

## Artificial Intelligence



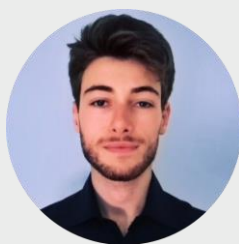
Emma Marcandalli | Protiviti



Luca Risi | Protiviti



Alfredo Raineri | Protiviti



Marco Castaldelli | Microsoft Italia



Pasquale Della Torca | Microsoft Italia

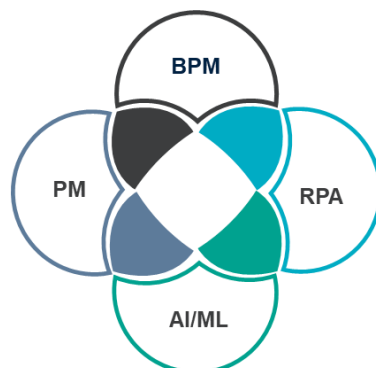
Settembre 2024

## L'Hyperautomation potenziata con l'Artificial Intelligence è nulla senza l'approccio e le competenze giuste al tavolo

Nell'attuale contesto di evoluzione digitale, i leader aziendali sono alla continua ricerca di soluzioni innovative per ottimizzare i processi, aumentare la produttività, ridurre i costi operativi, migliorare l'efficacia e la tempestività delle decisioni.

Ciò ha dato un'accelerazione al fenomeno dell'Hyperautomation, termine coniato nel 2022 da Gartner per indicare l'approccio business-driven che le organizzazioni adottano per incrementare sensibilmente l'automazione dei processi, potenziando al contempo l'intelligenza umana.

L'Hyperautomation si realizza attraverso la combinazione e l'orchestrazione di molteplici tecnologie avanzate, come il **Process Mining (PM)**, la **Robotic Process Automation (RPA)**, il **Business Process Management (BPM)** e altri strumenti analoghi event-driven che automatizzano processi e azioni, integrate con elementi di **Artificial Intelligence (AI)** e **Machine Learning (ML)** per potenziare le capacità analitiche e decisionali.



**PM** Mappatura dei flussi di processo eseguiti a sistema dagli utenti partendo da log e transazioni

**BPM** Orchestrazione di workflow di processo

**RPA** Automazione di un task all'interno del workflow di processo sulla base di regole predefinite

**AI/ML** Capacità di elaborare e interpretare informazioni, generando raccomandazione o altri contenuti

## Hyperautomation: una tendenza emergente nell'ambito del miglioramento dei processi e della trasformazione digitale

Rispetto all'automazione tradizionale, che si limita a replicare attività manuali ripetitive e a basso valore, l'Hyperautomation fornisce quell'intelligenza aggiuntiva in grado di elaborare velocemente elevati volumi di dati (anche non strutturati, ad esempio presenti in documenti o in rete) e di abilitare decisioni per aumentare efficienza e produttività, ridurre errori e costi, liberare risorse umane per attività a più alto valore.

Il mercato dell'Hyperautomation sta crescendo rapidamente: per il 2024 si prevedono investimenti a livello globale pari a poco meno di 13 miliardi di USD, che aumenteranno a 32 miliardi di USD nel 2029 (per un CAGR stimato nei 5 anni del 19,5%). I valori in gioco sono importanti; diventa quindi essenziale, per chi intende avviare questi percorsi, capire quali sono i fattori critici da considerare per garantire il successo delle iniziative e il ritorno atteso dall'investimento.

### I fattori critici di successo da indirizzare

Sfatiamo innanzitutto un mito: l'elemento critico dei percorsi di Hyperautomation non è la tecnologia in sé, ma è l'uso che un'organizzazione intende farne e la sua capacità di rispondere ad alcune domande chiave:

- 1 Quali sono le criticità e inefficienze operative che possono essere superate grazie all'Hyperautomation?
- 2 Di quali informazioni ha bisogno il business per prendere decisioni più efficaci e tempestive, che possono essere elaborate più velocemente con l'AI-powered Automation?
- 3 In che modo l'Hyperautomation può ispirare nuovi modi di lavorare e/o di fare business?

Considerate le tendenze in atto, che vedono una disponibilità in forte aumento di piattaforme *low-code no-code* e la crescente diffusione di concetti di accesso democratico all'automazione, oggi la competenza critica non è più solo quella tecnologica in senso stretto (intesa come capacità di sviluppare, programmare e integrare tecnologie differenti), ma anche quella di sapere cosa serve al business per fare meglio il proprio lavoro e come sfruttare, in modo scalabile, le moderne tecnologie - ivi inclusa l'intelligenza artificiale - per affrontare le sfide di business e creare valore per l'impresa.

