



Migliorare il valore del retail: **L'impatto dell'operatività intelligente**

L'ottimizzazione del flusso di lavoro ha portato a una crescita dei ricavi e a un miglioramento degli utili fino a 1,8 punti percentuali nell'ultimo anno



Introduzione

I retailer, dai grandi magazzini alle piattaforme di e-commerce, stanno investendo molto nell'ottimizzazione del flusso di lavoro e, di conseguenza, registrano maggiori ricavi, profitti e soddisfazione dei clienti. Per queste organizzazioni consolidate, l'operatività intelligente è fondamentale: investimenti mirati in tecnologie chiave, dai mobile computer all'intelligenza artificiale (IA) e al machine learning, li aiutano a ottenere visibilità in tempo reale sui loro flussi di lavoro, a generare informazioni fruibili da solidi processi di gestione dei dati e a ridurre inefficienze ed errori su larga scala.

Per comprendere in che modo i miglioramenti del flusso di lavoro si traducono in vantaggi finanziari, Oxford Economics e Zebra Technologies hanno intervistato 400 decisori del settore retail in tutto il mondo, applicando poi l'analisi econometrica alle loro risposte per misurare le prestazioni aziendali. La nostra ricerca si è concentrata su diversi flussi di lavoro chiave, tra cui la gestione dell'inventario, le operazioni di cassa, la gestione delle attività, l'evasione degli ordini e la prevenzione delle perdite, e ha riscontrato livelli significativi di progresso e rendimento.

L'operatività intelligente integra tecnologie avanzate come l'intelligenza artificiale, l'automazione e i dati con le competenze umane per ottimizzare i processi aziendali.

I retailer che si sono concentrati sul miglioramento della gestione dell'inventario, un'area di particolare importanza per il settore, hanno riportato, in media, un impatto maggiore sia sui ricavi sia sulla redditività nell'ultimo anno rispetto a quelli che non lo hanno fatto, inclusa una crescita dei ricavi superiore di 1,8 punti percentuali e una redditività più alta di 1,5 punti percentuali.¹

Il nostro rapporto analizza approfonditamente due flussi di lavoro che necessitano di miglioramenti: la gestione dell'inventario e la prevenzione delle perdite. Le interviste approfondite con i leader del settore mostrano chiaramente che i benefici delle operazioni intelligenti non si limitano a un singolo flusso di lavoro o a una singola organizzazione: questi vantaggi generano infatti un valore significativo per l'intera filiera del retail, un sistema complesso e interdipendente che comprende produzione, trasporto e logistica, e le organizzazioni retail, tutte impegnate a collaborare per soddisfare la domanda dei clienti in termini di prodotti di alta qualità e servizi tempestivi.

Infatti, le organizzazioni della catena di fornitura del retail che hanno segnalato miglioramenti significativi del flusso di lavoro hanno registrato, in media, una crescita del fatturato superiore di 2 punti percentuali e una redditività superiore di 1,7 punti percentuali rispetto ai loro pari nell'ultimo anno.



1. Le differenze in punti percentuali mostrano il divario medio nella crescita dei ricavi e nella redditività tra le organizzazioni che hanno apportato miglioramenti significativi alla gestione dell'inventario e quelle che non lo hanno fatto, in base alla nostra analisi dei dati del sondaggio.

I retailer cercano modi per ottimizzare i flussi di lavoro

L'esperienza del cliente è il principio organizzativo attorno al quale i retailer concentrano altri obiettivi aziendali e decisioni operative, tra cui gli investimenti nelle tecnologie di automazione. "L'automazione non è l'obiettivo finale, ma un mezzo per raggiungere un fine", afferma un direttore della strategia e delle operation di una piattaforma di e-commerce e di vendita di generi alimentari con sede in India. "La implementiamo con attenzione per migliorare la nostra missione principale: fornire i prodotti giusti al cliente in modo rapido e affidabile, aumentando così la soddisfazione complessiva del cliente".

L'utilizzo della tecnologia è una priorità evidente per i retailer secondo il nostro sondaggio. Dichiarano di destinare in media il 69% dei loro budget IT a dispositivi, software e altre tecnologie utilizzate per automatizzare i flussi di lavoro. Tuttavia, l'automazione del flusso di lavoro assume significati diversi per organizzazioni diverse. Quasi la metà la definisce come l'impiego di tecnologie digitali per semplificare i flussi di lavoro ed eliminare le attività manuali, mentre il 41% sottolinea l'uso combinato di dispositivi e software per migliorare la produttività e l'efficienza. Solo il 5% considera l'automazione principalmente come l'uso di analisi avanzate e intelligenza artificiale/machine learning per ottimizzare il processo decisionale e le prestazioni operative.

Questa varietà di definizioni può essere ricondotta al fatto che i sistemi di gestione dei dati nel settore retail sono ancora poco sviluppati: quasi due terzi affermano che l'analisi dei dati viene eseguita solo in aree specifiche o rimane limitata e isolata. Circa un terzo segnala invece funzionalità più avanzate, come processi automatizzati per la gestione dei dati in più funzioni aziendali o l'uso dell'intelligenza artificiale per ottenere informazioni a livello di organizzazione.

Migliorare i processi di gestione dei dati è un passo fondamentale per ottimizzare i flussi di lavoro e raggiungere gli obiettivi aziendali nei prossimi tre anni. Oltre a migliorare l'esperienza e la soddisfazione del cliente, citate da circa la metà come una delle principali priorità aziendali, i retailer si stanno concentrando sull'accuratezza e sulla gestione dell'inventario, sulla qualità dei prodotti e dei servizi, nonché sull'efficienza operativa e sulla produttività.

