



EXECUTIVE BRIEF

L'evoluzione del settore automobilistico: Solo i più intelligenti sopravvivono

I produttori esperti riescono a crescere nonostante la forte concorrenza

Charles Darwin ha notoriamente teorizzato che l'evoluzione naturale dipende dalla sopravvivenza del più forte. Anche se ciò può valere per le specie delle Isole Galapagos, nell'odierna insidiosa industria automobilistica, le probabilità sono a favore di chi possiede specifici tratti. La persona più intelligente ha le migliori probabilità di sopravvivere a condizioni difficili, a una concorrenza feroce e a duri scontri per la Supply chain dei microchip. Nel settore automobilistico, dove i disagi legati alla pandemia sono stati particolarmente brutali, le informazioni basate sui dati sono fondamentali per adattare, prosperare e superare la carenza di materie prime. La business intelligence promuove la resilienza e supporta le aziende che si evolvono per tenere il passo con l'innovazione dei veicoli elettrici (EV), gli obiettivi a emissioni zero e una maggiore sostenibilità.

Le sfide restano

I produttori in tutto il mondo hanno dovuto provare la propria resistenza a seguito della pandemia di COVID-19. La volatilità globale, i disordini politici e la carenza di risorse fondamentali, come quella dei microchip, contribuiscono a provocare disagi. Le abitudini di acquisto sono cambiate drasticamente: i consumatori richiedono nuove esperienze, prodotti personalizzati, valore e sostenibilità.

Le prospettive sono contrastanti. L'interruzione della Supply chain ha una ripresa lenta, poiché l'aumento dei costi del carburante rende esorbitanti i prezzi dei trasporti via terra e le rotte di spedizione transoceaniche vengono ridisegnate per favorire gli alleati politici e i fornitori più vicini al consumatore. Ogni produttore con componenti high tech richiede microchip e deve competere con altri produttori per aggiudicarsi i contratti per i pezzi fondamentali. È probabile che questa carenza duri per anni fino a quando le nuove fonderie non inizieranno a produrre e l'offerta non riuscirà a stare al passo con la richiesta.

Lo scenario digitale

Le recenti sfide del mercato hanno accelerato la necessità di tecnologia e digitalizzazione, costringendo OEM e fornitori ad aumentare il proprio investimento tecnologico.

McKinsey spiega: "Le pandemie hanno sottolineato che l'integrazione di tecnologie avanzate consente alle organizzazioni di raggiungere l'eccellenza operativa, che è alla base della resilienza a lungo termine e di un vantaggio competitivo duraturo".

L'adozione di strategie digitali aiuta i produttori automobilistici ad affrontare le sfide legate al COVID, dalla connettività remota all'innovazione dei prodotti e all'adozione dell'innovazione dei veicoli elettrici. Il passaggio alla tecnologia supporta l'agilità e fa capire ai leader quanto possa essere potente la digitalizzazione per semplificare le attività e aumentare l'efficienza. In un sondaggio condotto su oltre 400 aziende manifatturiere globali, il 94% **ha indicato che l'Industria 4.0 li ha aiutati a mantenere in funzione le operazioni** durante la crisi e il 56% ha affermato che la trasformazione digitale intrapresa è risultata essere essenziale per rispondere alla pandemia.

Ora, i produttori sono pronti per ulteriori progressi mentre iniziano ad affrontare la richiesta repressa e a costruire nuove partnership per perseguire nuovi modelli di commercializzazione e veicoli sostenibili.

Servono misure drastiche

Con così tante sfide e opzioni, molti produttori si trovano nella proverbiale situazione "nuotare o affondare", dove devono essere fatte scelte critiche e intraprese azioni audaci. L'investimento nella tecnologia digitale è il primo passo verso il percorso dell'innovazione, dato che la maggior parte delle tattiche di modernizzazione include automazione, connettività e visibilità— su scala totale. La maggior parte degli esperti concorda sul fatto che, per rimanere competitivi in questa nuova era, sono necessari importanti cambiamenti nei processi. Semplici pivot o lievi cambiamenti nelle strategie attuali sono inadeguati a compensare i miliardi di perdite subite durante la pandemia e man mano che la carenza di chip e altri problemi della Supply chain si manifestano.

