Bellenda Studio

WEBINAR ASSEPRIM, 9 NOVEMBRE 2026

Human + Tech nel B2B

Come liberare valore
e rendere più competitive le PMI

Stefania Monterubbianesi · Lara Ermacora

Di cosa parliamo

01 La tecnologia da sola non basta

02 Human + Tech: strategia, creatività, tecnologia

03 Identità: farsi scegliere prima di incontrarsi

04 Processi e servizi su misura

05 Il metodo e come lavoriamo insieme

Un’impresa su tre

tra quelle che usano l’intelligenza artificiale non indica per quale finalità aziendale la usa

L’IA entra in azienda come uno strumento in più, soprattutto tra le PMI: fa risparmiare tempo quando si scrive o si cercano informazioni, ma non cambia il modo in cui l’azienda compete. Per farlo deve nascere da una scelta strategica, adattarsi all’azienda e lavorare per un’identità di marca forte e distintiva.

Fonte: Istat, Imprese e ICT, anno 2025 (33,4% delle imprese con almeno 10 addetti che usano l’IA)

Tre frasi che sentiamo spesso nelle aziende

“Ci siamo già scottati”

Anni di implementazione, costi lievitati, risultati incerti. Il gestionale che doveva semplificare tutto.

“Ci hanno venduto lo strumento”

CRM, intranet, piattaforme scelte per le funzionalità. Poi sono i processi a doversi piegare al software.

“Doveva essere semplice”

Ci si aspetta la facilità di un’app personale. In azienda arrivano frustrazione e strumenti che nessuno usa.

IL PUNTO DI PARTENZA Il contesto

Un Paese di PMI, dentro la complessità del B2B

95,3%
delle imprese ha meno di 10 addetti

80%
degli addetti lavora in imprese sotto i 250

69%
del valore aggiunto nasce in queste imprese

Cataloghi profondi
Codici, varianti, configurazioni.

Filiere lunghe
Molti intermediari tra te e chi usa il prodotto.

Decisioni collegiali
Più persone, tempi lunghi, criteri diversi.

Identità deboli online
Aziende eccellenti che si somigliano tutte.

Fonte: Istat, Struttura e competitività delle imprese (microimprese e imprese 10-249 addetti)

IL PUNTO DI PARTENZA Il rischio

Con l’IA la storia rischia di ripetersi

53,1%

delle grandi imprese
usa l’intelligenza artificiale

15,7%

delle PMI fa lo stesso

37 punti

di distanza nel 2025.
Erano 20 nel 2023.

L’uso è raddoppiato in un anno, ma il divario tra grandi imprese e PMI si allarga.

Fonte: Istat, Imprese e ICT, anno 2025 (imprese con almeno 10 addetti)

IL PUNTO DI PARTENZA Dove si inceppano i progetti

Il valore dell'IA dipende per il 70% da persone e processi



Algoritmi | Tecnologia e dati | **Persone e processi: come cambiano il lavoro e le decisioni**

95% delle organizzazioni studiate dal MIT non ha ottenuto un ritorno misurabile dai progetti di IA generativa. Gli strumenti sono stati inseriti in modi di lavorare rimasti uguali: si è investito sul 30% e trascurato il 70%.

Fonti: Boston Consulting Group, regola 10-20-70 · MIT NANDA, The GenAI Divide: State of AI in Business 2025

LA DOMANDA GIUSTA

Non più “quale tecnologia compro?”

“Cosa mi serve per essere competitivo oggi? E come posso usare la tecnologia e l’IA per arrivarci?”

È una scelta strategica e spetta a chi guida l’azienda. La tecnologia arriva dopo, quando sappiamo cosa deve fare.

Al centro le persone. Strategia, creatività e tecnologia fanno emergere ciò che rende l’azienda unica e riconoscibile



Strategia

Parte da chi guida l’azienda e da chi la sceglie: dove andare, per quali clienti, con quale promessa.

Creatività

Dà forma all’identità di marca partendo da ciò che rende unica l’azienda: le sue persone, il suo mestiere, il suo modo di lavorare. È ciò che l’IA non può copiare.

Tecnologia

Fa il lavoro lento e ripetitivo e rende sostenibile anche per una PMI progettare su misura.

La tecnologia crea valore quando quasi non si vede: si adatta all'azienda e libera tempo per il lavoro che conta

1

Ascoltare prima di proporre

Ogni percorso parte da una conversazione strategica con chi guida l'azienda.

