Il commercialista come guida nel percorso digitale delle imprese

di Fabrizio Gritta

Pubblicato il 30 Maggio 2025

La trasformazione digitale rappresenta oggi una traiettoria inevitabile per le imprese che vogliono restare competitive in un contesto economico in rapida evoluzione. Questo articolo analizza il percorso di maturazione digitale attraverso sei tappe fondamentali e mette in evidenza il ruolo strategico che il commercialista può assumere nel guidare le imprese lungo questo cammino. Da semplice gestore della compliance a partner dell'innovazione, il commercialista è chiamato a diventare protagonista attivo della trasformazione digitale e organizzativa delle aziende.

La trasformazione digitale dell’impresa: il ruolo guida del commercialista

La **trasformazione digitale** è ormai una **traiettoria inevitabile per le imprese** che vogliono restare competitive in un contesto economico interconnesso, fluido e in continua evoluzione. Non si tratta semplicemente di adottare nuove tecnologie, ma di ripensare radicalmente modelli organizzativi, relazioni con i clienti, flussi informativi e strategie commerciali. È una metamorfosi che avviene lungo un **percorso articolato, scandito da sei tappe**, ognuna delle quali rappresenta un passaggio di maturazione e consapevolezza: dalla totale assenza di una presenza online fino alla piena integrazione digitale e alla trasformazione dell’impresa in una piattaforma collaborativa. A partire da queste premesse, nel precedente contributo del 12 aprile 2025 (*"Dall’assenza al successo digitale: le sei tappe per un’impresa online"*) abbiamo approfondito la **definizione dei modelli evolutivi dell’***e-business*. Secondo tali modelli, il **processo di transizione** verso una piena maturità digitale può essere descritto attraverso **sei tappe fondamentali**: dalla condizione iniziale di assenza totale di presenza online, spesso caratterizzata da una scarsa consapevolezza delle opportunità offerte dal digitale, si passa alla creazione di una presenza sperimentale, in cui l’azienda si affaccia al web con siti statici o profili social non ancora pienamente integrati nella strategia d’impresa. Superato questo primo approccio, si entra nella fase dell’interazione con il cliente, in cui la comunicazione si fa bidirezionale e l’azienda inizia a

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

raccogliere dati e feedback dagli utenti, aprendo così la strada a strategie più sofisticate di engagement. La quarta tappa rappresenta un vero e proprio punto di svolta: è il momento dell'e-commerce, dove l'impresa integra il canale digitale nel proprio modello di business e inizia a vendere prodotti o servizi online. Questa evoluzione porta inevitabilmente alla necessità di un'integrazione interna, che consiste nel collegare i sistemi digitali ai processi gestionali e amministrativi tradizionali, in un'ottica di efficienza e coerenza organizzativa. Infine, l'impresa raggiunge la fase più avanzata della maturazione digitale, quella dell'integrazione esterna e della trasformazione, nella quale diventa un nodo attivo di una rete di relazioni digitali, collaborando in modo sistematico con clienti, fornitori e partner attraverso piattaforme e tecnologie interoperabili. Il percorso verso la piena maturità digitale può essere sintetizzato attraverso sei tappe evolutive, ciascuna delle quali rappresenta un avanzamento in termini di consapevolezza strategica, utilizzo delle tecnologie e integrazione organizzativa. La seguente tabella ne riassume le caratteristiche principali.

Tabella 1. Le sei tappe della trasformazione digitale dell'impresa

Tappa	Descrizione sintetica
1. Nessuna presenza online	L'impresa è totalmente assente dal web; nessun sito, social o strumento digitale.
2. Presenza sperimentale	Primi passi nel digitale con siti vetri

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D