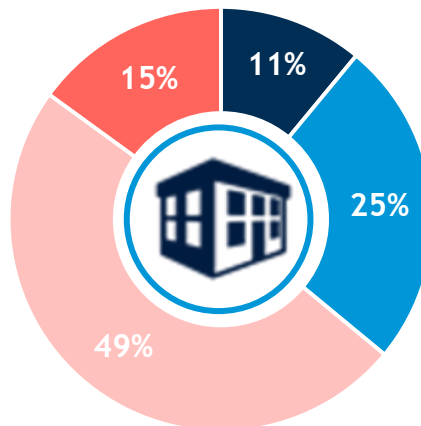


Lo Studio misura il valore creato ai Clienti?

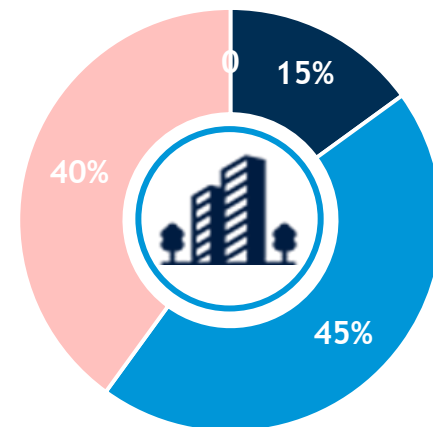
MICRO STUDI



PICCOLI STUDI



MEDI STUDI



 Sì, regolarmente

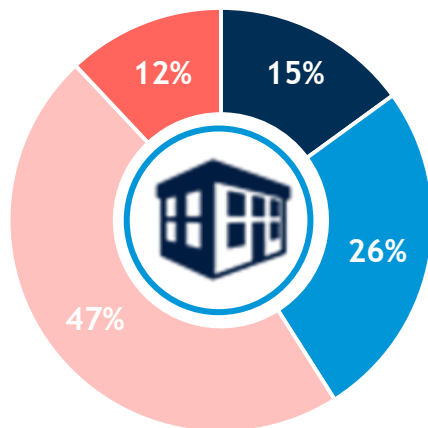
 Sì, saltuariamente

 No, non ho tempo

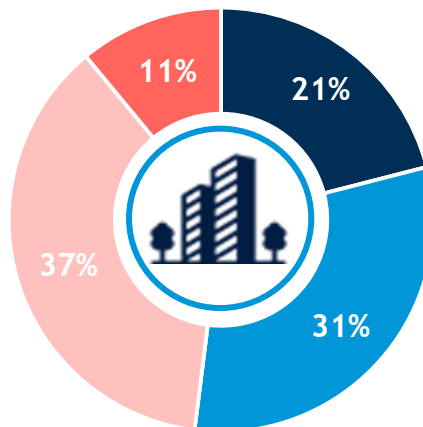
 No, non mi interessa

Lo Studio misura il valore creato ai Clienti?