2

Rendere visibile il lavoro reale

Prima di intervenire capiamo chi fa cosa, dove si perde tempo, cosa sa solo una persona.

3

Il mestiere guida

Decidono esperienza e giudizio. La tecnologia prepara, accelera, ripete.

4

Su misura delle persone

Il software si adatta a come lavori. Per l'imprenditore niente di nuovo da imparare.

5

Il sapere resta in azienda

Ciò che emerge viene documentato e resta all'azienda, senza dipendere da una piattaforma.

Tecnologia invisibile, persone visibili.

Tre leve di competitività per una PMI B2B

Identità

La tua azienda è riconoscibile e distintiva, o si confonde con i concorrenti?

Processi

I tuoi flussi di lavoro ti fanno guadagnare tempo, o te lo rubano?

Servizi

I tuoi servizi rispondono a ciò di cui clienti e partner hanno davvero bisogno?

IDENTITÀ Perché conta

Nel B2B il cliente ti sceglie prima di incontrarti

80%

delle volte vince il fornitore che il compratore preferiva già prima del primo contatto commerciale

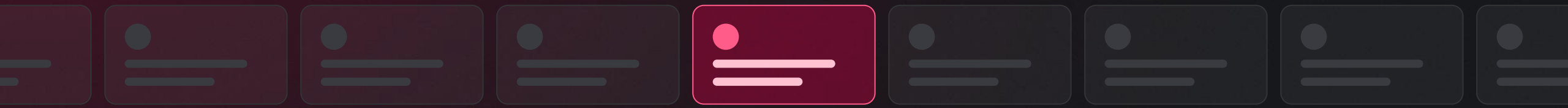
95%

dei potenziali clienti B2B non sta comprando in questo momento: vince chi viene ricordato quando arriva il bisogno

Fonti: 6sense, B2B Buyer Experience Report 2025 (circa 4.000 buyer) · J. Dawes, Ehrenberg-Bass Institute per LinkedIn B2B Institute, 2021

IDENTITÀ La marca come leva competitiva

Con l’IA il rischio è che tutto si somigli



Tutti usano gli stessi strumenti.
Testi, immagini, siti e cataloghi finiscono per assomigliarsi, e un fornitore vale l’altro.

> Quando le offerte si somigliano, il cliente sceglie sul prezzo.

Una marca forte e distintiva gli dà un’altra ragione per sceglierti, e nel B2B lo fa prima ancora del primo contatto commerciale. Più l’IA rende tutto simile, più la distintività diventa rara e vale. Per costruirla servono strategia e creatività, che nessuno strumento fornisce già pronte.

Perché nel B2B la marca conta sempre di più

Fattori che accrescono la rilevanza della marca

- Crescente complessità
- Proliferazione di prodotti simili
- Pressioni sul prezzo

Le marche

consentono di differenziarsi, riducono i rischi e la complessità e compensano le pressioni sul prezzo offrendo maggior valore.

Marca

- Riduzione del rischio (generano fiducia)
- Efficacia delle informazioni
- Creazione del valore aggiunto / Beneficio di immagine

Fonte: La gestione del brand nel B2B – Philip Kotler e Waldemar Pfoertsch

IDENTITÀ Bellenda Identity Lab

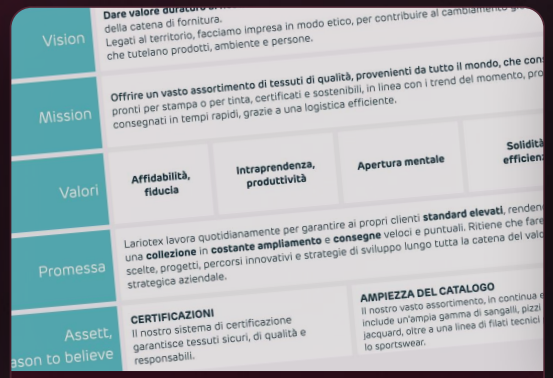
Identity Lab: come lavoriamo sull’identità



SPRINT 1

Ascolto

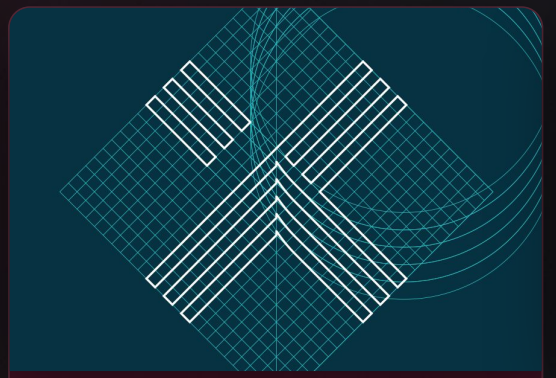
Workshop di mezza giornata con la direzione sugli elementi chiave dell’identità.