La resistenza dei dipendenti a nuovi metodi di lavoro, la carenza di competenze e gli elevati costi di formazione sono tra i principali ostacoli nel settore al miglioramento dei flussi di lavoro, ma investire in strumenti che rendano i processi più intelligenti può contribuire a ridurre alcune di queste sfide per la forza lavoro. "I dipendenti stanno riconoscendo sempre di più come gli strumenti di automazione li aiutino a lavorare in modo più intelligente, ad aumentare la produttività e a sfruttare nuove dimensioni del loro potenziale", afferma il direttore della strategia e delle operazioni della piattaforma di e-commerce e di vendita di generi alimentari.



Fig. 1: nei prossimi tre anni, i retailer daranno priorità al servizio clienti e all'accuratezza dell'inventario

D. Quali dei tre seguenti obiettivi aziendali rappresentano le tue massime priorità per i prossimi tre anni? Sono mostrate le prime cinque risposte.



L'operatività intelligente migliora i risultati aziendali

La maggior parte dei retailer afferma di aver apportato miglioramenti significativi alla gestione dell'inventario e alle operazioni di punto vendita e di cassa negli ultimi due anni, citando una serie di vantaggi, dalla maggiore velocità alla riduzione degli errori. Tuttavia, alcuni flussi di lavoro, come la prevenzione delle perdite, la gestione delle attività dei dipendenti, l'evasione degli ordini e l'integrazione omnicanale, continuano a rappresentare una sfida per oltre la metà dei retailer.

Le organizzazioni di retail che non hanno ancora apportato miglioramenti significativi ai propri flussi di lavoro hanno grandi opportunità davanti a sé. Investire in tecnologie chiave, dai lettori RFID e mobile computer ai software di previsione e sensori intelligenti, può aumentare l'efficienza operativa, migliorare l'esperienza del cliente e incrementare la crescita dei ricavi e della redditività. I retailer intervistati che hanno ottimizzato in modo significativo i propri flussi di lavoro negli ultimi due anni hanno registrato, in media, un miglioramento del 21% nella soddisfazione dei clienti durante tale periodo.

+21%

Aumento medio nella soddisfazione del cliente per i retailer che implementano miglioramenti del flusso di lavoro

Miglioramenti del flusso di lavoro su larga scala: cosa potrebbero significare per i principali 20 retailer

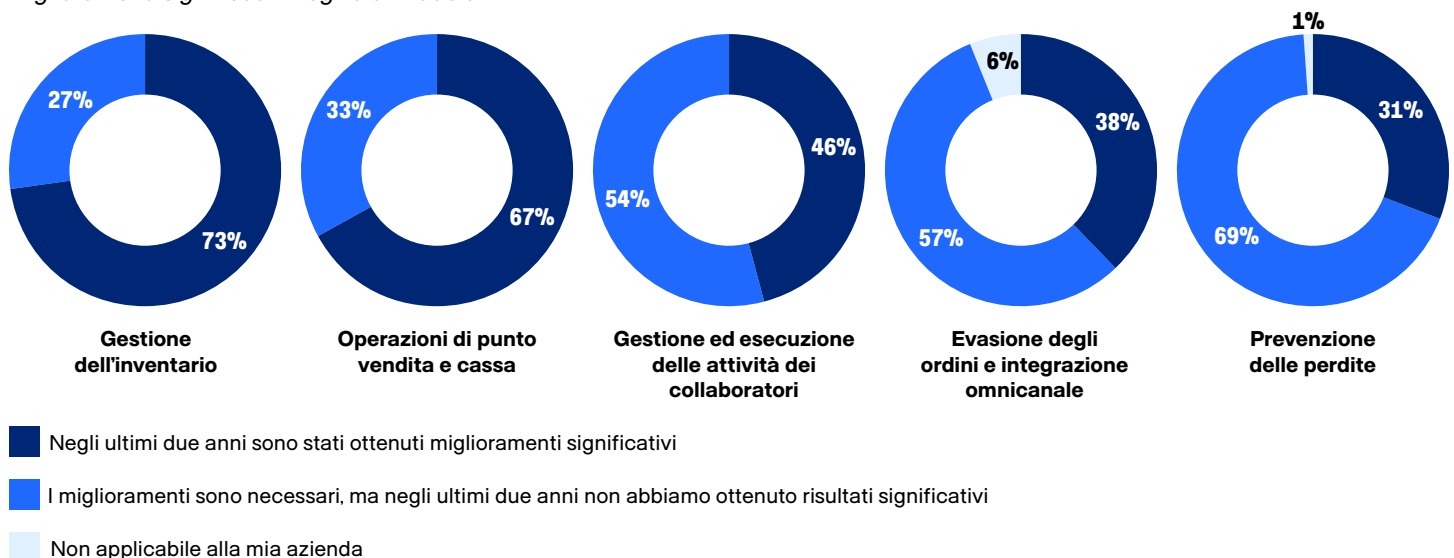
Se i principali 20 retailer nell'elenco Forbes Global 2000, che complessivamente hanno generato 3,6 trilioni di dollari di fatturato nel 2024, riuscissero a ottenere miglioramenti significativi nei loro flussi di lavoro, potrebbero potenzialmente registrare un aumento complessivo di 65,9 miliardi di dollari di fatturato e 2,3 miliardi di dollari di profitti.²

Ciò si traduce in una media di 3,0 miliardi di dollari di fatturato in più (un incremento dell'1,8%) e 110 milioni di dollari di profitto aggiuntivo per retailer.

Queste stime si basano sui modelli osservati nel nostro sondaggio, che ha coinvolto retailer di tutte le dimensioni. I risultati sono stati applicati ai principali 20 retailer nell'elenco Forbes Global 2000 e presuppongono che sussistano relazioni simili. Sebbene queste cifre non siano predittive o causali, forniscono un'indicazione utile della potenziale portata dei benefici per i principali retailer.