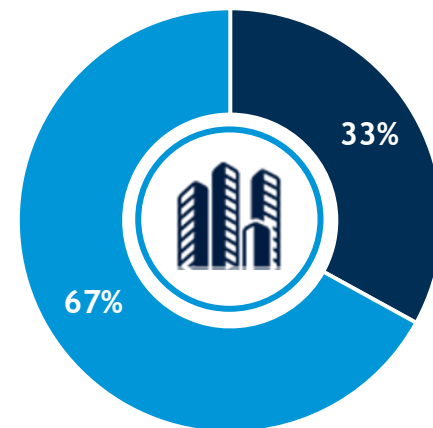
PICCOLI STUDI



MEDI STUDI



GRANDI STUDI



 Sì, regolarmente

 Sì, saltuariamente

 No, non ho tempo

 No, non mi interessa

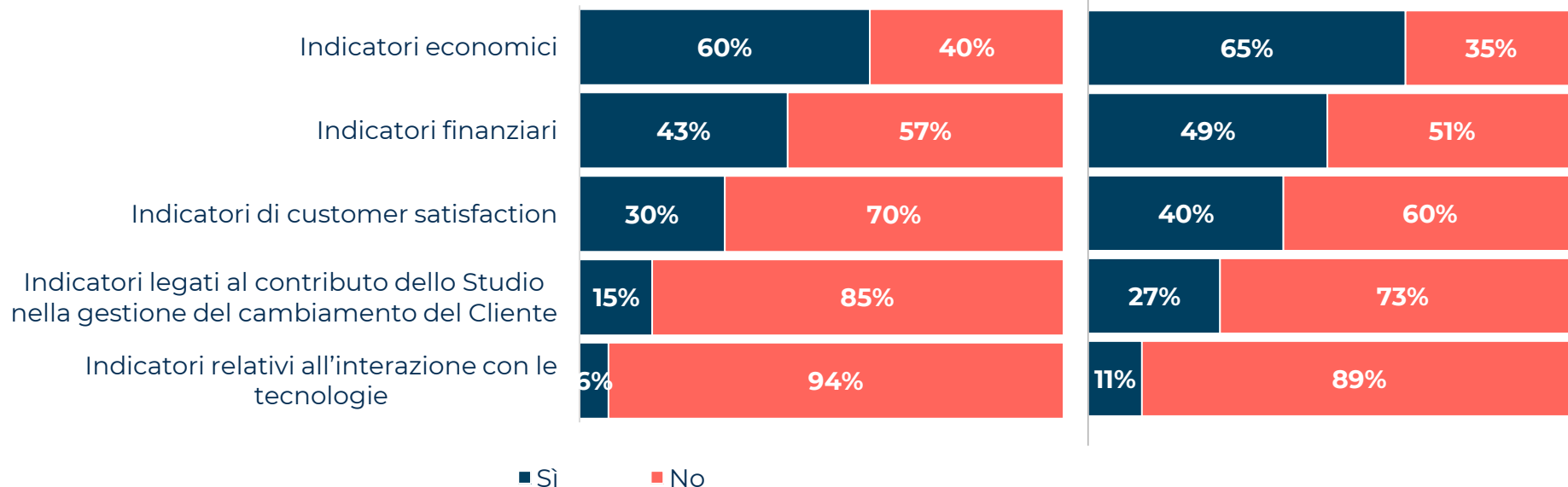
Lo Studio utilizza i seguenti parametri per misurare il valore generato ai Clienti?



COMMERCIALISTI



MULTIDISCIPLINARI



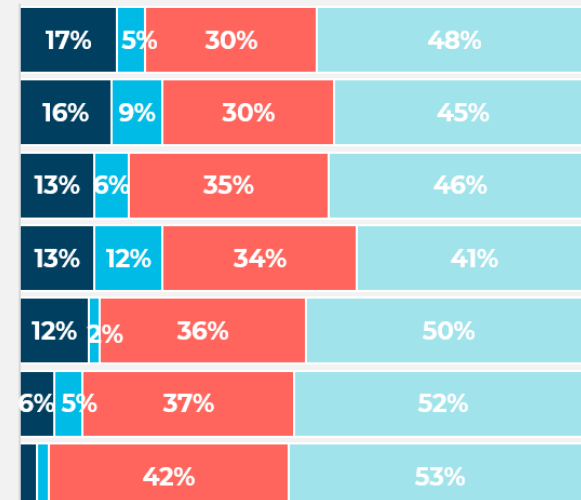
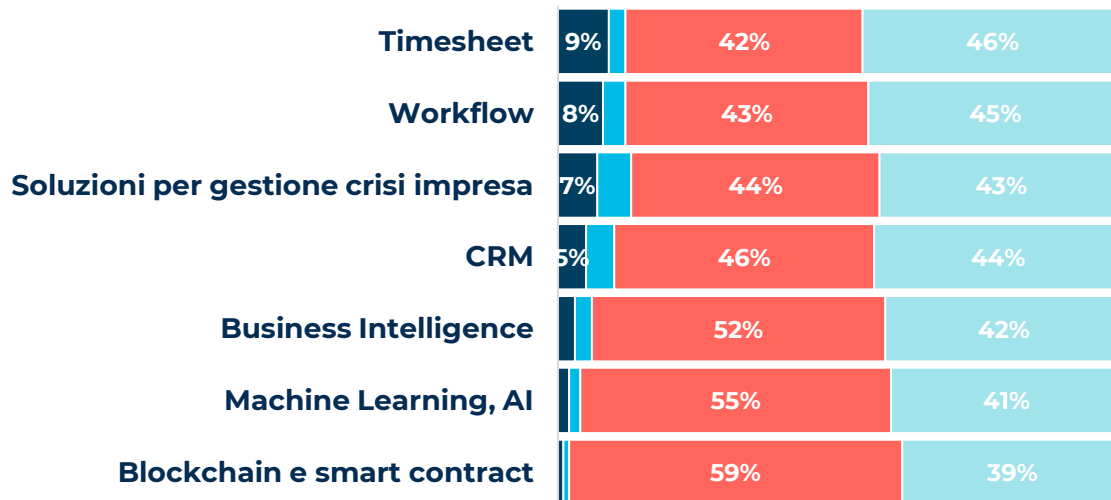