SPRINT 2

Brand platform

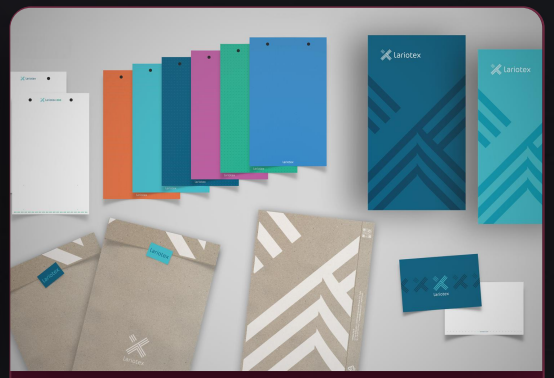
Vision, mission, posizionamento e promessa. Guida tutte le scelte successive.



SPRINT 3 E 4

Brandbook

Identità di brand, identità visiva e regole per usarla in modo coerente.



SPRINT 5

Applicazioni

Sito, catalogo, social, materiali commerciali, design system

Immagini dal progetto Lariotex

Lariotex S.p.A.

Importatore e distributore di tessuti commerciali nel distretto di Como.

L'obiettivo: farsi riconoscere come azienda di servizi, oltre che come fornitore di tessuti.
Cosa abbiamo fatto: rebranding completo: dalla brand platform all'identità visiva, fino al sito e ai materiali di comunicazione.

> "È stato l'inizio di un percorso di consapevolezza, soprattutto interna: facciamoci riconoscere per quello che siamo!"
>
> **Pierluigi Biondi**, Chairman of the Board, Lariotex

I primi effetti fuori dall'azienda: la reazione più frequente dei clienti è stata una domanda: "Perché lo avete fatto?". In un mercato dove i fornitori si somigliano, essere notati è il primo passo: la curiosità dà al commerciale un motivo in più per aprire una conversazione.

PROCESSI SERVIZI

Lo stesso approccio, applicato al modo in cui l’azienda lavora e serve i suoi clienti

PROCESSI SERVIZI Due strade

Aggiungere l’IA a quello che c’è, o costruire intorno a come lavori e a come servi i tuoi clienti?

Aggiungere

L’IA arriva già dentro gli strumenti che usi: assistenti virtuali, funzioni nuove nel software di sempre. Il processo resta lo stesso.

56,3% delle piccole imprese europee che usano l’IA usa software pronto all’uso

12% delle imprese italiane che usano l’IA generativa ne fa un uso estensivo

Costruire

Si parte dalle persone, dentro e fuori l’azienda: il flusso viene ripensato e la tecnologia si adatta.

25,8% delle piccole imprese europee che usano l’IA si fa sviluppare o adattare i sistemi da un partner

8% delle PMI italiane ha avviato almeno un progetto di IA. Nelle grandi imprese è il 71%

Aggiungere per il lavoro di tutti i giorni, costruire per ciò che ti rende diverso. E costruire non significa farlo da soli.

Fonti: Eurostat, Banca d’Italia, Politecnico di Milano.

PROCESSI SERVIZI Un caso reale

Un gestionale costruito su misura

240 utenti attivi · 6 persone di staff

PRIMA

Prenotazioni, disdette e pagamenti vivevano su fogli Excel che sapevano gestire solo due persone.
I clienti non avevano modo di vedere la loro situazione.

PER CHI CI LAVORA

2 ore al giorno, almeno, tornate al lavoro che conta

- Le regole sono scritte una volta e si applicano da sole.
- I pagamenti ricorrenti sono automatici, con un controllo sugli addebiti.
- Ognuno vede i propri turni. Sostituzioni e spostamenti passano da un'approvazione, e chi ha cambiamenti viene avvisato.
- I dati si caricano in blocco, partendo dai file Excel già in uso.

