

L'iPad gioca la sua partita nelle aziende. Qualcuno ne sta adottando a migliaia...

13 settembre, 2010

Una grossa società del settore IT ha deciso di mettere il tablet di Apple nelle mani di dirigenti e personale di vendita. Intanto in Italia il dispositivo sbarca tra banchi e corsie

a cura di Matt Hamblen e Paolo Morati

Mille e cento iPad implementati in azienda e affidati a dirigenti e personale vendita per condurre operazioni critiche. Un numero destinato a crescere di ulteriori settecento sul breve termine. E' questa la scelta fatta da **MicroStrategy** che oggi si delinea quindi come uno dei più grossi utenti di iPad in ambito business, perlomeno tra quelli effettivamente 'dichiarati'. Il fornitore di business intelligence dichiara l'utilizzo di alcune applicazioni in grado di funzionare sia su iPad che su iPhone, mentre altre sono progettate per avvantaggiarsi pienamente dello schermo touch da 9,7 pollici del tablet di Apple. Ad esempio, alcune di esse aiutano il personale a mostrare facilmente video o dimostrazioni live direttamente di fronte ai clienti, sottolinea Mark LaRow, senior vice president of products della società.



Apple ha saggiamente rese possibili importazione ed esportazione di documenti, fogli elettronici e presentazioni nei formati Microsoft Office di Word, Excel e PowerPoint, che vengono usati in modo universale dalle grandi e medie aziende, nota LaRow. "Apple sta **rompendo gli schemi del mobile computing**", continua LaRow. Dalla prospettiva dell'utente finale uno dei vantaggi maggiori dell'iPad rispetto a un laptop è la sua istantaneità: "Non si devono attendere due minuti di avvio come per un laptop. E' istantaneo, e questo è un grande affare".

Ma questa caratteristica non è certo la giustificazione più importante per l'uso dell'iPad da parte di MicroStrategy. LaRow sostiene che il suo **costo totale di possesso** dovrebbe dimostrarsi migliore per l'iPad che per i laptop. Il manager spiega che la società ha confrontato il TCO dell'iPad con quello dei laptop con il risultato "ampiamente a favore dell'iPad". Microstrategy tipicamente spende circa mille dollari all'anno per supportare ciascun laptop su tre anni di vita, incluse licenze software, manutenzione e hardware. In confronto ha concluso che l'iPad sarebbe costato 400 dollari all'anno, pur con una durata attesa di due anni.

L'iPad gioca la sua partita nelle aziende. Qualcuno ne sta adottando a migliaia...

13 settembre, 2010

Una grossa società del settore IT ha deciso di mettere il tablet di Apple nelle mani di dirigenti e personale di vendita. Intanto in Italia il dispositivo sbarca tra banchi e corsie

a cura di Matt Hamblen e Paolo Morati

Sebbene alcuni legali che usano l'iPad devono ancora affidarsi a desktop o laptop per la creazione o modifica di lunghi documenti, LaRow afferma che lui stesso e altri nella società stanno usando in modo positivo una tastiera Bluetooth con l'iPad per creare lunghi memo. LaRow sta anche impiegando un mouse Bluetooth fornito da Apple quando è alla scrivania con l'iPad e ritiene che l'iPad potrebbe essere molto utile per “chiunque lavori in piedi”, come chi si trova a utilizzare lavagne o a gestire un magazzino.

Gli sviluppatori MicroStrategy stanno anche lavorando alla creazione di versioni iPad dei suoi strumenti di **Business Intelligence** che potrebbero essere usati da agenti assicurativi, servizi clienti e venditori retail. Da tre anni la società li offre già per BlackBerry. Le loro vendite stanno crescendo in modo modesto ma i prodotti software BI per iPad e iPhone stanno guadagnando un “enorme interesse”, continua il manager.

Internamente i dirigenti MicroStrategy sono in grado di usare iPad o iPhone per visionare rapidamente le richieste di spesa, gli ordini di acquisto e altro sfruttando una applicazione custom chiamata Corporate Request Center. I manager possono quindi rifiutare, approvare o rinviare indietro le richieste per avere maggior informazioni. Il processo di approvazione è un po' più rapido con un iPad, ma principalmente si dimostra più conveniente per gli utenti visto che possono portarselo praticamente ovunque. “Prima questo veniva fatto solo su un desktop, ma come strumento di workflow, usare l'iPad e l'iPhone ha significato un grosso balzo di produttività poiché si possono impiegare ovunque, quando si ha un momento libero”, sottolinea LaRow aggiungendo però che l'accesso alla e-mail è probabilmente la funzione più importante dell'iPad.



L'iPad gioca la sua partita nelle aziende. Qualcuno ne sta adottando a migliaia...

13 settembre, 2010

Una grossa società del settore IT ha deciso di mettere il tablet di Apple nelle mani di dirigenti e personale di vendita. Intanto in Italia il dispositivo sbarca tra banche e corsie

a cura di Matt Hamblen e Paolo Morati

LaRow spera di avvantaggiarsi di capacità di **video chat e collaborazione** con la prossima generazione di iPad e che Apple aggiunga la possibilità di impartire comandi vocali, migliorando quanto già offerto da alcuni strumenti terze parti: “Video chat e collaborazione sui documenti significherebbero un grosso miglioramento. Se si guarda chi usa l'iPad al lavoro, spesso si trovano fianco a fianco puntando a qualcosa sullo stesso schermo. Se si potesse estendere tale esperienza in modo tale da non stare più semplicemente affiancati sarebbe positivo”.

Anche se MicroStrategy non ha intenzionalmente scelto gli iPad perché siano dispositivi che i lavoratori impieghino anche nella propria vita personale, LaRow sostiene che la società ha scoperto che “quando chiunque porta l'iPad a casa i bambini lo prendono” per l'accesso a giochi, video e altro. Insomma ai lavoratori “piace usarlo... è più coinvolgente”, conclude il manager.