COMMERCIALISTI

Media del campione



Studi che misurano regolarmente il valore generato



■ Presente e usata dallo Studio ■ Introdotta entro il 2023 ■ Non interessa allo Studio ■ Ancora da valutare

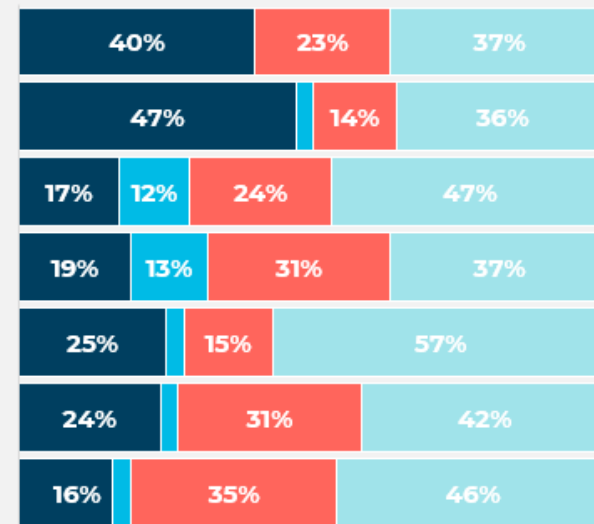
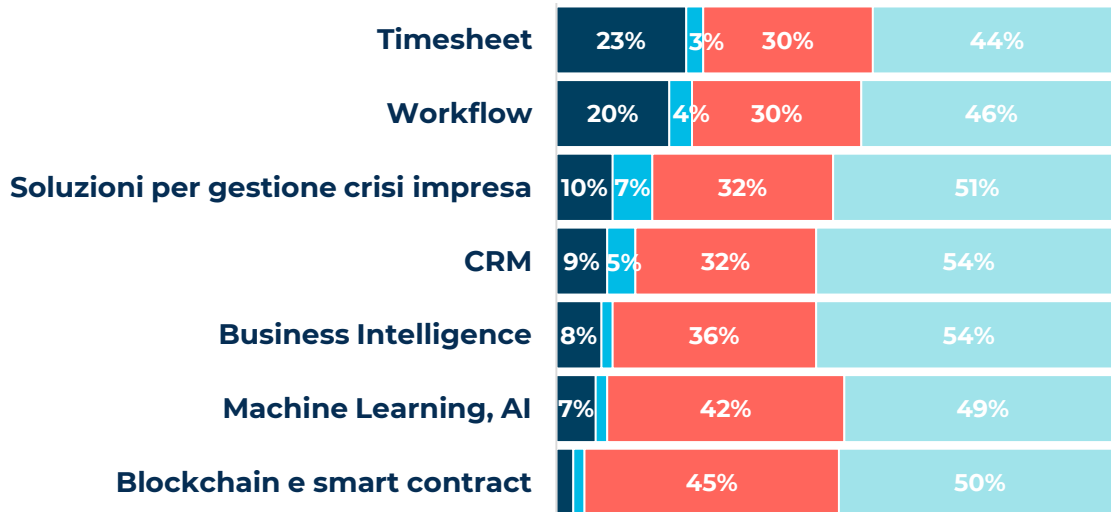


MULTIDISCIPLINARI

Media del campione



Studi che misurano regolarmente il valore generato



■ Presente e usata dallo Studio ■ Introdotta entro il 2023 ■ Non interessa allo Studio ■ Ancora da valutare



Relazione con i Clienti



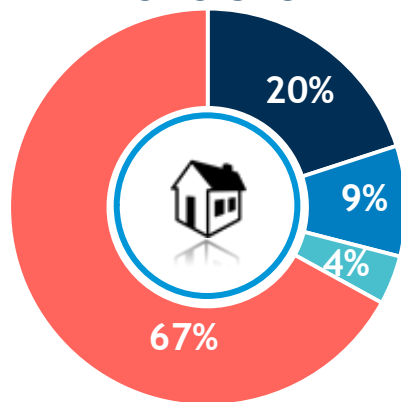
- Analisi dei dati e loro trasformazione in **informazioni** e **conoscenza**
- Comprenderne meglio i **bisogni**
- Ideare nuovi servizi in ottica customer-centric, con l'impiego di tecnologie **disruptive**