PER CHI USA IL SERVIZIO

24/7 iscrizioni, prenotazioni e pagamenti online, senza una telefonata

- Comunicano una disdetta e prenotano da soli, in pochi secondi.
- Un'offerta nuova: si può acquistare anche un singolo appuntamento, senza abbonamento.
- Abbonamenti mensili, trimestrali o annuali, con prezzo proporzionale.
- Ricevono un avviso solo quando qualcosa cambia per loro.

PROCESSI SERVIZI Un caso reale

Il su misura non è una novità. Oggi però è sostenibile anche per una PMI

	Un software standard	Su misura, prima dell'IA	Su misura, oggi
Chi si adatta	Persone e regole si piegano a quelle del software	Il software si adatta a come lavoravi e servivi i clienti quando è stato fatto	Il software si adatta a come lavori e servi i clienti, e cambia con te
Tempi e costi	Licenze ricorrenti, configurazione, personalizzazioni a pagamento	Costi alti per farlo e per ogni modifica	Si parte da una prima versione e si cresce un pezzo alla volta, con costi sostenibili
Adozione	Formazione, resistenze, doppio lavoro tra software ed Excel	Più semplice, ma ogni modifica è un nuovo progetto	Si parte dai file e dalle abitudini che ci sono, e si modifica senza ricominciare da capo
Il sapere	Resta dentro la piattaforma del fornitore	Spesso resta nella testa di chi l'ha sviluppato	Resta in azienda, documentato e riutilizzabile

PROCESSI SERVIZI Moduli pronti

Non partiamo da zero: moduli pronti, adattabili alla tua realtà

Prenotazioni e calendari

Date, disdette e avvisi automatici. È il modulo del caso che hai appena visto.

Cataloghi digitali

Digitalizzazione dei vostri cataloghi cartacei in una soluzione vettorizzata

Configuratori

Modalità di visualizzazione custom a seconda delle esigenze del settore

Accessi e autorizzazioni

Chi vede cosa: accessi sicuri e ruoli per team, partner e stakeholder.

Generazione di immagini

Visual di prodotto e contenuti coerenti con il brand, in tempi brevi.