È innanzitutto una questione di conoscere il contesto, definire le priorità, generare nuove idee e pensare a nuovi modi di fare le cose.

Per fare questo, ci vogliono non solo gli strumenti tecnologici abilitanti, ma anche l'attitudine e l'approccio necessari a massimizzare e ottimizzare gli investimenti che servono per realizzare l'Hyperautomation. Altrimenti l'investimento rischia di rimanere sottoutilizzato, non adeguatamente diffuso; rischia di non realizzare il rendimento atteso e, in ultima battuta, di fallire. Non tanto perché le tecnologie non sono buone, quanto perché non è stata corretta l'interpretazione del loro utilizzo.

### Un approccio business-driven e disciplinato all'Hyperautomation

Ne consegue che i programmi di Hyperautomation devono essere guidati dalla conoscenza approfondita dei processi aziendali, dall'identificazione delle criticità e delle opportunità di automazione intelligente, dalla quantificazione dei benefici attesi (attività, queste ultime, che possono essere agevolate con tool di Process & Task Mining), e, solo dopo, dall'identificazione e implementazione delle migliori soluzioni tecnologiche per la loro risoluzione (ad esempio, combinando tool di BPM, RPA, AI e ML).

Sapere ex-ante quello che si può fare con le tecnologie avanzate è indubbiamente importante per stimolare l'innovazione di processo, e questa responsabilità risiede *in primis* nelle funzioni Information Technology e/o Digital Innovation, chiamate a rimanere al passo con le evoluzioni tecnologiche e a trasferirne la necessaria conoscenza al business; ma rimane fondamentale la conoscenza del modello operativo esistente e delle criticità e priorità da indirizzare, che risiede tipicamente nelle funzioni di business.

Altri elementi fondamentali da indirizzare in questo tipo di percorsi sono la **cultura aziendale**, che deve essere aperta al cambiamento anche attraverso la sperimentazione pilota, e la **governance del programma di Hyperautomation**, che deve coinvolgere fin dall'inizio gli Stakeholder giusti, garantire il necessario commitment a livello Executive, definire ruoli e responsabilità di ideazione e attuazione delle iniziative, indirizzare le priorità per massimizzare il valore atteso dall'automazione, gestire i rischi delle iniziative di Hyperautomation e, infine, creare le competenze, tecniche e funzionali, necessarie a realizzare e mantenere nel tempo le iniziative approvate.

#### GOVERNARE I PROGRAMMI DI HYPERAUTOMATION. MITIGARE I RISCHI.



#### CREARE LA CULTURA. SVILUPPARE LE COMPETENZE. GESTIRE IL CAMBIAMENTO.

Nelle organizzazioni complesse e distribuite, un programma di Hyperautomation può essere promosso e gestito attraverso la costituzione di una **Factory dedicata**, che agisca sia come Center of Excellence per catalizzare competenze e leading practices, sia come Delivery Center per realizzare e gestire le soluzioni tecnologiche identificate.

## La Power Platform di Microsoft a supporto dell'Hyperautomation

In questo scenario in continua evoluzione, si inserisce la **Power Platform di Microsoft**, abilitatore per eccellenza dell'Hyperautomation in tutti i suoi passaggi chiave, dalla mappatura dei processi e rilevazione delle inefficienze, all'automazione di task manuali, fino all'uso dell'intelligenza artificiale (Copilot) per potenziare l'automazione e accelerare la trasformazione.

Microsoft Power Platform è una suite di strumenti di business intelligence, sviluppo di applicazioni e connettività di applicazioni che possono essere sfruttati per implementare l'Hyperautomation.

Le sue importanti funzionalità la rendono una scelta ideale per le aziende che vogliono ottimizzare i propri processi adottando tecnologie all'avanguardia.

- **Un set completo di strumenti:** la piattaforma include **Power BI** per l'analisi dei dati, **Power Apps** per lo sviluppo di applicazioni, **Power Automate** per il mining dei processi e la creazione di flussi di lavoro automatizzati, e **Copilot Studio** per la costruzione di chatbot e assistenti virtuali realmente intelligenti. Questi strumenti lavorano in modalità integrata per creare un ecosistema di automazione completo.
- **Interfaccia user-friendly:** uno dei principali vantaggi della Microsoft Power Platform è la sua interfaccia user-friendly. Con le capacità *low-code/no-code*, anche gli utenti senza esperienza tecnica possono creare app e automatizzare compiti.
- **Scalabilità:** essendo basata sul **Cloud Azure**, la piattaforma offre un'elevata scalabilità. È possibile aumentare o ridurre facilmente le capacità di calcolo o di memoria in base alle necessità del momento, senza dover affrontare investimenti infrastrutturali significativi vincolanti.
- **Automazione intelligente:** nel panorama attuale dell'Hyperautomation, la Generative AI rappresenta una svolta decisiva, offrendo alle aziende un vantaggio competitivo ineguagliabile.