Fig. 2: la gestione dell'inventario sta migliorando, mentre la prevenzione delle perdite rimane un punto dolente

D. Per ogni flusso di lavoro che si applica alla tua organizzazione, indica se è necessario un miglioramento o se ha già registrato miglioramenti significativi negli ultimi due anni.



Nota: le percentuali potrebbero non totalizzare il 100% a causa dell'arrotondamento

2. Abbiamo preso in considerazione le prime 20 aziende dei seguenti settori, elencate nella classifica Forbes Global 2000: commercio al dettaglio e all'ingrosso, Retailing, Mercati alimentari e Hotel, ristoranti e tempo libero.

Questa selezione si è basata sulla classifica del 2025. Forbes. "Global 2000: The World's Largest Public Companies". Forbes, 10 luglio 2025. <https://www.forbes.com/lists/global2000/>.

Approfondimento: l'ottimizzazione della gestione dell'inventario migliora l'accuratezza e l'efficienza

La gestione dell'inventario è una delle principali priorità aziendali per il 39% dei retailer, sebbene nel complesso i retailer continuano a riscontrare miglioramenti in questo ambito. Le organizzazioni che hanno realizzato cambiamenti significativi negli ultimi due anni hanno maggiori probabilità di osservare una maggiore accuratezza dell'inventario (68%), una riduzione del tempo dedicato alla gestione dell'inventario (47%) e una migliore accuratezza delle previsioni (44%): vantaggi che in ultima analisi sostengono il loro impegno verso l'eccellenza nel servizio clienti.

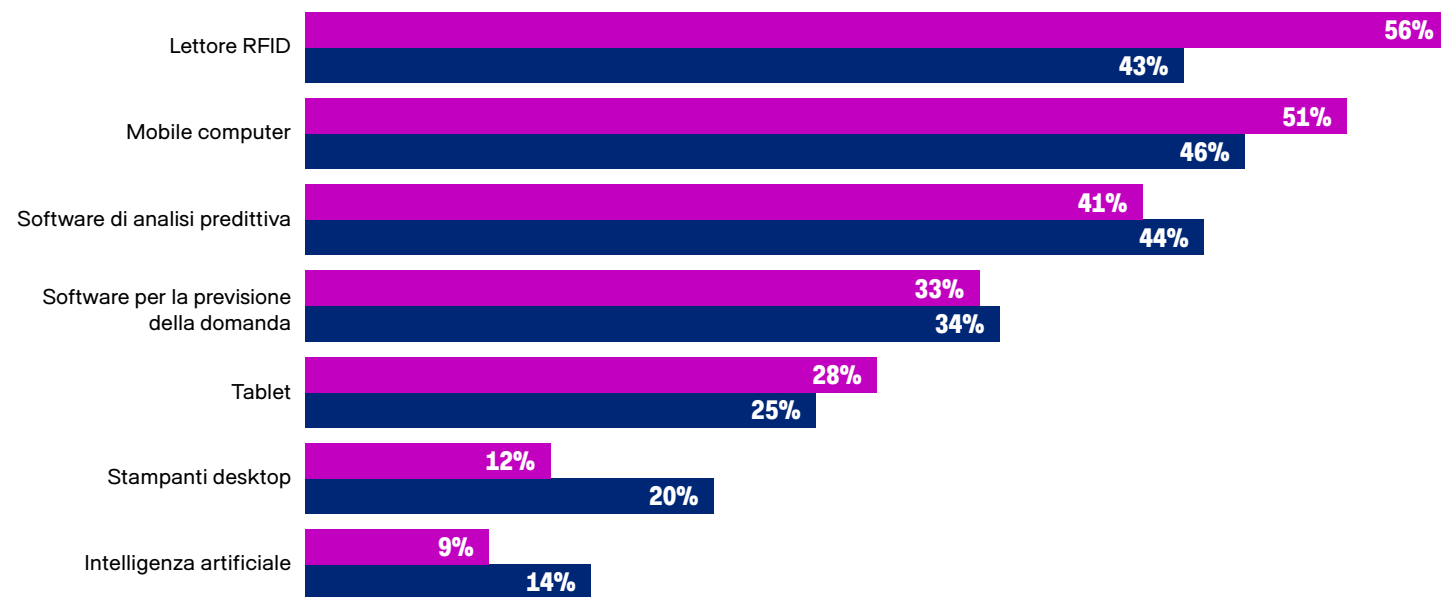
I retailer si sono affidati a una serie di tecnologie per ottimizzare la gestione dell'inventario, ma i mobile computer, i software di analisi predittiva e i lettori RFID si sono distinti come i più importanti. Anche coloro che sono ancora alla ricerca di un modo per migliorare la gestione dell'inventario stanno puntando sui dispositivi mobili, in particolare sui lettori RFID, e sull'analisi predittiva. Oltre ad aumentare l'accuratezza e migliorare l'esperienza del cliente, queste tecnologie favoriscono una collaborazione interna più solida, consentendo la condivisione dei dati e il processo decisionale in tempo reale. Sono questi strumenti a differenziare i principali retailer dagli altri.

Un direttore degli acquisti e della supply chain di un importante retailer statunitense afferma che la sua organizzazione ha compiuto notevoli sforzi per aggiornare i propri sistemi software di gestione dell'inventario e per mettere a disposizione dei lavoratori i dispositivi nei suoi centri di distribuzione. "Non conosco nessuna struttura in cui i dipendenti non abbiano un tablet o un dispositivo per controllare i livelli di inventario e monitorare il flusso dei processi", afferma. "La cosa migliore che ci sia capitata, oltre all'aggiornamento dei sistemi software, è che abbiamo potenziato la tecnologia e l'abbiamo messa direttamente nelle mani dei collaboratori e dei dipendenti nelle strutture". Questo passo verso l'operatività intelligente ha aiutato il retailer a mantenere livelli di inventario equilibrati.