Nuovi servizi

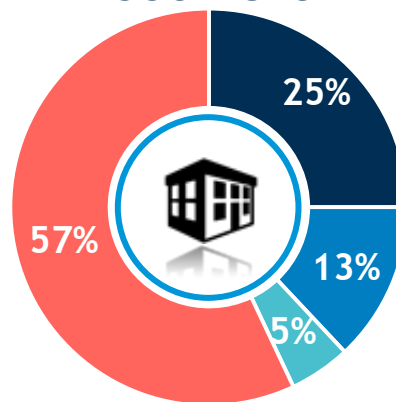


Nel corso dell'ultimo biennio, lo Studio ha effettuato delle variazioni nel portafoglio servizi?

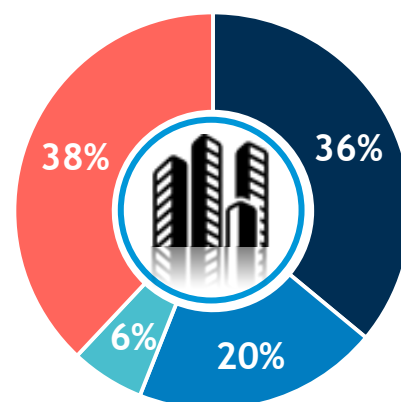
MICRO STUDI



PICCOLI STUDI



GRANDI E MEDI STUDI



■ Introduzione di nuovi servizi

■ Introduzione di nuove tecnologie, per modificare la modalità di fruizione dei servizi già erogati

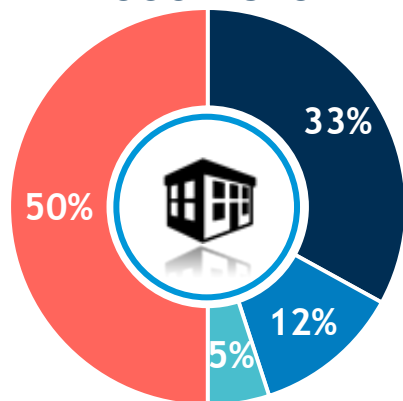
■ Outsourcing di alcuni servizi

■ Nessun cambiamento sostanziale

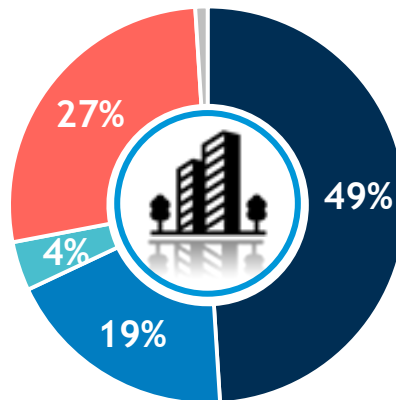
■ Altro

Nel corso dell'ultimo biennio, lo Studio ha effettuato delle variazioni nel portafoglio servizi?

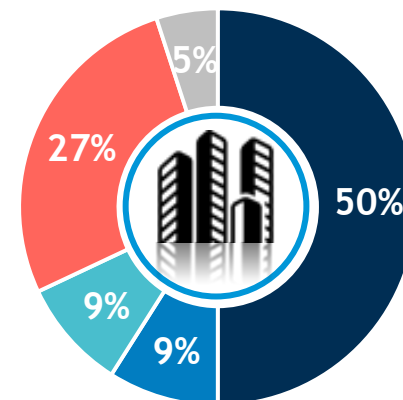
PICCOLI STUDI



MEDI STUDI



GRANDI STUDI



■ Introduzione di nuovi servizi

■ Introduzione di nuove tecnologie, per modificare la modalità di fruizione dei servizi già erogati