La piattaforma di Hyperautomation potenziata da queste tecnologie avanzate si distingue per la sua capacità unica di trasformare radicalmente il modo in cui le organizzazioni automatizzano i processi e prendono decisioni.

**Automazione Intuitiva:** Grazie ai modelli di GenAI GPT, è ora possibile automatizzare i processi semplicemente descrivendoli a voce o mostrando a GPT-4 ciò che si desidera ottenere sullo schermo. Questo approccio intuitivo elimina la necessità di codifica complessa, rendendo l'automazione accessibile a un pubblico più ampio all'interno dell'organizzazione.

**Self-healing e Resilienza:** I robot dotati di capacità di self-healing, sviluppati con Power Automate, sono in grado di riconoscere autonomamente gli errori e di autoripararsi. Questa caratteristica assicura una continuità operativa e riduce significativamente i tempi di inattività, garantendo un flusso di lavoro costante e affidabile.

**Copilot per il Process Mining:** Il supporto di Copilot nel mining dei processi complessi è un altro aspetto distintivo della piattaforma. Copilot agisce come un assistente intelligente che aiuta a identificare le inefficienze e a ottimizzare i processi, fornendo insight preziosi che possono guidare l'innovazione e il miglioramento continuo.

**Motore di Reasoning Avanzato:** La piattaforma è dotata di un motore di reasoning che permette di eseguire workflow complessi senza la necessità di una programmazione esplicita. Questo livello di automazione avanzata consente alle aziende di rispondere rapidamente alle esigenze del mercato e di adattarsi con agilità ai cambiamenti.

In conclusione, l'introduzione dei modelli GPT in una piattaforma matura di Hyperautomation apre nuove frontiere nell'efficienza operativa e nella strategia decisionale. Con una piattaforma così potente, le organizzazioni possono non solo ottimizzare i processi esistenti ma anche scoprire nuove opportunità di business, mantenendo una posizione di leadership nel mercato dell'innovazione tecnologica.

## Un caso pratico di Hyperautomation con Microsoft nel settore degli Operatori Turistici

Vediamo come l'Hyperautomation può svolgere un ruolo strategico nel miglioramento dell'efficienza operativa e della qualità del servizio offerto alla clientela finale nel settore degli operatori del turismo, che sta vivendo una profonda trasformazione grazie alle nuove tecnologie.

In questo *use case* descriveremo la soluzione adottata da una realtà multinazionale leader nell'offerta di servizi e prodotti legati al settore del turismo, contribuendo all'esperienza dei viaggiatori e dei visitatori sia attraverso canali diretti B2C che attraverso intermediari B2C (i.e. operatori turistici, agenzie viaggio).

La soluzione Microsoft Power Platform, sfruttando la versatilità dei diversi strumenti messi a disposizione, sta giocando un ruolo fondamentale in questo contesto trasformativo, permettendo di gestire ed elaborare un'ampia gamma di informazioni e canali comunicativi (i.e. email, chiamate, interazioni su social media), fornendo insight commerciali personalizzati per target di clientela e automatizzando task operativi ripetitivi, generando così valore aggiunto per la forza vendita.

La soluzione proposta, sfruttando e integrando input provenienti da diverse fonti quali:

- informazioni provenienti dalle agenzie di viaggio/operatori (i.e. contenuti website, customer base, promozioni commerciali),
- interazioni con la potenziale clientela (i.e. Contact Center Call/Email, social network),
- valutazione delle performance e degli incentivi di vendita (tipologie di programmi, presenza a webinar ed eventi),
- altre tipologie di insight provenienti anche da fonti esterne e benchmark di settore (i.e. andamento delle attività turistiche su mercati locali),

fornisce alla forza vendita uno strumento in grado di:

- elaborare raccomandazioni per **future opportunità commerciali**,
- predisporre materiale di supporto per **migliorare la comunicazione** con la clientela attraverso vari canali, tra cui social media e siti web,
- sviluppare **materiale formativo** su argomenti specifici per supportare il processo di formazione personalizzata della forza vendita,
- raccomanda la **partecipazione a webinar e altri eventi**, calcolando i conseguenti incentivi per i singoli agenti di vendita,

- valutare la **qualità delle interazioni** tra agenzie a clienti finali ed il livello di soddisfazione dei clienti stessi rispetto alle proposte commerciali sulla base dell'analisi delle chiamate intercorse.

