

Tomorrow Jobs - Il lavoro che verrà

Nuove competenze e nuove occupazioni per una società proiettata verso un futuro sempre più digitale: start up intelligenti alle prese con i big data del web rappresentano l'evoluzione del mondo aziendale e professionale

Italy, 23 Novembre 2017

Giampaolo Colletti

Il lavoro evolve, cambia paradigmi e modelli, richiede nuove competenze e dinamiche di relazione, si rafforza con le tecnologie che entrano nei processi di ricerca, produzione, distribuzione, vendita, contatto con il cliente. Il lavoro cambia. E con lui anche il modo in cui quel lavoro viene descritto. Secondo i ricercatori Carl Benedikt Frey e Micheal Osborne dell'Università di Oxford nei prossimi trent'anni le macchine potrebbero sostituire l'uomo nella metà delle attuali occupazioni.

E c'è chi pronostica come il 65% degli studenti di oggi svolgerà nel domani lavori che ancora non esistono: è questa la sintesi del corposo studio internazionale sui nuovi percorsi di carriera aperti dalle tecnologie promosso da Tomorrow Jobs. Un futuro tutto da disegnare, attingendo ad una tavolozza di colori molto più variegata rispetto al passato: dall'augmented reality expert al social media strategy, dal data scientist al reputation manager. Così anche la vendita al dettaglio passa attraverso lo studio di tanti cervelloni alle prese con i big data.

Accade oggi a Torino, dove trova casa la generazione dei data scientists, figure ibride che oggi animano una startup anglo-italiana di analisi predittiva: in pratica incrociando dati e contesto il team di analisti riesce a prevedere le vendite future di uno o più punti vendita. E tutto ciò si traduce in un risparmio di costi di magazzino, ma anche nella possibilità di vendere in modo molto più mirato.

Si tratta di Evo Pricing e ad accendere questa startup ci ha pensato quattro anni fa Fabrizio Fantini, 38enne nato a Jesi, master ad Harvard e per dieci anni consulente in Italia, Stati Uniti, Inghilterra. "Con le analisi predittive aiutiamo le aziende a diventare più competitive e abbiamo già clienti in tutto il mondo, dal Messico alla California", racconta con orgoglio Fabrizio.

Al metodo di Evo Pricing contribuiscono ogni settimana oltre trecento persone solo in Italia tra commesse e store manager grazie ad un sistema strutturato: variabili come vendite passate, zona geografica, clima e caratteristiche del prodotto sono usate per la previsione iniziale basata sui dati.