



## ANDREA VALLE

Enterprise Solutions Development Manager  
Adobe Systems South-West Europe

In Adobe Systems dal 1998, è Enterprise Solutions Development Manager Adobe Systems South-West Europe per le soluzioni e il mercato Enterprise. Nato a Milano nel 1964, coniugato con 4 figli. Studi in Ingegneria Elettronica Informatica presso il Politecnico di Milano. Dopo attività di insegnamento e come pubblicista nel settore informatico, matura una significativa esperienza tecnica nell'ambito delle arti grafiche, applicando le tecnologie informatiche alla progettazione di carte valori, packaging farmaceutico e sistemi anticounterfeiting. Diviene quindi responsabile della divisione che sviluppa soluzioni di Workflow collaborativo per l'interscambio, la revisione e l'approvazione a distanza di documenti digitali. Nel 1993 è tra i primi al mondo ad occuparsi del formato PDF sviluppato da Adobe. Grazie a questa esperienza entra in Adobe Systems Italia come Product Manager di Acrobat, ricoprendo poi altri ruoli nell'Area Commerciale, Tecnica e nel Business Development. Durante l'attività partecipa come relatore a innumerevoli seminari, convegni e manifestazioni pubbliche. Ha contribuito a sviluppare una cultura dell'innovazione sui temi del documento elettronico, della sicurezza informatica, degli Standard e dell'Accessibilità di tali tecnologie ai soggetti diversamente abili. È membro di diversi gruppi di lavoro di aziende e associazioni, tra cui OASIS, ETSI, Uninfo, ABI Lab, Clusit, Politecnico di Milano, Assinform, Assintel e Club TI.

## SEMPRE PIÙ SOCIAL E MOBILE ANCHE NELLE COMUNICAZIONI AZIENDALI

Il mercato sta cambiando rapidamente e in questa trasformazione sta avendo un grande peso la rapidissima penetrazione dei dispositivi mobile utilizzati dagli utenti per accedere al web. Oggi 1 giovane su 5 negli USA naviga su internet attraverso smartphone e dispositivi mobili; entro il 2013 si prevede che il numero dei dispositivi mobili connessi al web supererà quello attuale dei PC e nel 2014 più di 3 miliardi di adulti nel mondo effettuerà transazioni elettroniche online (Fonti: Pew, Forrester, Gartner). L'importanza crescente del mondo mobile spinge le aziende a integrare i canali social all'interno delle proprie strategie di comunicazione e marketing per raggiungere i consumatori e, secondo una stima di Gartner, il 70% dei responsabili aziendali lavorano in mobilità. La presenza dei brand sui social media necessita di particolare attenzione perché il 60% degli utenti li utilizza, reagendo positivamente se la gestione da parte dell'azienda è interattiva (55%).

In questa logica di multicanalità e lavoro anytime e anywhere, la centralità del consumatore rappresenta la chiave di volta per una comunicazione efficace e una relazione di successo. La customer experience è infatti secondo il 90% delle aziende un elemento critico per il business e secondo l'80% dovrebbe essere utilizzata come fattore competitivo (Fonte: Forrester Customer Experience Research). La sfida del mercato consiste quindi nel riuscire a sviluppare innovazione avendo come riferimento le esigenze e i bisogni del mercato e degli utilizzatori in modo da ridurre le barriere culturali e infrastrutturali e di facilitare l'adozione di nuovi strumenti. L'accesso pervasivo ai dati grazie a interfacce ricche e coinvolgenti e la connettività garantita da piattaforme web e mobile in grado di costruire applicazioni multicanale per acquisire, fornire e gestire i servizi verso i propri clienti permette di accrescere il business e il successo aziendale.



I brand che hanno una relazione con i consumatori di tipo multicanale devono adottare strumenti mobile e social all'avanguardia per soddisfare i livelli di esperienza personale desiderati. L'incorrere in un'esperienza negativa può influenzare la fedeltà al brand e generare un impatto negativo nei clienti sulla capacità delle imprese di supportare gli individui in caso di necessità. La customer experience per Adobe ha sempre rivestito un ruolo importante e nell'attuale scenario diventa ancora più centrale con nuove soluzioni di Customer Experience Management e applicazioni per il mondo mobile che permettono di usufruire dei servizi in modo autonomo e di servire al meglio i clienti.

Soddisfare le esigenze di una customer experience di successo garantisce ai clienti un'esperienza omogenea e contestuale sui diversi canali e dispositivi, in relazione alle preferenze dei singoli grazie a mobilità estesa per una migliore diffusione delle applicazioni su dispositivi molteplici, alla creazione di applicazioni internet ricche e alla collaborazione in tempo reale per consentire un'interazione mirata e personale.

Le imprese che sapranno sfruttare al meglio i nuovi canali digitali potranno elevare il livello dei flussi di comunicazione con i consumatori, ottimizzando i contenuti per i dispositivi mobili e le applicazioni attraverso i social media utilizzati dal proprio target con l'obiettivo di avere un rilevante ritorno sull'investimento e sul proprio business.