I retailer che hanno migliorato la gestione dell'inventario hanno registrato, in media, una crescita del fatturato superiore di 1,8 punti percentuali e una redditività superiore di 1,5 punti percentuali nell'ultimo anno rispetto a quelli che non hanno apportato miglioramenti significativi in questo ambito. Per la tipica organizzazione di retail rappresentata nel nostro sondaggio (vedere metodologia e dati demografici a pagina 10), ciò si traduce in un potenziale aumento di 53,8 milioni di dollari nei ricavi e 3,5 milioni di dollari in profitti più elevati.

Fig. 3: i mobile computer e il software predittivo sono fondamentali per la gestione dell'inventario

*D. Quali delle seguenti tecnologie sono o sono state le più importanti per ottenere miglioramenti nel flusso di lavoro di **gestione dell'inventario** della tua azienda? Seleziona due o più opzioni.*



■ Tecnologie necessarie alle aziende che devono ancora migliorare la gestione dell'inventario

■ Tecnologie utilizzate dalle aziende che registrano miglioramenti significativi nella gestione dell'inventario negli ultimi due anni

Approfondimento: ottimizzare la prevenzione delle perdite è fondamentale per ridurre gli ammanchi, minimizzare le frodi e migliorare l'esperienza dei collaboratori

La prevenzione delle perdite è considerata una delle principali preoccupazioni per circa due terzi dei retailer, la maggior parte dei quali è alla ricerca di modi per ridurre ammanchi, sprechi e perdite (64%), minimizzare le frodi (50%), migliorare l'esperienza del cliente (40%) e ampliare la propria visione delle perdite di prodotto (37%). Entrambi i direttori del settore retail da noi intervistati sono alla ricerca di modi per ottimizzare la riduzione delle perdite nelle loro organizzazioni.

Per migliorare la prevenzione delle perdite, i retailer affermano che trarrebbero i maggiori benefici dall'integrazione di tecnologie come scaffalature e sensori intelligenti, lettori RFID e persino l'intelligenza artificiale, un'opzione molto più popolare tra i retailer che apportano questi miglioramenti oggi rispetto a due anni fa.

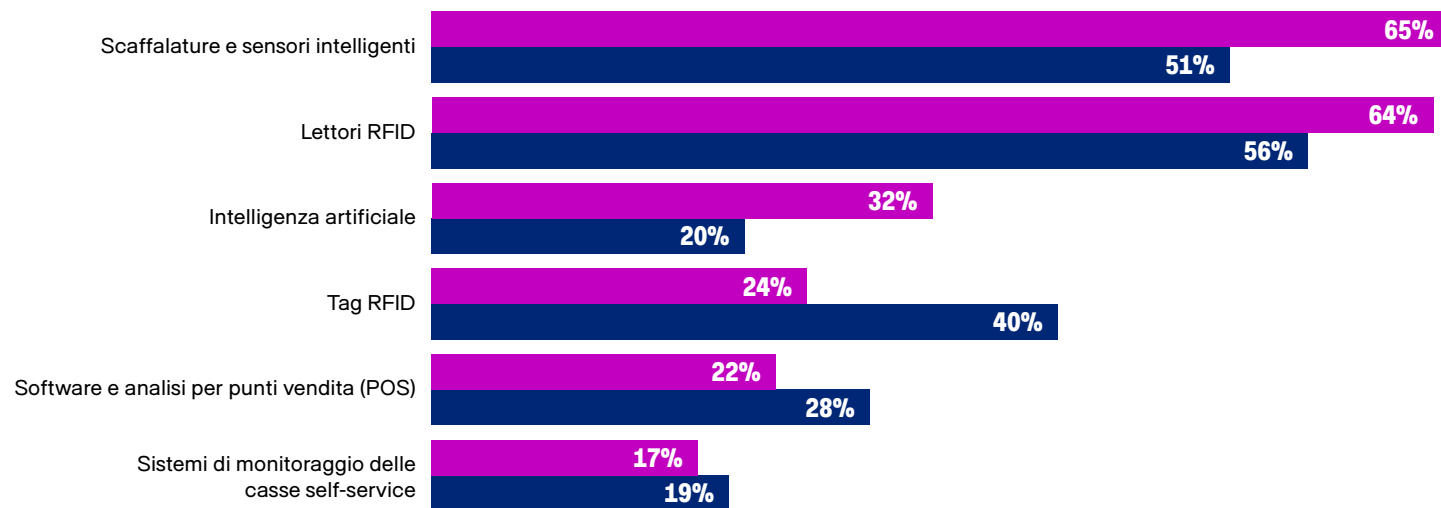
I retailer che hanno migliorato la prevenzione delle perdite hanno segnalato, in media, una crescita del fatturato superiore di 1,2 punti percentuali nell'ultimo anno rispetto a quelli che non hanno apportato miglioramenti significativi in questo ambito.

Per la tipica organizzazione di retail rappresentata nel nostro sondaggio (vedere metodologia e dati demografici a pagina 10), ciò si traduce in un potenziale aumento dei ricavi di 35,1 milioni di dollari.

Questi retailer hanno investito in tecnologie quali scaffalature e sensori intelligenti, sensori e tag RFID, software e analisi per punti vendita, ottenendo risultati che le loro controparti fanno ancora fatica a raggiungere. Ad esempio, il 57% dei retailer che hanno migliorato i flussi di lavoro per la prevenzione delle perdite affermano di aver ridotto ammanchi, sprechi e perdite; il 43% ha ridotto al minimo le frodi; il 33% ha migliorato l'esperienza dei collaboratori e il 24% ha ampliato la propria visione delle perdite di prodotto.

