

Roma 31.07.2017

Il cloud negli studi professionali

PREMESSA

Professionisti sempre più digitali, smart data e cloud disegnano i nuovi servizi.

La spesa Ict degli studi di avvocati e commercialisti e cdl cresce del 2%, toccando quota 1,142 milioni di euro.

Boom dei social network e della consulenza online. I dati dell'Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale della School of Management del Politecnico di Milano.

Il 2016 è l'anno della maturità per gli investimenti Ict realizzati dagli studi professionali italiani: non solo la **spesa** complessiva in tecnologie di avvocati, commercialisti e consulenti del lavoro **cresce del 2,5%**, toccando quota 1,142 milioni di euro nel 2016, ma in molti studi professionali diventa ormai leva strategica per migliorare l'organizzazione e il posizionamento sul mercato. Da qui i numerosi progetti innovativi per migliorare l'efficienza e – nei casi più avanzati - le relazioni con i clienti e la capacità di fornire servizi. Sono alcuni dei risultati della ricerca dell'**Osservatorio Professionisti e Innovazione Digitale della School of Management del Politecnico di Milano**".

Le tecnologie - Il cloud computing è adottato dal 36% degli studi per tutti i (nel 16% dei casi) o parte (20%) dei processi lavorativi; il 32% non lo usa, ma è interessato all'adozione, mentre il 25% per ora non ha alcun interesse verso questa tecnologia e il 7% non sa che cosa sia. I principali benefici percepiti da chi utilizza il cloud sono la diminuzione dei rischi (25%) e dei costi (17%), il miglioramento del servizio (16%), l'aumento del tempo a disposizione (16%) e della velocità dei processi (16%), mentre importanti barriere all'adozione restano i timori legati a sicurezza (47%) e privacy (41%) dei dati e alla poca chiarezza sulle responsabilità del fornitore in caso di perdita o violazione dei dati (20%).

Il lavoro in mobilità è ormai prassi diffusa: l'87% degli studi è attrezzato o interessato al lavoro in mobilità, consentendo ai professionisti di collegarsi al gestionale dello studio in qualsiasi momento e luogo. Per i dipendenti la percentuale è del 62%, segnale di buona propensione per modelli di lavoro "più leggeri".

Sempre più strategici per il business risultano i Big data e analytics (smart data): **il 24%**

degli studi dichiara di utilizzare i dati che transitano nello studio per fornire nuovi contenuti alla clientela.

Le analisi che ne derivano hanno come obiettivo prevalente il miglioramento dell'efficienza organizzativa dei clienti (30%), la riduzione dei livelli di contenzioso (29%), l'efficacia delle azioni di recupero del credito (22%) e la valutazione dell'andamento dei costi del personale (17%).

Il 35% degli studi che presenta queste nuove analisi ritiene che i clienti ne siano soddisfatti, mentre il 24% dichiara che i clienti apprezzano ma non riescono ancora a usare queste nuove proposte in modo adeguato.

Sono sempre più usati i social network a sostegno delle attività dello studio, con un incremento in un anno dal 44% al 63%.

La consulenza online viene già messa a disposizione dal 52% del campione, a significare un'attenzione ormai maturata verso questa modalità di servizio.

Il ruolo dei commercialisti è in trasformazione

Questa affermazione nasce dall'osservazione della realtà: l'ecosistema imprenditoriale italiano, composto per la maggior parte da micro e piccole imprese, senza il contributo dei commercialisti ed esperti contabili, così come di avvocati e consulenti del lavoro, non potrebbe svolgere direttamente molti importanti processi amministrativi, contabili e fiscali.

I commercialisti presidiano solitamente interi processi lavorativi in ambito amministrativo, fiscale, contrattualistico, e diventano veri e propri consiglieri degli imprenditori per le scelte strategiche inerenti la loro azienda.

Il commercialista è, quindi, sia parte integrante delle aziende clienti, sia azienda esso stesso, perché gestisce o lavora in studi professionali che rispondono esattamente a tutte le logiche di mercato a cui rispondono le aziende. La crisi economica ha reso necessario, tanto per le imprese quanto per i commercialisti, recuperare livelli superiori di efficienza interna, riducendo gli sprechi e, soprattutto, ottimizzando i processi lavorativi, comprimendo le attività a basso valore.

Prospettive

L'evoluzione digitale sta trasformando il lavoro del Commercialista e i processi tipici della nostra attività: sempre di più tutto ciò che è informatizzato tende a diventare commodity.

Limitarsi agli adempimenti richiesti dalla normativa vigente potrebbe non bastare più

per fidelizzare la clientela.

Oltre a garantire efficienza in ambito fiscale e contabile, il Commercialista del prossimo futuro dovrà essere in grado di **consigliare le aziende sue Clienti** in modo strategico, per aiutarle a crescere ed espandersi.

Gli strumenti informatici, stanno diventando sempre più, le armi che il **Commercialista** deve sapere utilizzare e gestire alla pari di un codice tributario o di un principio contabile.

La **consulenza**, parola sicuramente abusata, ma che è fondamentale nella nostra professione, può e deve tornare ad essere **l'attività principale** del Commercialista.

Occorre coniugare **efficienza e valore** affiancando alle classiche attività orientate agli adempimenti nuovi **strumenti di business intelligence e collaboration**.

L'utilizzo dei servizi in cloud permette di ottenere un sistema di gestione dello Studio **più semplice, sicuramente innovativo e in un certo senso geniale**, perché consente di:

- gestire lo Studio in **mobilità**;
- **controllare** le attività svolte e il loro stato di avanzamento,
- **monitorare** in tempo reale le **performance** dello Studio e dei Clienti.

Il lavoro del Professionista e dello Studio, sta cambiando ed occorre governare il cambiamento, dando maggiore spazio all'utilizzo delle nuove tecnologie che permettano di offrire ai clienti attività ad alto valore professionale aggiunto, quali ad esempio: la consulenza aziendale, consulenza in ambito organizzativo, per far crescere e diversificare il proprio business ed assistere e supportare i clienti nella loro crescita.