

INDICE

Il viaggio dell'innovazione.....	pag.	9
1. Definizione e ambiti.....	»	10
1.1. Il processo di innovazione.....	»	10
1.2. Le tipologie dell'innovazione.....	»	11
1.3. Le dimensioni dell'innovazione.....	»	11
1.4. Il modello di Henderson e Clark.....	»	13
2. La tecnologia.....	»	15
2.1. Tecnologia e innovazione tecnologica.....	»	15
2.2. Tecnologia e impresa.....	»	16
2.3. Dinamica evolutiva della tecnologia.....	»	16
2.4. Discontinuità tecnologiche.....	»	17
3. Adozione della tecnologia da parte del mercato.....	»	19
3.1. La curva di adozione da parte del mercato.....	»	19
3.2. La teoria del "burrone" nella curva di adozione della tecnologia..	»	20
Il nuovo ciclo di vita dell'innovazione.....	pag.	22
1. Big Bang Disruption.....	»	22
2. Disruptive Technologies vs Disruptive Innovation.....	»	25
2.1. Identikit del disruptor.....	»	26
2.2. Il dilemma dell'innovatore.....	»	27
2.3. Il modello di business - analisi e strategia.....	»	29
Impatto dell'innovazione nei modelli di business.....	pag.	31
1. Il processo di digitalizzazione.....	»	31
1.1. Analogico vs digitale.....	»	31
1.2. Le caratteristiche di una struttura digitale.....	»	32
1.3. Il significato della digitalizzazione aziendale.....	»	33
1.4. L'importanza di una strategia ben definita.....	»	34
1.5. Le caratteristiche della soluzione digitale per l'azienda.....	»	34
1.6. Analisi dei costi e dei vantaggi.....	»	35
2. Digital transformation.....	»	36
2.1. Lo scopo della digital transformation.....	»	36

2.2. Le fasi della digital transformation.....	»	36
2.3. Le aree della digital transformation	»	38
2.4. Il progetto di digital transformation.....	»	39
2.5. Gestione dell'innovazione di digital transformation	»	40
2.6. Il grado di cambiamento vs digital transformation	»	41
2.7. Analisi evolutiva: digitalizzazione vs digital transformation	»	41
3. Le competenze alla base della digital transformation	»	46
4. Cosa sono le competenze digitali	»	46
4.1. Digital Hard Skill.....	»	47
4.2. Digital Soft Skill	»	47
L'innovazione nell'evoluzione della professione.....	pag.	50
1. La storia e le sue radici	»	50
2. Relazione tra imprese e professionisti	»	51
3. Le indagini della fondazione nazionale commercialisti.....	»	51
4. I nostri giorni	»	53
5. Conclusioni	»	54
La necessità del cambiamento.....	pag.	57
1. L'IT come elemento pervasivo della vita quotidiana.....	»	57
1.1. I trend dell'IT	»	58
1.2. L'effetto dei trend IT sul business.....	»	62
2. Il processo di cambiamento	»	64
2.1. La missione: scegliere verso quale direzione andare	»	67
2.2. Le competenze: sviluppo del team.....	»	69
2.3. Le trappole da evitare	»	70
2.4. Come partire.....	»	71
3. Generare una ambizione collettiva	»	72
3.1. Come generare una ambizione collettiva.....	»	76
3.2. Conclusioni	»	79
Fattori critici di successo e modelli di business.....	pag.	80
1. Il business visto come soddisfare i bisogni dei clienti	»	80
2. Un nuovo modello di business.....	»	85
2.1. Disruptive innovation.....	»	87
2.2. I sei elementi del successo	»	88
3. La Value Proposition.....	»	90
3.1. La formula del profitto.....	»	90

3.2. Risorse chiave.....	»	91
3.3. Processi chiave	»	91
3.4. La value proposition di uno studio professionale	»	91
La nuova struttura organizzativa.....	pag.	98
1. Un cambiamento a tutti i livelli dell'organizzazione	»	98
1.1. Sistema informativo - Cos'è?	»	99
2. I quattro elementi della struttura organizzativa.....	»	101
2.1. Effetto combinato dei quattro elementi.....	»	103
2.2. I possibili scenari	»	104
3. Il cambiamento della struttura organizzativa.....	»	105
3.1. Automatizzazione.....	»	105
3.2. Informatizzare.....	»	106
3.3. Trasformare.....	»	108
4. Gestire gli investimenti in innovazione digitale.....	»	109
5. Conclusioni	»	112
La comunicazione che cambia con il cliente	pag.	113
1. Il flusso documentale in entrata	»	113
1.1. La documentazione consegnata a mano	»	113
2. Il flusso documentale in uscita	»	118
3. L'architettura di base	»	119
4. Un unico punto di comunicazione	»	121
5. Le reticenze della clientela (...o dello studio?).....	»	125
La firma elettronica che azzera la carta.....	pag.	126
1. Le varie tipologie di firma elettronica	»	126
1.1. Firma elettronica (semplice).....	»	128
1.2. Firme elettroniche avanzate, qualificate e digitali.....	»	128
2. La firma dei documenti quando impossibilitati alla stampa.....	»	130
3. La firma digitale come "alleato" organizzativo.....	»	131
4. L'Identità digitale	»	132
4.1. L'identità SPID - Sistema Pubblico di Identità Digitale	»	132
4.2. I tre livelli di identità digitale	»	133
4.3. I servizi a cui si puo' accedere tramite SPID	»	134
4.4. L'identità digitale per uso professionale	»	134
4.5. L'efficacia della firma SPID attuata dalle nuove linee guida.....	»	135
4.6. Le caratteristiche della firma elettronica con SPID	»	135