Fig. 4: i sensori e le tecnologie RFID sono fondamentali per la prevenzione delle perdite, ma l'intelligenza artificiale sta guadagnando terreno

*D. Quali delle seguenti tecnologie sono o sono state le più importanti per ottenere miglioramenti nel flusso di lavoro **di prevenzione delle perdite** della tua azienda? Seleziona due o più opzioni.*



■ Tecnologie necessarie alle aziende che devono ancora migliorare la prevenzione delle perdite

■ Tecnologie utilizzate dalle aziende che registrano miglioramenti significativi nella prevenzione delle perdite negli ultimi due anni

I grandi retailer stanno sfruttando le loro dimensioni

L'approccio di un'organizzazione al miglioramento dei flussi di lavoro è strettamente legato alle risorse a sua disposizione. Nel nostro sondaggio, i retailer molto grandi erano più propensi ad affermare di aver migliorato aspetti quali la gestione dell'inventario e le operazioni di punto vendita e di cassa rispetto alle loro controparti di grandi e medie dimensioni. Tuttavia, devono ancora confrontarsi con problemi in altri flussi di lavoro, come la gestione delle attività dei collaboratori e la prevenzione delle perdite.

Abbiamo definito le categorie come:

- **Retailer molto grandi:** 10 miliardi di dollari o più di fatturato
- **Retailer grandi:** da 1 a 9,9 miliardi di dollari di fatturato
- **Retailer di medie dimensioni:** da 100 milioni a 999,9 milioni di dollari di fatturato

I retailer di tutte le dimensioni affermano di avere difficoltà ad aggiornare o integrare le tecnologie preesistenti, ma questo problema potrebbe essere più evidente per le organizzazioni consolidate. "Il nostro punto debole è che abbiamo molti sistemi obsoleti", afferma il direttore della Supply Chain del principale retailer statunitense. "Alcuni di questi li abbiamo dovuti sostituire per poter lavorare, altri invece li abbiamo dovuti adattare alla meglio". Poco più di un quarto dei retailer grandi e molto grandi afferma che i sistemi preesistenti rappresentano uno dei tre principali ostacoli al miglioramento dei flussi di lavoro, rispetto a circa un quinto dei retailer di medie dimensioni.

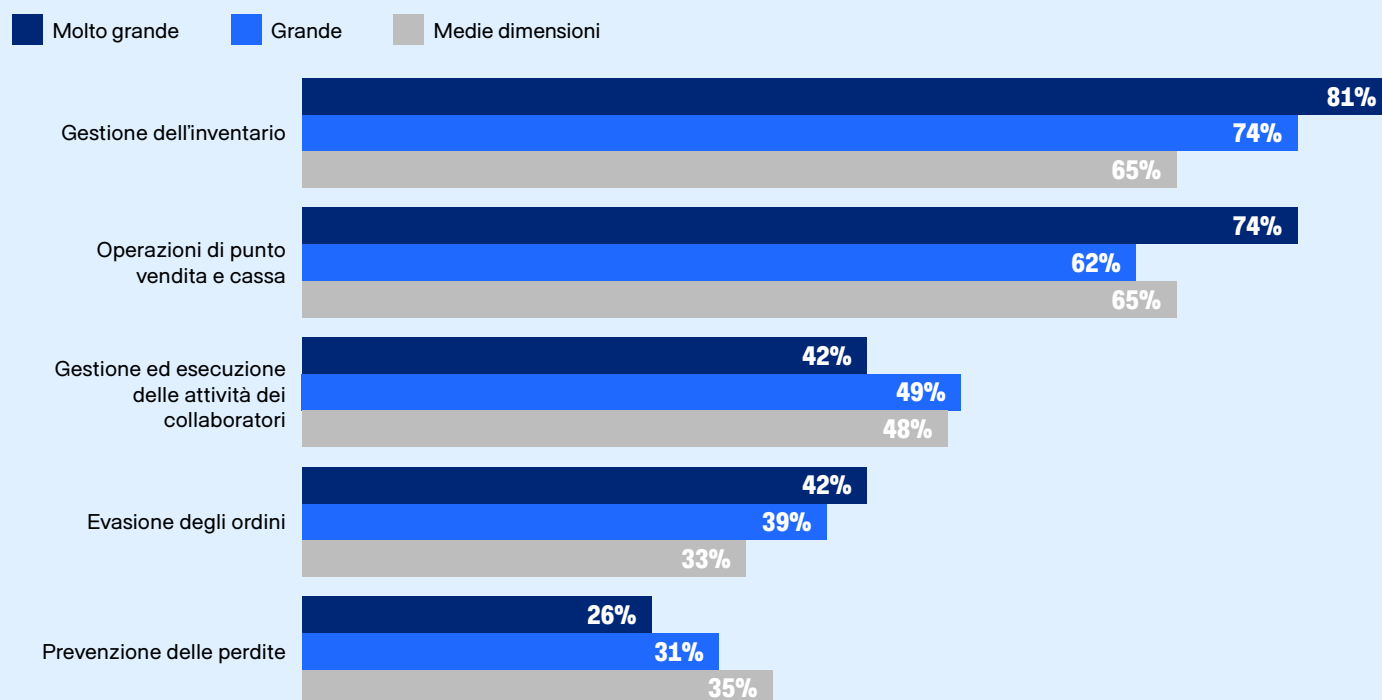
I retailer più grandi potrebbero disporre delle risorse necessarie per effettuare investimenti e aggiornamenti tecnologici significativi, ma le incertezze relative al ritorno sull'investimento (ROI) possono ostacolare i progressi. Secondo un direttore operativo di un'azienda logistica globale: "Tutti vogliono parlarne, ma quando si tratta di metterci la faccia o di spendere il proprio capitale politico all'interno dell'organizzazione per un acquisto multimilionario, e c'è la preoccupazione che possa non funzionare o che possa essere difficile, è lì che di solito le cose si complicano".

