



RC

Informazioni su SAP SE / SAP News Center Italy / Corporate

SAP sostiene la 14° edizione della RomeCup e organizza un hackathon dedicato alle sfide della trasformazione digitale

Aprile 28, 2021 da SAP News



Vimercate, 28 aprile 2021 – [SAP Italia](#), in collaborazione con [Fondazione Mondo Digitale](#), organizza nell'ambito della RomeCup 2021 l'hackaton "**Metamorfosi della customer experience nella nuova normalità**" rivolto a studenti e studentesse delle scuole secondarie di secondo grado e delle università.

[RomeCup](#) è una manifestazione dedicata alla robotica e alle scienze della vita che dal 2007 diffonde l'innovazione collegando scuole, centri di ricerca, aziende, università e istituzioni. L'edizione 2021 si terrà online dal 27 al 29 aprile.

L'hackathon promosso da SAP Italia, in programma il 28 aprile, è la tappa conclusiva del percorso SOFTBOT, promosso da Fondazione Mondo Digitale, che nei mesi scorsi ha coinvolto ragazzi e ragazze dei licei scientifici della capitale e dell'Università Roma Tre, che hanno partecipato a dei webinar tematici sulle tecnologie intelligenti: Internet Of Things, chatbot, blockchain e Robotic Process Automation.

L'hackathon sarà una giornata di sviluppo con squadre di lavoro miste (studenti, sviluppatori, esperti SAP, coach digitali) in cui si parte da casi di studio reali, cioè aziende che non hanno ancora avviato processi di trasformazione digitale o che sono ai primi passi, per ideare e sviluppare soluzioni innovative. Gli strumenti sono soluzioni software e servizi SAP da integrare con le tecnologie abilitanti (cloud, big data, IoT, intelligenza artificiale, blockchain ecc.).

Tema dell'hackathon sarà la Customer Experience: la pandemia legata alla diffusione del Covid-19, le misure adottate dalle istituzioni per arginare i contagi e il senso di paura diffuso tra la popolazione hanno creato in pochi mesi nuovi stili di vita, nuovi spazi e modi di vivere il tempo libero e con nuovi comportamenti d'acquisto. Quest'ultimo aspetto, in particolare, impone oggi una riflessione approfondita all'interno delle aziende: se con l'allentarsi delle misure restrittive si ritornerà infatti ad alcune delle abitudini precedenti alla pandemia, è anche vero che molte delle tendenze affermatesi nell'ultimo anno sono destinate a rimanere.

La sfida che SAP rivolge ai ragazzi chiederà di disegnare innanzitutto l'azienda che vogliono rappresentare (settore, offerta, dimensione, sfide di business, target di riferimento) e poi sviluppare una soluzione che permetta di capire i nuovi bisogni dei clienti e offrire loro la migliore esperienza possibile, sfruttando la potenza dei dati e almeno una delle nuove tecnologie affrontate durante i webinar.

“Ci ritroviamo di fronte a un momento epocale per le aziende, che sono chiamate a intraprendere un percorso di trasformazione digitale in più ambiti per far fronte alle rapide trasformazioni in atto nella società, la customer experience è uno di questi. Ora più che mai è necessario ascoltare il cliente, comprenderne le esigenze, aspettative, timori, abitudini e agire di conseguenza. Le tecnologie avranno un ruolo fondamentale, permettendo non solo di conoscere i clienti, ma anche di offrire esperienze ottimali e personalizzate”, afferma **Carla Masperi**, Chief Operating Officer di SAP Italia. “È importante che i ragazzi e le ragazze che stanno per entrare nel mondo del lavoro siano a conoscenza di queste tecnologie e delle loro potenzialità e siamo convinti che proprio da loro nasceranno le idee straordinarie che ci accompagneranno nei prossimi anni”.

“Abbiamo dato agli studenti la possibilità di fare un'esperienza concreta di trasformazione digitale accanto a un'azienda come SAP. Hanno capito come si affrontano i problemi e come si cercano le soluzioni”, aggiunge **Mirta Michilli**, direttore generale della Fondazione Mondo Digitale. “Si è rivelata una scelta vincente anche per l'orientamento, perché l'esperienza ha dato agli studenti, soprattutto ai liceali, nuovi strumenti per capire come funziona veramente la tecnologia e quanto siano importanti cultura, creatività e problem solving per costruire un reale processo di innovazione”.