4.7. La circolarità della firma SPID e la “centralità” dell’utente..... »	137
4.8. Le possibili applicazioni della firma con SPID..... »	138
4.9. I vantaggi della firma SPID per i professionisti e le imprese..... »	138
4.10. La firma SPID ed il processo totalmente digitale »	139
L’organizzazione digitale degli archivi di studio..... pag.	141
1. Le possibili strade »	141
2. Gli strumenti indispensabili »	145
3. Pianificatore del lavoro quotidiano »	149
4. Gli “obiettivi” per uno studio digitale »	151
4.1. Obiettivo scrivania pulita e armadi vuoti!..... »	151
4.2. Gli archivi digitali: “imposti” o “facoltativi”? »	151
5. La tenuta “informatica” dei libri e registri contabili »	154
5.1. La tenuta “digitale” dei libri e registri contabili ai sensi dell’art 2215-bis del Codice Civile »	155
5.2. Delegato del responsabile della conservazione..... »	160
5.3. La deregulation imposta »	163
5.4. Conclusione..... »	166
6. Contratti e documenti informatici »	168
6.1. Documenti informatici nell’attività dello studio professionale.... »	171
7. La documentazione fiscale solo digitale è possibile? »	172
7.1. Premessa..... »	172
7.2. La documentazione fiscale digitale..... »	172
8. Le fatture, i corrispettivi e i documenti di trasporto..... »	181
8.1. Premessa..... »	181
8.2. Le fatture elettroniche..... »	182
8.3. I Corrispettivi telematici..... »	183
8.4. I documenti di trasporto..... »	185
8.5. Gli ordini elettronici..... »	186
Formazione e consapevolezza pag.	189
1. La “condivisione” e la “uniformità” comportamentale..... »	189
1.1. Tabella 1 - Esempio di procedura per archiviazione ordinata (e condivisa) dei file..... »	191
1.2. Tabella 2 - Esempio di istruzione comportamentale »	194
1.3. Tabella 3 - Fac-simile di foglio excel di protocollo..... »	195
1.4. Tabella 4 - Esempio di istruzione comportamentale - utilizzo e-mail »	196

1.5. Tabella 5 - Esempio di istruzione comportamentale - utilizzo programmi gestionali	»	197
1.6. Tabella 6 - Esempio di verbale di incontro/riunione.....	»	198
2. La formazione quale chiave di svolta.....	»	199
I nuovi servizi a valore aggiunto e le opportunità di business.....	pag.	201
1. Il nuovo “punto di riferimento” (anche digitale) per il cliente	»	201
2. I nuovi sbocchi professionali digitali.....	»	202
2.1. Consulenza per la riorganizzazione amministrativo-documentale	»	203
2.2. Consulenza su dematerializzazione ed implementazione di processi di fatturazione elettronica e conservazione digitale di libri e registri contabili.....	»	204
2.3. Attività di audit nella verifica e certificazione dei processi di fatturazione elettronica e conservazione digitale a norma	»	205
2.4. Consulenza fiscale su benefici da investimenti industria 4.0	»	206
2.5. Responsabile della conservazione digitale a norma	»	206
2.6. Reportistica su app	»	206
2.7. E-commerce e mobile commerce.....	»	207
2.8. Valorizzare i dati.....	»	207
2.9. Conclusione.....	»	208
Sicurezza informatica	pag.	209
1. La gestione della sicurezza informatica	»	209
1.1. Identificazione e mitigazione dei rischi.....	»	210
1.2. Minacce interne.....	»	211
1.3. Minacce esterne.....	»	212
2. Difendersi dalle minacce	»	215
2.1. Gestione delle password	»	215
2.2. Precauzioni contro virus e malware	»	218
2.3. Dispositivi esterni.....	»	219
2.4. Backup e ripristino	»	220
3. Consigli per lo smart working	»	222
3.1. Linee di comportamento da seguire quando si lavora da remoto..	»	222
3.2. Conclusioni	»	224