■ Outsourcing di alcuni servizi

■ Nessun cambiamento sostanziale

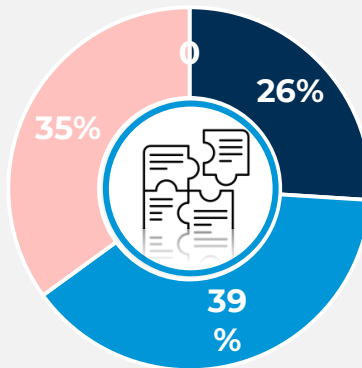
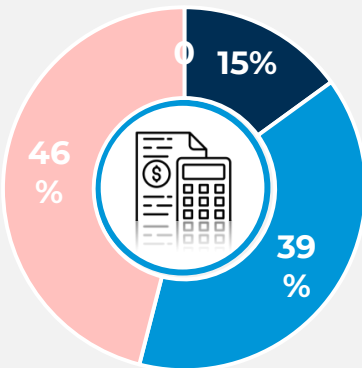
■ Altro

Qual è l'approccio dello Studio nei confronti delle attività di analisi e valorizzazione dei dati?

Studi che hanno introdotto nuovi servizi

COMMERCIALISTI

MULTIDISCIPLINARI



■ Esiste una progettualità, attraverso la collaborazione con partner esterni

■ Esiste una progettualità, ma solamente con le risorse interne di Studio

■ Non esiste una reale progettualità di analisi evoluta dei dati

■ Altro

Alta correlazione

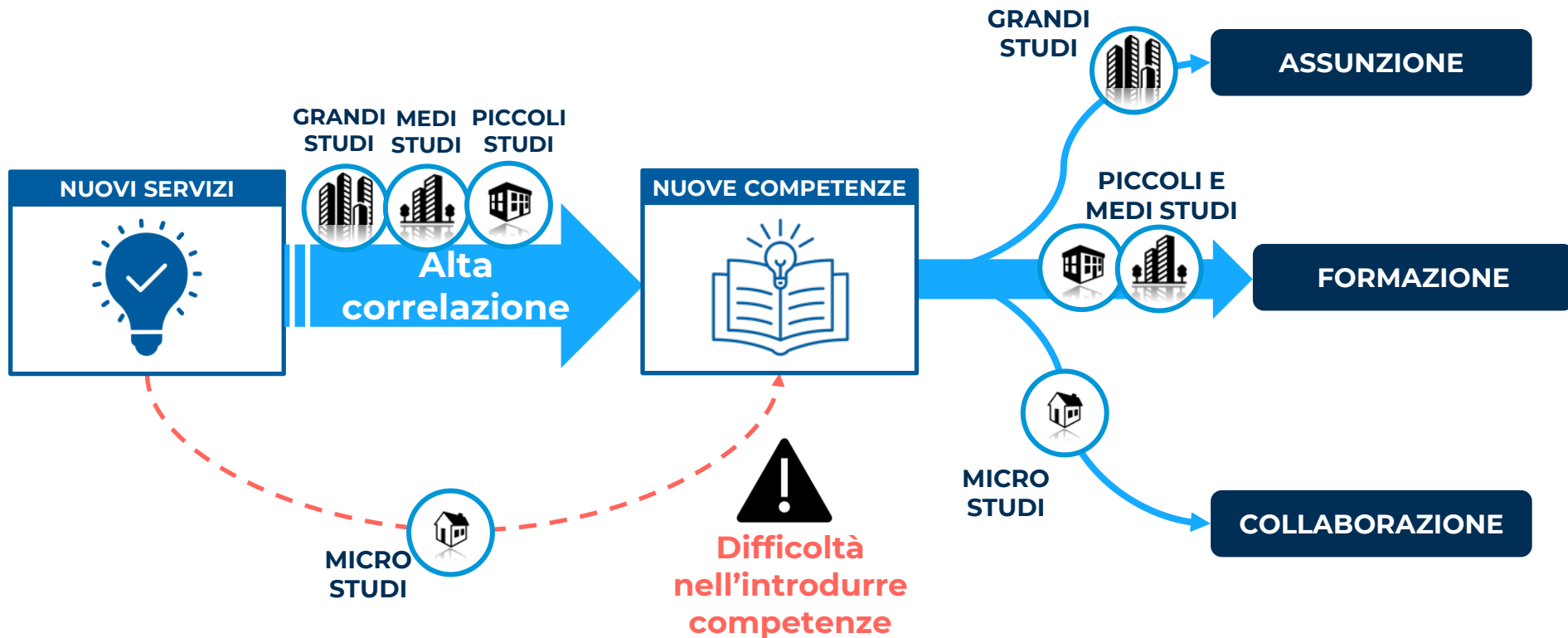
MACHINE LEARNING

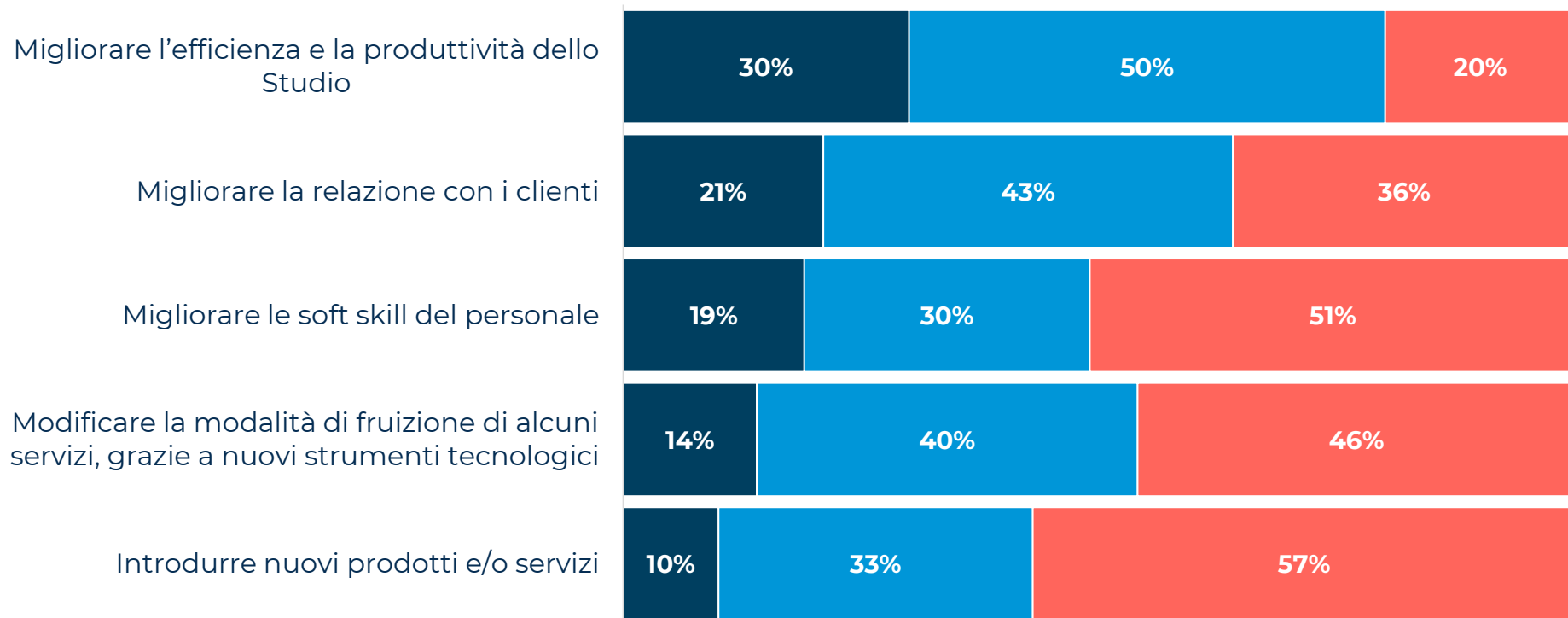


