

Capgemini

Raffaella Poggio, Capgemini Italia
Resp. External Communication
Tel: 02 41493.1 Mob. 347 4271901
raffaella.poggio@capgemini.com

Imageware

Stefano Bogani
Jessica Morante
Tel: 02 700 251
capgemini@imageware.it

**Sulla spinta della domanda digitale da parte degli utenti finali,
Capgemini rafforza le proprie competenze in area digital
con una nuova global service line**

Maurizio Mondani, CEO di Capgemini Italia: "Gli utenti finali si aspettano di interagire in modo integrato attraverso i diversi canali con riscontri più veloci, quasi istantanei. Per raggiungere questo obiettivo, le imprese hanno bisogno di essere più agili, innovative, social, mobile e, soprattutto, completamente focalizzate sul cliente".

Milano, 26 febbraio 2014 - Capgemini, uno dei più importanti fornitori mondiali di servizi di consulenza, tecnologia e outsourcing, lancia la [Digital Customer Experience \(DCX\)](#), un'offerta integrata di sviluppo e implementazione delle strategie di engagement digitali, piattaforme e soluzioni. DCX ha l'obiettivo di supportare le aziende nel trasformare radicalmente il modo di fare business e nell'interazione con i propri utenti finali. La nuova service line consolida la comprovata esperienza e l'impegno di Capgemini nel digital engagement e IP¹, e sarà supportata da un nuovo e dedicato Centro di Eccellenza in India, insieme a una campagna di recruitment globale. Capgemini ha già implementato con successo una serie di progetti di customer experience digitali per numerosi clienti tra cui Hydro Quebec.

L'introduzione della global service line DCX è la risposta di Capgemini alle necessità delle aziende, che operano in diversi settori, di digitalizzare le esperienze dei propri clienti, per migliorare il rapporto e la fiducia con i consumatori, di crescere e differenziarsi dai concorrenti. Punta a supportare i CMO che vogliono innovazione e riduzione del time-to-market di importanti campagne contestualizzate sui clienti, e i CIO che hanno bisogno di fornire tecnologia a un ritmo che garantisca l'agilità richiesta dal business, nonché i COO e CFO per i quali la trasparenza delle performance operative è indispensabile. DCX unisce i principali asset digitali e le competenze di Capgemini per aiutare gli stakeholder dei clienti a gestire in modo intelligente le attività, per rispondere al meglio alle esigenze dei propri clienti.

"I clienti multicanale di oggi richiedono esperienze migliori di quelle che ricevono da aziende che progettano una tantum punti di contatto poco performanti. Di fronte a un ecosistema in espansione di siti web tradizionali, siti mobile e applicazioni, le imprese hanno bisogno di un piano che li aiuterà ad allineare gli investimenti con le esigenze più pressanti dei clienti. Possono ottenere questo risultato adottando un approccio user-centered per comprendere le esigenze e i comportamenti dei propri utenti multicanale e colmare le lacune", scrive Ron Rogowski II, Principal Consultant, in un rapporto di Forrester².

¹ L'IP di Capgemini include tool collaudati, software, metodologie, know-how ed esperienze

² Fonte: Forrester, Improve Your Digital Customer Experience, Ron Rogowski II, giugno 2012

DCX di Capgemini ha l'obiettivo di avvicinare sempre di più le imprese ai clienti finali e offrire quell'esperienza multicanale integrata che ora si aspettano. DCX unisce le conoscenze di Capgemini nel mercato dei servizi applicativi e di consulenza con la comprovata esperienza nell'ambito della digital transformation. La nuova global service line comprende:

- **una serie di metodologie per la digital transformation** sviluppate con Capgemini Consulting, come All Channel Experience³ (ACE), che pone il cliente al centro del business e fornisce un quadro chiaro per l'allineamento interno di un'organizzazione.
- **la capacità di costruire modelli operativi digitali** che incorporano l'architettura della soluzione, i servizi di cloud orchestration, sfruttando le IP esistenti come Immediate⁴ che fa parte di Ready2Series⁵ di Capgemini per l'integrazione SaaS, il digital asset management, le piattaforme mobile, i big data e analytics.
- **la disponibilità e l'aggregazione dei servizi digitali** come i servizi cloud, l'offerta di piattaforme mobile, l'archiviazione e l'analisi dei dati, la governance e la risk compliance, oltre al cloud esistente il testing mobile.