Circondati da questi ostacoli, come possono i leader della produzione sapere dove avviare le iniziative e come investire al meglio in strategie da usare a lungo termine? Le reazioni istintive e un gran numero di soluzioni rapide possono causare più danni che benefici, sprecando risorse e frustrando gli stakeholder, compresi i lavoratori in prima linea, preoccupati per la sicurezza sul lavoro. Fortunatamente, la tecnologia basata sull'intelligenza artificiale può aiutare i produttori a dare un senso alle opzioni e a scegliere i percorsi migliori.

Fare scelte intelligenti

Deloitte ricorda ai produttori che l'ottimismo per la ripresa può essere di breve durata, se prima non vengono affrontate alcune minacce basilari. "Poiché la produzione industriale e l'utilizzo della capacità hanno superato (alla fine del 2021) i livelli pre-pandemia... forti aumenti dei nuovi ordini per tutti i principali sottosectori segnalano una crescita... Tuttavia, l'ottimismo sulla crescita dei ricavi è tenuto sotto controllo con cautela dai rischi continui. La carenza di manodopera e l'instabilità della Supply chain stanno riducendo l'efficienza operativa e i margini. L'agilità aziendale può essere fondamentale per le organizzazioni che cercano di operare attraverso le turbolenze derivanti da una ripresa economica insolitamente rapida— e di competere nel prossimo periodo di crescita". Il rapporto prosegue suggerendo che i leader della produzione dovrebbero "cercare non solo di difendersi dalle interruzioni ma anche di rafforzare la loro offensiva".

Di conseguenza, la business intelligence e le informazioni basate sui dati sono fondamentali in questo momento. I produttori devono scegliere attentamente il percorso corretto— non quello con la resistenza minore, ma quello con le maggiori opportunità.

Costruire un organico esperto

Quando ci si prepara per le future richieste del mercato, uno dei primi passi da fare è la creazione di personale con le giuste competenze, che capisca il valore della gestione dei dati. Si creano così alleati per contribuire a diffondere la visione, creare consenso tra i team ed attuare la pianificazione. Purtroppo, una grave carenza di lavoratori qualificati affligge i produttori da un decennio, senza soluzioni facili in vista.

Forrester riferisce in un recente studio che il 40% dei responsabili della produzione afferma che reclutare persone con le competenze tecniche necessarie è una delle principali sfide. Trovare lavoratori con competenze di gestione dei dati è particolarmente difficile. "Mentre i produttori puntano a diventare responsabili decisionali basati sui dati, hanno difficoltà a far capire al proprio personale attuale che i dati hanno la precedenza sull'istinto (35%). Ancora più preoccupante: il 39% delle organizzazioni che prendono decisioni fatica a trovare e assumere personale con le giuste competenze per raccogliere informazioni utili dai dati", afferma Forrester.

Nonostante il percorso in salita, la maggior parte degli esperti concorda sul fatto che lo sforzo per reclutare i migliori talenti ripaga. Investire in personale IT può diventare un vero elemento di differenziazione e può gettare le basi per l'innovazione futura e la risoluzione dei problemi. "Ciò dovrà consistere in iniziative di reclutamento e fidelizzazione di livello mondiale che promuovano l'inclusività e una cultura di apprendimento permanente", afferma Jerry Kurtz, vicepresidente esecutivo, Insights & Data, di **Capgemini Americas**. Il mercato non è mai stato più competitivo per le persone con competenze di IA e questa tendenza probabilmente continuerà per gli anni a venire. Pertanto, le partnership strategiche saranno fondamentali anche nelle organizzazioni e attività", aggiunge.

L'IA è attualmente la massima priorità

Una volta riunito il team, sarà possibile formulare strategie. Suddividere in fasi grandi progetti basati sull'IA contribuirà a rendere l'esecuzione più gestibile. Le organizzazioni impareranno dall'esperienza, con molte ancora nelle prime fasi dell'esplorazione. Come riferisce **VentureBeat**: "L'IA è un argomento scottante, per le aziende. Le capacità di IA stanno ampliando le possibilità, per le aziende, per affrontare l'impegno con i clienti in tempo reale, gestire le operazioni e garantire la continuità aziendale durante la pandemia. Con il progredire della tecnologia, le aziende stanno trovando nuovi modi per innovare ed espandersi".