BUSINESS INTELLIGENCE

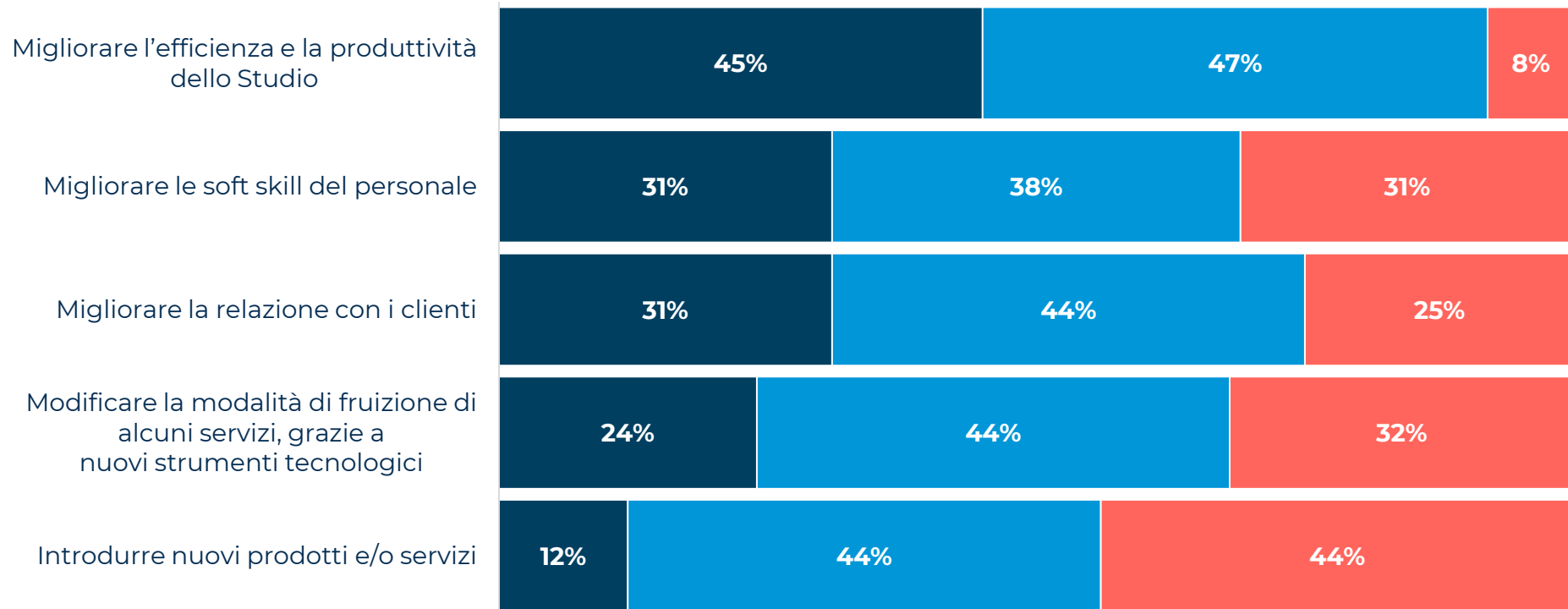
STRUMENTI TRADIZIONALI



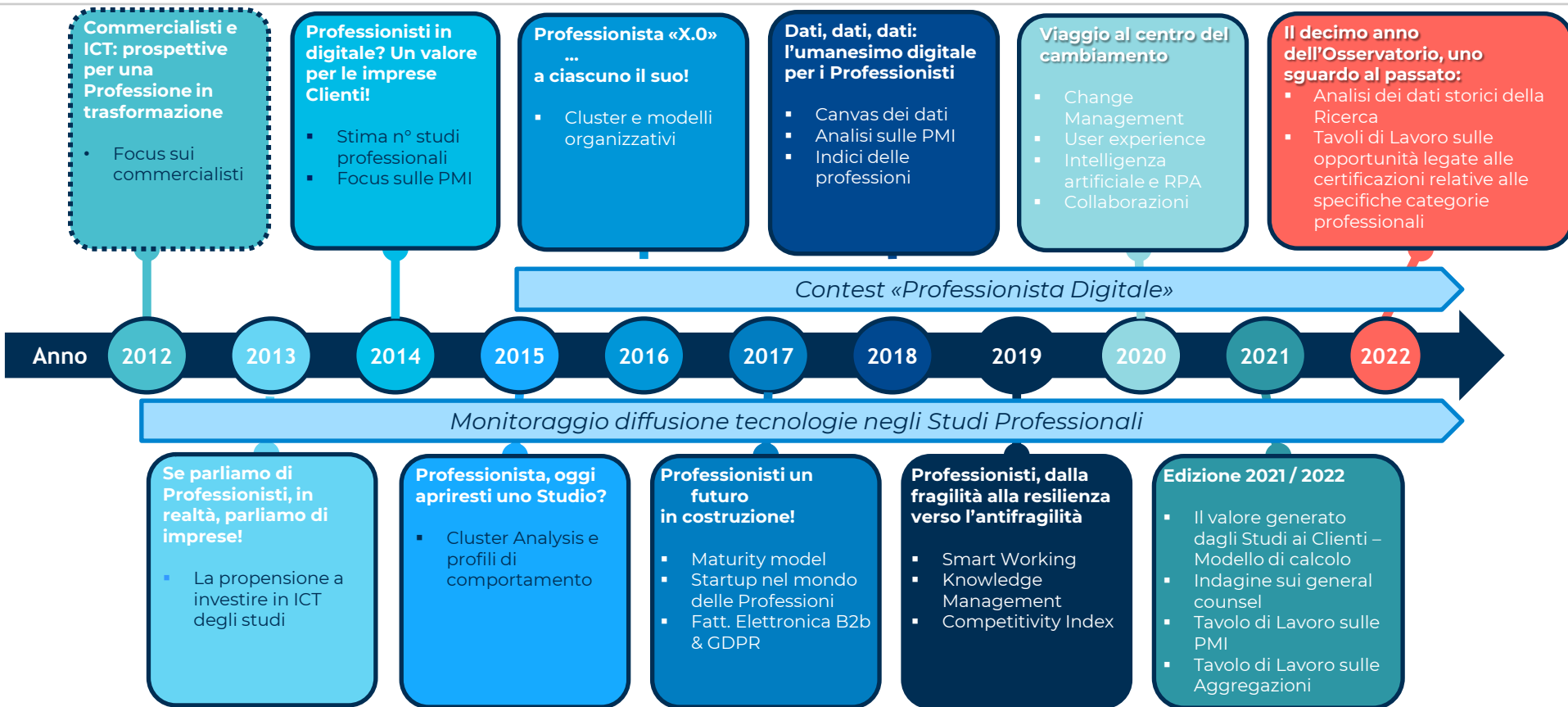




■ È già stato realizzato o è in corso di realizzazione un progetto con tale obiettivo ■ Ho intenzione di avviare un progetto su tale obiettivo ■ Non mi interessa



■ È già stato realizzato o è in corso di realizzazione un progetto con tale obiettivo ■ Ho intenzione di avviare un progetto su tale obiettivo ■ Non mi interessa

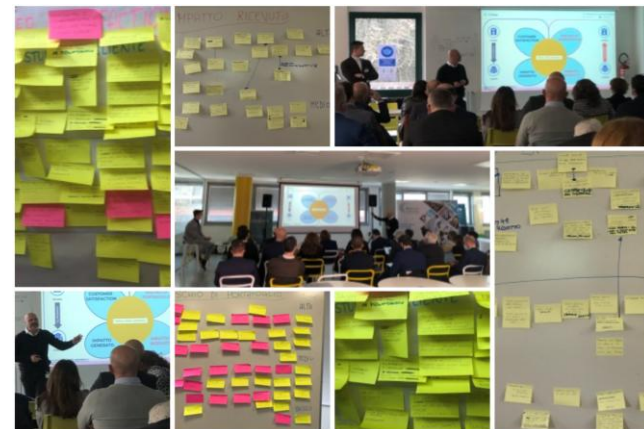




30 tra workshop e focus group dedicati alla Community

Relatori a più di **150 eventi** esterni

Con il supporto di **più di 20** Partner e Sponsor per ciascuna edizione



