



Vi serve un motivo per fare innovazione? La nuova ricerca di Citrix ve ne regala milioni

La più recente ricerca mostra che l'adozione di nuove tecnologie e nuovi modi di lavorare hanno portato lo scorso anno un aumento delle entrate di \$678 miliardi di dollari in diversi settori di mercato

###

Milano 2 novembre, 2021 – “Innovazione” sarà la parola d'ordine per il futuro che ci aspetta e, se il passato ci ha insegnato qualcosa, possiamo aspettarci che sia un futuro luminoso. Secondo [The Era of Hyper Innovation](#) la nuova ricerca di [Citrix Systems, Inc.](#) (NASDAQ: CTXS), gli investimenti nelle nuove tecnologie e in modelli di lavoro flessibile lo scorso anno hanno portato a un aumento delle entrate pari a \$678 miliardi di dollari in diversi settori di mercato. E tutto fa pensare che il trend sia destinato a crescere.

“Se la pandemia ci ha insegnato qualcosa, è che l'innovazione può accadere ovunque,” ha detto Tim Minahan, Executive Vice President of Business Strategy di Citrix. “E se all'inizio ci poteva essere dello scetticismo, oggi i leader d'azienda riconoscono i vantaggi che il lavoro ibrido può portare e stanno cercando di adottare velocemente questo modello insieme a tool e processi che permettono ai dipendenti di creare e innovare ovunque si trovino.”

L'innovazione mette il turbo

Lavoro in presenza e Innovazione di successo sono sempre stati considerati sinonimi. Ma la tecnologia ha cambiato tutto.

- Quasi 9 su 10 leader d'azienda che hanno partecipato alla ricerca The Era of Hyper Innovation dicono che il rollout e l'adozione di nuovi strumenti di lavoro iniziati durante la pandemia hanno di gran lunga migliorato il modo in cui le persone e i team interagiscono.
- E l'80% si aspetta che la loro azienda viva un periodo di grande innovazione nei prossimi 12 mesi e generi più idee che mai come risultato.

Ripensare la collaborazione

In mancanza della possibilità di collaborare di persona, i dipendenti hanno trovato altri modi per connettersi tra loro, modalità che secondo gli intervistati stanno ampiamente migliorando la collaborazione tra persone e team e stanno generando più innovazione rispetto a prima.

- Il 93 % degli intervistati crede che la crescita della comunicazione digitale abbia permesso a più voci in tutta l'organizzazione di essere ascoltate e a un numero decisamente più grande di idee divenire allo scoperto.

- E l'80% dice che sono stati loro stessi a proporre nuove idee creative durante la pandemia perché hanno avuto più tempo per pensare.

Alimentare la crescita

Dove i tradizionali meccanismi come l'acquisizione di clienti, l'espansione in nuovi mercati e l'attività di marketing addizionale erano di solito i driver principali, le organizzazioni intervistate come parte de The Era of Hyper Innovation attribuiscono circa il 50% della loro crescita nell'ultimo anno finanziario all'innovazione, citando esplicitamente i driver che seguono:

- Adozione di nuove tecnologie: 16 %
- Nuovi prodotti e/o servizi: 14 %
- Nuovi modi di lavorare: 14 %
- Nuovi clienti/acquisizione di clienti: 12 %
- Espansione/nuovi mercati: 12 %
- Nuove attività di marketing: 11 %
- Nuove partnership: 10 %
- Fusioni e acquisizioni: 4 %

Per capitalizzare sul trend, i leader d'azienda stanno spostando il focus sui nuovi prodotti e servizi. Il 69% degli intervistati afferma di voler aumentare gli investimenti in R&D nei prossimi 12 mesi mentre il 28% manterrà i livelli attuali, solo il 3% ha intenzione di ridurre questo tipo di investimenti.

“L'innovazione non succede per caso,” ha detto Minhan. “Le aziende che mettono in grado i loro dipendenti di fare al meglio il loro lavoro, supportate dalla giusta tecnologia e dai modelli di lavoro più appropriati, possono beneficiare di essa nei modi in cui la nostra ricerca ha dimostrato.”