Indipendentemente dalle loro dimensioni, i retailer dovranno dimostrare di avere un percorso chiaro per ottenere ritorni finanziari da qualsiasi investimento tecnologico. "Se non riesci a pianificarlo, probabilmente non otterrai i fondi per realizzarlo", afferma il direttore operativo dell'azienda di logistica.

Questi investimenti possono fare la differenza tra processi intelligenti che migliorano i risultati aziendali e quelli che non raggiungono gli obiettivi prefissati. Ad esempio, rispetto ai retailer di medie dimensioni, i retailer grandi e molto grandi, che hanno migliorato la gestione dell'inventario, hanno affermato di aver investito con maggiore probabilità in software per la previsione della domanda, software di analisi predittiva e mobile computer. Il vantaggio è evidente: erano più propensi a dichiarare di aver aumentato l'accuratezza dell'inventario e delle previsioni e di aver ridotto il tempo dedicato alla gestione dell'inventario. Anche i retailer grandi e molto grandi stanno sperimentando e utilizzando l'intelligenza artificiale per l'ottimizzazione dell'inventario e la previsione della domanda con una frequenza maggiore rispetto ai retailer di medie dimensioni.

Fig. 5: i retailer di grandi dimensioni sono più avanti degli altri nel migliorare la gestione dell'inventario e le operazioni nel punto vendita

D. Per ogni flusso di lavoro che si applica alla tua organizzazione, indica se è necessario un miglioramento o se ha già registrato miglioramenti significativi negli ultimi due anni. "Negli ultimi due anni sono stati ottenuti miglioramenti significativi", risposte suddivise per dimensione dell'organizzazione.



Progressi nell'implementazione dell'IA

Il rapido avanzamento dell'IA dovrebbe supportare le organizzazioni che stanno appena iniziando a migliorare i flussi di lavoro chiave, soprattutto man mano che questi strumenti e tecnologie diventano più ampiamente accessibili.

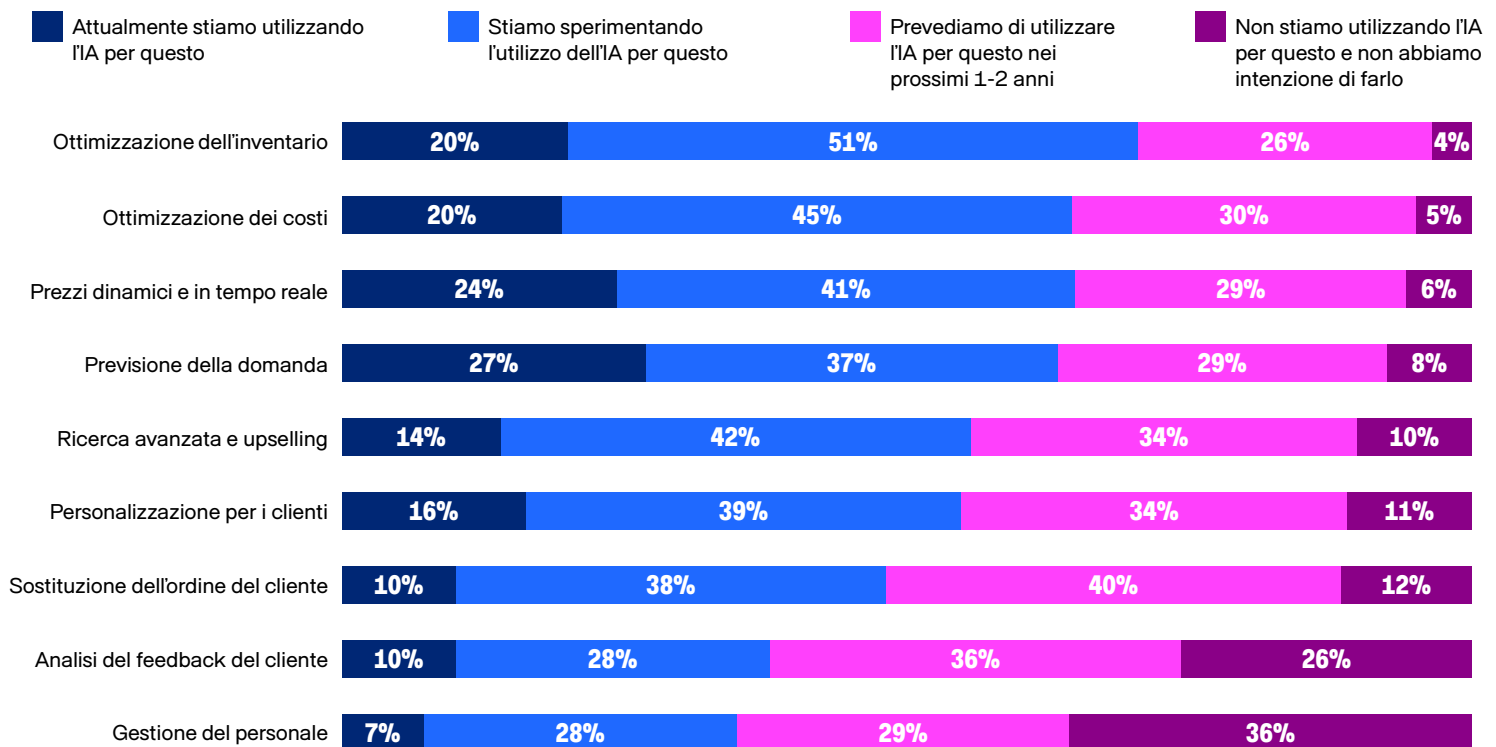
Quando il grande retailer statunitense che abbiamo intervistato ha aggiornato il proprio software e la propria tecnologia per la gestione dell'inventario, un miglioramento che ha aiutato l'azienda a gestire i livelli di inventario durante la pandemia, l'IA non era ancora diffusa come lo è oggi. "Dovevamo capire come aumentare l'accuratezza e migliorare le nostre previsioni e quantità di inventario", afferma il direttore della supply chain del retailer. "Ora stiamo testando l'automazione basata sull'IA e realizzandone dei prototipi in alcune strutture per scoprire se può aiutarci, e i nostri ingegneri ci stanno lavorando per vedere se porta a miglioramenti maggiori rispetto a quelli attuali".