Oltre 30 istituzioni e associazioni di categoria che hanno seguito le nostre ricerche
Quasi **500 candidature** al Contest *Professionista Digitale*



Anno **2012** **2013** **2014** **2015** **2016** **2017** **2018** **2019** **2020** **2021** **2022**



In occasione della **decima edizione** di Ricerca dell'Osservatorio, analisi delle **serie storiche** dei risultati dei precedenti **questionari**



Indagine sui modelli organizzativi e di business degli Studi attraverso un **questionario** rivolto agli Studi professionali italiani



Organizzazione di **tavoli di lavoro** sulle opportunità legate alle **certificazioni** relative alle specifiche **categorie professionali** di Avvocati, Commercialisti e Consulenti del Lavoro.



REPORT DI RICERCA!

OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA

- **Sostenere** e diffondere **la cultura dell'innovazione** all'interno degli Studi professionali, raccogliendo le candidature di Studi che vogliono raccontare la propria innovatività e digitalizzazione.

PREMIAZIONE

- Gli Studi professionali che si distingueranno per originalità ed efficacia delle soluzioni adottate, verranno invitati a **illustrare la loro esperienza** e ritirare la **targa premio** in occasione del **Convegno** finale dell'Osservatorio.





Federico Iannella

Ricercatore Senior

Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale

federico.iannella@polimi.it