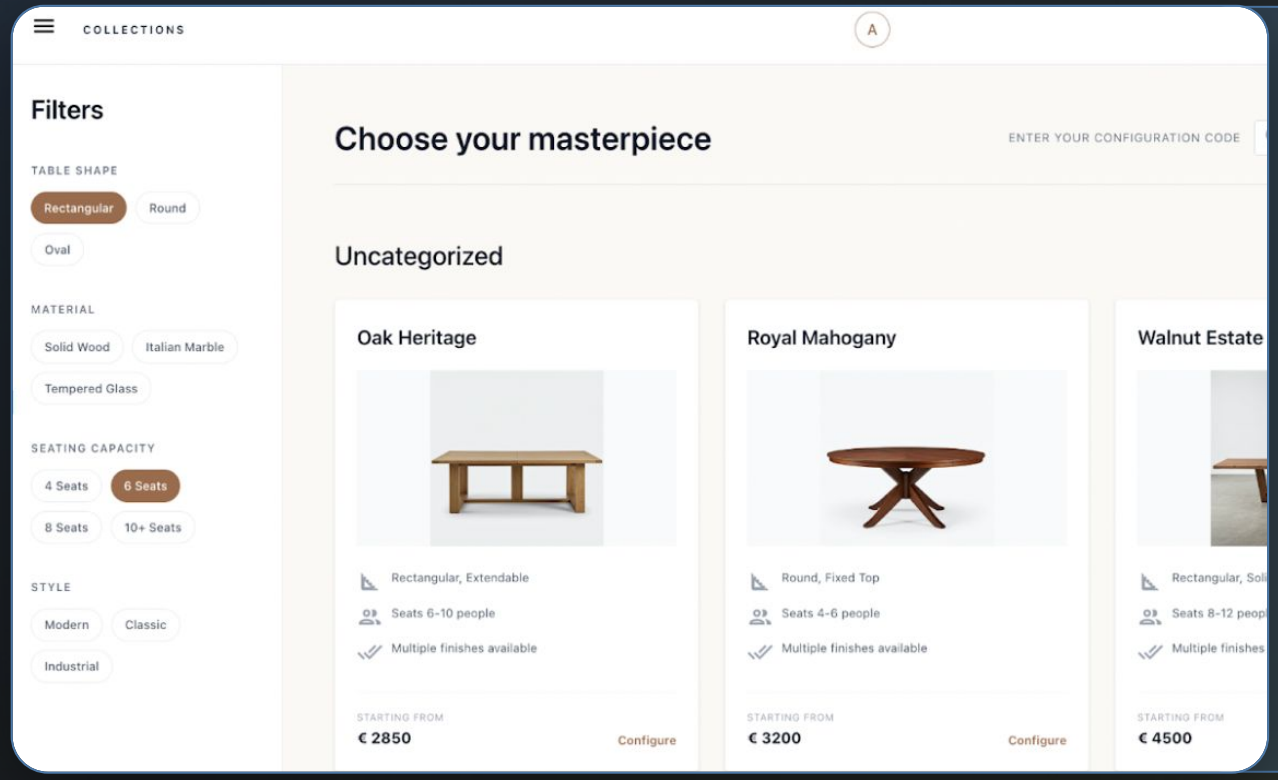
Survey e dashboard

Raccogliere opinioni e dati e vederli sempre aggiornati.

I moduli pronti ci fanno andare veloci, capire i bisogni delle persone ci dice dove andare.

PROCESSI SERVIZI Moduli pronti

Non partiamo da zero: moduli pronti, adattabili alla tua realtà



Cataloghi digitali

Digitalizzazione dei vostri cataloghi cartacei in una soluzione vettorizzata

Prendiamo il vostro catalogo cartaceo e in poco tempo lo trasformiamo in un archivio digitale intelligente, in cui potete cercare qualsiasi informazione semplicemente facendo una domanda, come parlereste a un collega

Non partiamo da zero: moduli pronti, adattabili alla tua realtà



Configuratori

Modalità di visualizzazione custom a seconda delle esigenze del settore

Un esempio? Uno strumento che permette ai vostri clienti di vedere il prodotto nella propria stanza partendo da una semplice foto: lo posizionano, lo adattano allo spazio e scelgono la finitura, così arrivano all'acquisto con più sicurezza.

IL METODO Chi fa cosa

Cinque sprint: le persone decidono, noi progettiamo, la tecnologia accelera

SPRINT	1 · Ascolto sett. 1-2	2 · Allineamento sett. 3-4	3 · Prototipo sett. 5-6	4 · Test sett. 7-8	5 · Pilota sett. 9-10	Poi integrazione e adozione
Le persone, dentro e fuori	Team e clienti raccontano cosa funziona e cosa no	La direzione sceglie dove intervenire	Chi lo userà vede il prototipo e dice cosa cambiare	Lo provano su casi reali e segnalano cosa non va	Lo usano tutti i giorni, staff e clienti	
Noi	Conduciamo le interviste e colleghiamo i punti	Pesiamo impatto e fattibilità, progettiamo flussi e servizi	Costruiamo la soluzione insieme a chi la userà	Correggiamo e verifichiamo la sicurezza	Affianchiamo il team e raccogliamo i correttivi	
La tecnologia	Trascrive, sintetizza, organizza i temi	Stima tempi, volumi, scenari	Costruisce prototipi in giorni	Test automatici e controlli di sicurezza	Documenta il sapere e lo rende riutilizzabile	

Sprint di due settimane: in 10 settimane, una prima versione già in uso nel lavoro di tutti i giorni. Integrazione e adozione si pianificano insieme, sulla base di ciò che il pilota ha mostrato.

LAVORARE ASSIEME Modalità

Tre modi di affiancarti, secondo la tua organizzazione

01

Esperti su un problema

Ci affidi un tema preciso, di brand o di piattaforma, e lo risolviamo in autonomia.

02

Regia del progetto

Quando mancano figure interne, prendiamo in carico la gestione operativa.

03

Al fianco del tuo team

Lavoriamo con le persone che hai già, dall'inizio alla fine, e lasciamo competenze in casa.

Si parte dal problema più urgente, da uno qualsiasi dei tre temi.
Il resto arriva quando serve, con lo stesso metodo.

PRIMA DI SALUTARCI

Qual è il mal di pancia che la tua azienda si porta dietro da dieci anni?

Identità, processi o servizi. Pensa alla tua strategia, ai tuoi dipendenti o ai tuoi clienti. Raccontacelo in una riga, se ti va ti ricontattiamo per ragionarci insieme.



bellendastudio.it/human-tech-raccontaci/

Bellenda Studio

Grazie

Ora la parola a voi: domande?

bellendastudio.it