



5G: nuovi scenari, nuove sfide competitive

Il 5G porterà efficienza di rete in termini di capacità di trasporto e di interconnessione. Le sperimentazioni sono in corso e le prime stime ci dicono che i ritorni potrebbero essere davvero significativi superando, su scala mondiale, i 200 miliardi di dollari al 2025. Ecco come non mancare questa grande occasione.

Il 5G non è una evoluzione delle attuali reti cellulari, ma una nuova tecnologia che abilita nuovi servizi ed assicura continuità di *user experience* nelle situazioni più eterogenee e complesse: elevata mobilità, altissima bitrate, bassissima latenza. La rete 5G è in grado di assolvere a richieste di capacità senza precedenti, abilita l'utilizzo di soluzioni cloud distribuite, e facilita un elevato grado di interazione tra le persone e le cose. La versatilità ottenuta attraverso la virtualizzazione delle risorse di rete, consente l'applicazione di modelli aziendali innovativi e nuove opportunità di business per i soggetti coinvolti.

Una connettività ubiqua e performante che potrà produrre concreti impatti già nel breve e medio termine. In particolare in alcune aree l'impatto della tecnologia 5G sarà particolarmente significativo:

- **Processi industriali**, più produttivi grazie ad una integrazione pervasiva in azienda
- **Sanità**, telemedicina evoluta per tecniche diagnostiche e terapie avanzate
- **Smart home e smart city**: sicurezza, controllo, comfort, efficienza
- **Agricoltura**, gestione remota delle coltivazioni
- **Intrattenimento**, servizi di live streaming ad elevatissima definizione e qualità dell'immagine
- **Mobilità**, autovetture a guida autonoma interconnesse fra loro e con il sistema urbano

Questo scenario, se da un lato offrirà nuove opportunità di business nel proprio settore o in settori vicini, virtualmente per ogni azienda, dall'altro comporterà un inasprimento della competizione per la proliferazione di soluzioni verticali che attireranno nuovi entranti. Ad esempio providers di specifici servizi o specializzati in mercati verticali potrebbero gestire in proprio anche le funzionalità di rete ed espandere il proprio business in settori attigui. Valga ad esempio la conquista da parte di alcune aziende, come Apple, Amazon o Samsung, di mercati di servizi un tempo lontani dal loro core business, come l'intrattenimento, musica e video, i sistemi di pagamento o il credito.

È uno scenario dove la competizione esplose e può arrivare anche da soggetti prima inesistenti o ritenuti lontani.

Per vincere questa sfida competitiva, ogni azienda dovrà saper gestire efficacemente l'enorme flusso di dati sui clienti e sui loro comportamenti che la nuova tecnologia metterà facilmente a disposizione. Temi come la profilazione e le campagne mirate da una parte e privacy e contact policy dall'altra saranno temi da padroneggiare per avere successo.

La gestione di questa enorme quantità di dati che si verrà accumulando chiamerà ogni impresa a dotarsi di un efficace sistema di knowledge management e di orientamento commerciale flessibile e articolato in cinque parti:

- Un database unitario su chiave cliente, basato su un set allargato di indici descrittivi, comportamentali e predittivi
- Un modello di segmentazione del mercato e della base clienti per consumi, valore e propensioni
- Un sistema di classificazione di ogni singolo cliente e prospect in base al suo valore attuale ed al suo potenziale
- Un piano campagne continuativo differenziato per target e canali di vendita
- Un sistema di orientamento commerciale in grado di supportare i canali con un efficace processo di feedback

Per quanto riguarda nello specifico l'operatore di Tlc, con riferimento allo sviluppo e alla vendita di soluzioni verticali 5G, questo dovrà attentamente valutare il ruolo che intende giocare sulla catena del valore e che potrebbe caratterizzarsi in quattro modalità:

- **Connettività**; l'operatore si limita al servizio base tradizionale. È una posizione che negli ultimi tempi gli operatori hanno particolarmente sofferto, con lo spostamento progressivo di quote valore verso gli OTT
- **Sviluppo Offerta** (modello DT); l'operatore sviluppa in-house soluzioni verticali specifiche
- **Canale** (modello Telefonica); l'operatore vende soluzioni verticali in partnership con il provider del servizio
- **Integrazione totale** (modello At&T, Vodafone); l'operatore è il player di riferimento su tutta la filiera IoT, con soluzioni verticali completamente integrate, prodotte in proprio o con marchi controllati