In effetti, la maggior parte delle organizzazioni di retail afferma di utilizzare o testare l'IA in una vasta gamma di flussi di lavoro, dall'ottimizzazione dei costi alla previsione della domanda. Circa la metà afferma che sono in corso progetti pilota di intelligenza artificiale per l'ottimizzazione dell'inventario, un investimento fondamentale per affrontare la prevenzione delle perdite e il rilevamento dei rischi.

Per sfruttare al meglio le implementazioni dell'IA, i retailer dovranno investire nei processi di accesso, gestione e analisi dei dati: un passo fondamentale verso l'operatività intelligente. Il direttore della supply chain nel settore retail a volte incontra difficoltà ad accedere ai dati di cui ha bisogno per gestire le operazioni in modo più efficiente. Ma l'integrazione dei dati non è sufficiente: i dati devono anche essere aggiornati. Osserva che le organizzazioni lungo tutta la supply chain devono adottare processi più intelligenti di condivisione e gestione dei dati per poter trarre vantaggio dall'analisi basata sull'IA nelle loro reti. "Posso essere molto più efficace nel mio ruolo se posso semplicemente cercare un'informazione invece di dover ottenere un report da un acquirente di merci o da uno sviluppatore", afferma. "Si tratta di molte telefonate".

Fig. 6: i retailer stanno sfruttando l'IA per ottimizzare una serie di flussi di lavoro

D. In che misura la tua organizzazione utilizza l'IA per i seguenti flussi di lavoro?



Nota: le percentuali potrebbero non totalizzare il 100% a causa dell'arrotondamento

Conclusione

I retailer che adottano l'operatività intelligente dovrebbero migliorare l'esperienza dei clienti, semplificare l'efficienza del flusso di lavoro e aumentare la soddisfazione dei dipendenti, determinando in definitiva miglioramenti sostanziali sia nella crescita dei ricavi che nella redditività.

Ogni retailer ha l'opportunità di rinnovare flussi di lavoro obsoleti e inefficienti, continuando al contempo a migliorare l'efficienza dei processi già migliorati. I retailer intervistati hanno compiuto progressi significativi nell'ottimizzazione dei flussi di lavoro chiave negli ultimi due anni, in particolare nella gestione dell'inventario, ma sono consapevoli che questo lavoro è in corso; l'accuratezza e la gestione dell'inventario, ad esempio, rimangono una delle massime priorità aziendali. Nel frattempo, alcuni ambiti aziendali, come la prevenzione delle perdite, pongono sfide continue alla maggior parte dei retailer.

Ecco alcuni dei punti chiave emersi dalla nostra analisi d'impatto e dalle interviste approfondite:

- **Sistemi di dati robusti sono fondamentali per investimenti tecnologici di successo.** I retailer che desiderano aggiornare i propri sistemi preesistenti o investire in tecnologie avanzate come l'intelligenza artificiale dovranno assicurarsi che i processi di gestione dei dati siano ben definiti e integrati in tutta la loro attività. Questo è fondamentale per ottenere informazioni connesse e in tempo reale e migliorare il processo decisionale basato sui dati.

- **L'operatività intelligente è supportata da una combinazione di dispositivi e soluzioni software.** I retailer che sfruttano una serie di strumenti quali lettori e tag RFID, computer portatili e tablet, intelligenza artificiale e software di analisi e previsione sono in una posizione migliore per ridurre al minimo gli errori, ottenere visibilità sui propri flussi di lavoro e prendere decisioni aziendali migliori.

- **Avviare oggi percorsi di ottimizzazione del flusso di lavoro significa assicurarsi i vantaggi dall'efficienza offerta dall'intelligenza artificiale.** La maggior parte dei retailer sta già sperimentando o utilizzando l'intelligenza artificiale per migliorare attività e flussi di lavoro chiave. Man mano che la tecnologia continua a svilupparsi, i retailer possono sfruttarla per analisi avanzate e operazioni più snelle.

Metodologia e dati demografici: raggiungere le aziende di retail

In collaborazione con Zebra Technologies, Oxford Economics ha intervistato 1.000 dirigenti senior provenienti dai settori manifatturiero, retail, dei trasporti e della logistica per comprendere in che modo le organizzazioni utilizzano le tecnologie hardware e software per migliorare i flussi di lavoro.

Il campione comprende **400** intervistati del settore retail, tra cui grande distribuzione, grandi magazzini e negozi specializzati, supermercati e negozi di e-commerce. Le dimensioni delle organizzazioni variano: il 30% dei retailer intervistati dichiara un fatturato annuo compreso tra 100 e 499,9 milioni di dollari nell'ultimo anno fiscale, mentre il 70% dichiara un fatturato di 500 milioni di dollari o più.