"Sappiamo che gli utenti finali si aspettano di interagire in modo integrato attraverso i diversi canali con riscontri più veloci, quasi istantanei. Per raggiungere questo obiettivo, le imprese hanno bisogno di essere più agili, innovative, social, mobile e, soprattutto, completamente focalizzate sul cliente", dichiara Maurizio Mondani, CEO di Capgemini Italia. *"Il panorama in continua evoluzione delle soluzioni tecnologiche di business è giunto a un punto morto per molti quando si tratta di decidere cosa è meglio per le attività, i dipendenti e i clienti. La nostra service line Digital Customer Experience aiuterà le aziende a sfruttare in modo intelligente i servizi digitali per offrire una strategia olistica e profittevole, creando un'esperienza significativa per i loro clienti".*

Capgemini ha collaborato a stretto contatto con Hydro-Quebec, una grande azienda di servizi di pubblica utilità con sede a Montreal, che annovera oltre 4 milioni di clienti, per conoscere e comprendere come sarà l'esperienza digitale dei loro clienti nel futuro e ha individuato i principali benefici. E' stata poi sviluppata un'ambiziosa strategia multi-canale e un percorso di trasformazione in parallelo con la progettazione e l'implementazione di una roadmap IT. Il focus principale è stato il rinnovamento del contact center e del portale web, insieme all'implementazione di un sistema avanzato di CRM, spostando il campo di applicazione su tre grandi progetti. Per accelerare la trasformazione interna e garantire la longevità dei vantaggi offerti, è stata istituita una nuova divisione per la Customer Experience.

"La collaborazione con Capgemini durante questo percorso di trasformazione, non solo ha dotato la nostra organizzazione di strumenti e processi interni più strutturati, ma ci ha anche fornito le competenze e la fiducia

³ L'approccio All-Channel Experience di Capgemini aiuta le aziende produttrici e retail a fornire una customer experience coerente, integrata attraverso tutti i canali

⁴ Immediate è il servizio cloud-based di e-Business di Capgemini che gestisce un ecosistema di fornitori digitali

⁵ Ready2Series di Capgemini è una gamma di soluzioni e prodotti innovativi, sperimentati e testati che si focalizzano sull'accelerazione dei risultati grazie a un'implementazione rapida, conveniente e a basso rischio

per rendere disponibili i migliori canali di offerta ai nostri clienti", ha dichiarato Marcel Boyer, Customer Service VP, Hydro-Quebec.

Una partnership consolidata con il MIT Center for Digital Business

Oltre alla comprovata esperienza nelle strategie di engagement digitali per i clienti, Capgemini ha sfruttato i risultati di un programma di ricerca industriale triennale in collaborazione con il [MIT Center for Digital Business](#). Il programma ha esaminato più di 400 grandi imprese di tutto il mondo, rappresentando, fino ad oggi, la più ampia ricerca sulla digital transformation. Lo studio più recente, pubblicato nel mese di ottobre 2013 e condotto con il MIT Sloan Management Review, "[Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative](#)", che ha coinvolto oltre 1.500 executive in 106 paesi, ha rivelato che, mentre le potenzialità della Digital Transformation sono assolutamente chiare, il percorso per raggiungerla non lo è. I principali risultati riportano che il **78%** degli intervistati ritiene che la Digital Transformation sarà fondamentale per la propria organizzazione entro i prossimi due anni e, dove la Digital Transformation è un appuntamento fisso nell'agenda dei dirigenti, l'**81%** delle persone crede che questa darà un vantaggio competitivo alla loro azienda⁶.

Una precedente report del 2012, "The Digital Advantage: How digital leaders outperform their peers in every industry", ha rivelato che le aziende che erano riuscite a trasformare radicalmente il proprio business attraverso la tecnologia, beneficiano di un notevole "Vantaggio Digitale" ed evidenziano un miglioramento significativo delle performance finanziarie rispetto ai loro concorrenti. Sulla base di questa ricerca, Capgemini ha sviluppato uno strumento unico di Digital Maturity Assessment che permette alle aziende di valutare la propria maturità digitale e confrontare il loro posizionamento rispetto a quello dei loro pari che operano nello stesso settore.

Qui puoi trovare maggiori informazioni [sui casi di successo di digital engagement dei clienti di Capgemini](#)

Capgemini

Con 130.000 dipendenti in oltre 40 paesi nel mondo, Capgemini è uno dei principali fornitori globali di servizi di consulenza, information technology e outsourcing. Nel 2013 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 10,1 miliardi di euro. Insieme con i propri clienti, Capgemini progetta e realizza soluzioni di business e tecnologiche che consentono di migliorare le performance e il posizionamento di mercato. L'organizzazione profondamente multi-culturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo - la Collaborative Business Experience™ - e un modello globale di produzione distribuita denominato Rightshore®. Capgemini Italia ad oggi conta 2.700 professionisti dislocati in 11 sedi; l'offerta è orientata ai principali mercati: Financial Services, Energy & Utilities, Manufacturing, Automotive, Consumer Products, Retail & Distribution, Public Administration, Telecom Media & Entertainment. Oltre alla principale società operativa, appartengono a Capgemini Italia due società specializzate: Capgemini BST e Capgemini BS. Per saperne di più: www.it.capgemini.com.

Rightshore® è un trademark che appartiene a Capgemini.

⁶ Fonte: Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative, by Capgemini Consulting and MIT Sloan Management Review, ottobre 2013