L'adozione di strategie IA è una priorità assoluta per molte organizzazioni. IEEE, la più grande organizzazione di professionisti tecnici, ha recentemente pubblicato i risultati di uno studio in cui il 76% delle aziende afferma di voler dare priorità alle iniziative di IA e machine learning rispetto agli altri obiettivi IT. I CIO e altri leader tecnologici sono i sostenitori più entusiasti, con il 95% dei CIO che afferma che nei prossimi cinque anni, l'IA guiderà la maggior parte dell'innovazione. "Aspettatevi che gli impegni con l'IA diventino più grandi, più significativi dal punto di vista strategico e più mission-critical, con particolare attenzione alla scalabilità a lungo termine", suggerisce l'associazione. Robotica, Elaborazione del linguaggio naturale (NLP), assistenti virtuali, motori di raccomandazione e sicurezza informatica avanzata saranno tra i principali casi d'uso.

Ma siamo all'inizio della scala di maturità

Sebbene l'analisi dei dati e l'uso dell'IA siano stati identificati come elementi essenziali, la maggior parte delle aziende ha ancora molta strada da fare, per padroneggiare la scala di maturità, afferma **The Enterprisers Project**. L'IA è un campo ampio, con molti elementi possibili. Sapere da dove e come iniziare richiede degli studi.

Tra i punti di partenza basilari ci sono le modalità di acquisizione e di archiviazione dei dati. La maggior parte dei produttori sta ancora lavorando alla creazione di una pipeline di dati moderna. La maggior parte dei modelli di IA richiede enormi quantità di dati, spesso provenienti da centinaia di fonti, su un periodo prolungato e in forme strutturate e non strutturate. Il contesto è sempre fondamentale, così come un formato che consenta l'integrazione e l'analisi in modo significativo.

Un altro requisito è la conservazione sicura. Le grandi quantità di dati coinvolte richiedono una conservazione affidabile. Un data lake nel cloud è la soluzione di data storage comprovata, che offre capacità flessibile, sicurezza e accesso in tempo reale.

Esempi di casi d'uso dell'IA

I casi d'uso e i vantaggi dell'IA giustificano chiaramente l'investimento delle risorse. Tra le applicazioni, possiamo elencare:

- **Process mining.** Questa tattica aiuta le organizzazioni a definire, documentare e perfezionare i passaggi nei flussi di lavoro, compresi quelli che possono essere completati da software o robot.
- **Visibilità Supply Chain.** Le applicazioni intelligenti della Supply chain sono ora fondamentali, come evidenziato dalle gravi carenze subite durante la pandemia. La visibilità dell'inventario, della richiesta e dei percorsi di spedizione aiuterà i manager a pianificare in modo appropriato.
- **Contatto con il cliente.** La pandemia ha visto una massiccia adozione dell'IA in ruoli rivolti ai clienti come agenti virtuali, chatbot e motori per suggerimenti. Il successo e le risposte positive dei clienti stanno portando a un'ulteriore innovazione in quest'area.
- **Generazione del linguaggio naturale (NLG).** Questa funzionalità è avanzata ed è stata incorporata in diverse soluzioni, consentendo il riconoscimento vocale e i comandi vocali per attivare un'azione. Ciò è particolarmente importante per i produttori per cui la sicurezza dei dipendenti e le attività pratiche possono richiedere che i lavoratori effettuino comandi vocali, piuttosto che digitare su una tastiera.
- **Machine Learning.** Questa funzionalità consente alle applicazioni IA di migliorare continuamente, utilizzando più fonti di dati e punti di dati pertinenti. Il machine learning aiuta le applicazioni a prendere decisioni più accurate in base ai dati e ai risultati precedenti.
- **Informazioni predittive.** IA e ML aiutano a determinare i prossimi risultati probabili in determinate situazioni. Questo viene utilizzato nei motori per suggerimenti e per le previsioni delle tendenze future. Può anche essere utilizzata con un gemello digitale, per esplorare gli scenari ipotetici, anticipare i risultati probabili e analizzare il rischio.
- **Gestire la complessità.** L'adozione dell'IA può aiutare a gestire i sistemi moderni altamente complessi, che richiedono algoritmi avanzati per identificare incidenti fruibili, come asset interni che necessitano di ricalibrazione. Gli indizi di dati discreti possono essere troppo oscuri per essere rilevati da un essere umano, ma facilmente identificati da un programma creato per trovare anomalie o deviazioni dagli standard accettati.
- **Applicazioni IA basate su modelli.** Alcune piattaforme supportano lo sviluppo IA basato su modelli, offrendo anche formazione e deployment. Ciò porta a un prodotto IA più accessibile per gli strateghi dell'organizzazione. Le aziende non devono più assumere data scientist per creare casi d'uso basilari e possono invece orientarsi verso la gestione basata su modelli e la gestione semplificata del ciclo di vita degli asset IA per supportare la crescita continua.
- **Unificazione dei dati.** Le aziende hanno bisogno di strumenti semplici ma potenti per gestire archivi di dati a livello di petabyte come mezzo per comprendere la forma dei dati archiviati.
- **Correlazione dei dati.** L'unificazione delle competenze e dei domini di dati, tra cui Data Lake per i grandi dati economici provenienti da molte applicazioni e servizi, pipeline di dati in tempo reale che aiutano a guidare i punti decisionali operativi e "Lakehouse" dove i dati curati e pronti alla segnalazione diventano accessibili utilizzando stoccaggio a caldo e interfacce dati.
- **Catalogo dati.** Stabilisci la governance semantica con servizi di dizionario dati, procedure guidate di registrazione, indice dei metadati e archivio della documentazione. Ciò aiuterà le organizzazioni a creare e perfezionare i modelli di metadati utilizzati nell'ecosistema, nonché le relazioni di riferimento incrociato definite nel catalogo.
- **Bassa codifica e no-code.** I produttori si rivolgono sempre più a modelli di base pronti all'uso, riducendo sostanzialmente il time-to-value per le soluzioni IA. Fortunatamente, alcuni sistemi operativi forniscono anche strumenti che consentono all'utente medio di generare i propri casi d'uso, rapporti e previsioni utilizzando applicazioni low-code e no-code. I codificatori cittadini saranno in grado di descrivere l'obiettivo utilizzando i progetti WYSIWYG, o tramite parole, e l'IA conversazionale creerà il codice o l'applicazione appropriati, riducendo la necessità di codificatori esperti.