La soluzione, dunque, contribuisce in modo significativo sia al miglioramento dell'efficienza operativa sia alla predisposizione di insight "intelligenti" per la forza vendita basati su dati oggettivi, permettendo di massimizzare il potenziale commerciale per canale, perfezionare le strategie di comunicazione - rendendole sempre più specifiche e mirate - e, infine, migliorare le modalità di ingaggio della clientela e gli standard di servizio.

L'architettura della soluzione sopra descritta prevede l'utilizzo delle seguenti componenti tecnologiche della Power Platform:

- **Process Mining:** attraverso l'analisi dei processi realmente agiti dagli utenti sulla piattaforma CRM, delle modalità di interazione tra la forza vendita e gli intermediari, delle tempistiche di gestione delle azioni commerciali, è possibile identificare e prioritizzare le aree di miglioramento, quantificandone gli impatti operativi.
- **Power App:** la forza vendita è dotata di un'applicazione per pianificare le proprie visite agli intermediari attraverso l'integrazione con Outlook, gestire e tracciare le proprie attività operative, accedere in tempo reale a reporting degli incentivi con una user experience innovativa ed ottimizzata per mobile.
- **Power BI:** consente agli agenti di vendita di accedere a dashboard personalizzate, che mostrano in tempo reale le proprie performance e le opportunità commerciali.
- **Power Automate:** automatizza flussi di dati rilevanti provenienti dalla piattaforma CRM e da altri sistemi per l'integrazione e consolidamento all'interno di un unico database (Dataverse) per l'elaborazione del reporting e l'alimentazione di funzionalità specifiche Azure.
- **Azure Machine Learning e Text-to-Speech:** converte in formato testuale le chiamate ricevute al call center, per successiva applicazione di algoritmi (tramite funzionalità di machine learning) volti a valutare la qualità dell'interazione con la clientela.
- **Copilot:** integrato nella soluzione, permette di generare contenuti quali presentazioni *taylor made* per segmenti di clientela, *script* dinamici per la forza vendita per migliorare l'efficacia delle interazioni commerciali.

L'impatto di questa soluzione sarà, infine, monitorato attraverso la definizione e rilevazione di specifici KPI, con l'obiettivo di valutare sia l'effettivo ritorno dell'investimento sia spunti di miglioramento continuo.

## Conclusioni

Nell'era digitale che stiamo vivendo, l'Hyperautomation emerge come una forza trasformativa per promuovere l'innovazione, l'agilità e la crescita. Adottando questo approccio e sfruttando piattaforme come Microsoft Power Platform, le organizzazioni possono sbloccare nuove opportunità di ottimizzazione, innovazione e differenziazione competitiva.



Guardando al futuro, il potenziale per ulteriori sviluppi nell'Hyperautomation è immenso. Abbracciando l'Hyperautomation come imperativo strategico, le organizzazioni possono posizionarsi per un successo a lungo termine in un panorama di mercato sempre più competitivo.

## Protiviti e Microsoft

**Protiviti** integra le conoscenze di business e di processo con competenze tecnologiche e digitali per supportare i clienti nel comprendere i problemi e risolverli con l'aiuto delle tecnologie più avanzate. Grazie alla nostra capacità di dimostrare l'effettivo ritorno sull'investimento, possiamo accelerare i programmi di automazione intelligente, dando una visione più strategica del piano complessivo di trasformazione, aiutando a generare bisogni e priorità, e a scalare in modo incrementale i possibili *use case* legati all'uso delle tecnologie.

**Microsoft** crea piattaforme e strumenti basati sull'intelligenza artificiale per offrire soluzioni innovative che soddisfano le esigenze in continua evoluzione dei clienti. L'azienda si impegna a rendere l'IA disponibile su larga scala e a farlo in modo responsabile, con la missione di consentire a ogni persona e a ogni organizzazione del pianeta di ottenere di più.

**Protiviti e Microsoft** possono insieme accelerare la trasformazione digitale intelligente, sostenibile e scalabile.

## CONTATTI

### Emma Marcandalli

Protiviti  
Managing Director  
[emma.marcandalli@protiviti.it](mailto:emma.marcandalli@protiviti.it)

### Luca Risi

Protiviti  
Managing Director  
[luca.risi@protiviti.it](mailto:luca.risi@protiviti.it)

### Alfredo Raineri

Protiviti  
Director  
[alfredo.raineri@protiviti.it](mailto:alfredo.raineri@protiviti.it)

### Marco Castaldelli

Microsoft Italia  
Business Applications Solution Specialist  
[marco.castaldelli@microsoft.com](mailto:marco.castaldelli@microsoft.com)

### Pasquale Della Torca

Microsoft Italia  
Enterprise Sales Executive Business Application  
[pasquale.dellatorca@microsoft.com](mailto:pasquale.dellatorca@microsoft.com)