Il sondaggio è stato condotto da aprile a maggio 2025, rivolgendosi ai retailer di Stati Uniti, Messico, Regno Unito, Germania, India, Giappone, Australia e Nuova Zelanda, tutti responsabili o coinvolti nelle decisioni relative al miglioramento delle attività operative e dei flussi di lavoro. Gli intervistati ricoprono posizioni a livello manageriale o superiore, sia in ambito IT che in ruoli aziendali.

Per contestualizzare i risultati del nostro sondaggio, abbiamo condotto interviste approfondite con dirigenti del settore retail che hanno condiviso le proprie esperienze nell'ottimizzazione dei flussi di lavoro nelle loro organizzazioni.

Oxford Economics ha quindi analizzato in che modo i miglioramenti segnalati nei risultati aziendali, come la crescita dei ricavi e la redditività, siano correlati ai progressi nei processi di flusso di lavoro. Utilizzando l'analisi di regressione, abbiamo identificato in che misura specifici tipi di miglioramenti nel flusso di lavoro siano associati a migliori prestazioni aziendali, tenendo conto di fattori quali le dimensioni dell'organizzazione, il settore industriale e il Paese in cui opera.

I valori in dollari sono stime basate sull'organizzazione "tipica" del nostro campione, ovvero un'organizzazione le cui dimensioni e prestazioni si avvicinano alla media dell'intervallo riportato dagli intervistati (ovvero la mediana). Le differenze percentuali medie individuate nella nostra analisi vengono applicate a questa tipica organizzazione per stimare i potenziali benefici indicativi in termini di ricavi e redditività associati ai miglioramenti del flusso di lavoro.

Sebbene le tecniche di regressione aiutino a isolare queste associazioni, i risultati non devono essere interpretati come prova di causalità. Piuttosto, illustrano i potenziali benefici basati su modelli riscontrati nei dati. Inoltre, i risultati riflettono le risposte fornite dai partecipanti al sondaggio e non devono essere generalizzati oltre le organizzazioni simili al tipico intervistato nel nostro campione.

I dati nella barra laterale intitolata "Miglioramenti del flusso di lavoro su larga scala: cosa potrebbero significare per i principali 20 retailer" sono stime illustrative basate sui risultati del nostro sondaggio. Abbiamo applicato le differenze percentuali medie nei miglioramenti di ricavi e profitti, riportate dalle organizzazioni che hanno riscontrato miglioramenti significativi nel flusso di lavoro, ai dati più recenti su ricavi e profitti dei principali 20 retailer nelle categorie industriali pertinenti della classifica Forbes Global 2000.³ Questo approccio fornisce una stima semplificata del potenziale miglioramento finanziario che questi importanti retailer potrebbero ottenere se raggiungessero risultati paragonabili a quelli osservati nel nostro sondaggio. Queste cifre non hanno valore predittivo e non devono essere interpretate come prova di causalità.

3. Abbiamo preso in considerazione le prime 20 aziende dei seguenti settori, elencate nella classifica Forbes Global 2000: commercio al dettaglio e all'ingrosso, Retailing, Mercati alimentari e Hotel, ristoranti e tempo libero. Questa selezione si è basata sulla classifica del 2025. Forbes. "Global 2000: The World's Largest Public Companies". Forbes, 10 luglio 2025. <https://www.forbes.com/lists/global2000/>.

Informazioni su Oxford Economics

Oxford Economics è specializzata in leadership di pensiero basata su dati concreti, previsioni e analisi dell'impatto economico. I nostri economisti utilizzano modelli analitici sofisticati e hanno accesso a un ricco database di dati, previsioni e analisi su 200 Paesi, 100 settori industriali e 8.000 città e regioni. Con sede a Oxford e uffici in tutto il mondo, impieghiamo oltre 600 persone, tra cui oltre 400 economisti, esperti del settore ed editori economici. Il rigore delle nostre analisi, l'elevata competenza del personale e i modelli economici globali e gli strumenti analitici di prim'ordine ci rendono una risorsa di fiducia per oltre 2.500 aziende, istituti finanziari, organizzazioni governative, società di servizi professionali e università. Per maggiori informazioni, visita www.oxfordeconomics.com.



Informazioni su Zebra Technologies

Noi di Zebra forniamo la base per un'operatività intelligente con una gamma pluripremiata di soluzioni di automazione, visibilità delle risorse e connected frontline. Con attività in oltre 100 Paesi, aiutiamo le organizzazioni, tra cui oltre l'80% delle aziende Fortune 500, a rispondere più rapidamente ai cambiamenti, migliorare la produttività e fornire ai team informazioni in tempo reale. Insieme ai nostri partner creiamo nuovi modi di lavorare che migliorano la vita quotidiana. Maggiori informazioni [su zebra.com](http://su.zebra.com).



“ Il retail sta vivendo una nuova definizione dei flussi di lavoro, dove velocità, visibilità e precisione plasmano, in modo discreto ma decisivo, i marchi leader. Queste dinamiche dietro le quinte stimolano la crescita, alimentano la redditività e definiscono l'esperienza dell'acquirente. L'operatività intelligente riunisce tutti gli elementi, semplificando la complessità e migliorando le prestazioni in ogni interazione. ”

—Joe White, Direttore Prodotti e soluzioni, Zebra Technologies



©2025 Zebra Technologies Corporation e Oxford Economics

Il marchio Zebra e il relativo logo sono marchi commerciali di Zebra Technologies Corporation, registrati in molte giurisdizioni del mondo. Tutti gli altri marchi commerciali sono di proprietà dei rispettivi titolari. ©2025 Zebra Technologies Corporation e Oxford Economics. 20. 10. 2025