Conclusioni

Il COVID-19 e le relative interruzioni hanno avuto un impatto importante sul settore automobilistico, generando ostacoli e sfide senza precedenti. Anche la domanda di maggiore sostenibilità da parte dei consumatori sta accelerando l'evoluzione del settore automobilistico. Ora più che mai, i produttori e i fornitori devono prendere decisioni intelligenti su come investire nel futuro e su dove concentrare le proprie energie per accelerare la ripresa e conquistare la propria quota del mercato emergente dei veicoli elettrici. Senza l'uso dell'IA, le aziende corrono il rischio di dare giudizi frettolosi o fare cambiamenti nelle priorità azzardati, che portano opportunità di breve durata.

Invece, se produttori e fornitori creano una base di digitalizzazione che include strumenti avanzati di IA, possono prendere decisioni critiche basate su dati e solide informazioni aziendali, non su sensazioni. L'uso dell'IA per aiutare ad analizzare e identificare le opportunità può diventare un elemento di differenziazione, distinguendo l'azienda dalle altre. In questa era di forte concorrenza, avere un vantaggio tecnologico è un business intelligente. Nel panorama odierno, decisamente ostile, le organizzazioni più intelligenti saranno quelle che prevarranno, si adatteranno e cresceranno.

Per saperne di più sull'uso intelligente dei dati aziendali, visita [infor.com](https://www.infor.com).

PER SAPERNE DI PIÙ 

Seguici:     



Infor è un fornitore globale di business software nel cloud specializzato per settore di mercato. Oltre 65.000 organizzazioni in più di 175 paesi si affidano ai 17.000 dipendenti di Infor per raggiungere i propri obiettivi aziendali. Per saperne di più visita www.infor.com.

Copyright© 2023 Infor. Tutti i termini e i simboli grafici utilizzati nel presente documento costituiscono marchi commerciali e/o marchi registrati di Infor e delle relative consociate o affiliate. Tutti gli altri marchi qui riportati sono di proprietà dei relativi proprietari. www.infor.com.

Infor in Italia, Via Torri Bianche 24, 20871 Vimercate MB, www.infor.com/it-it

INF-2722238-IT-IT-0823-1