

Nuovi scenari per gli Analytics

L'importanza dei dati nell'era della "super-trasparenza"

Francesco DEL VECCHIO

La necessità di dotarsi di analytics in azienda è cosa di cui ormai si legge su ogni media e praticamente non esiste azienda in Italia che non si sia dotata di qualche forma di misurazione dei dati chiave, per avere una migliore comprensione dei fenomeni che guidano il proprio business.



Ciò nonostante sono ancora molte le realtà che, seppur dotate di strumenti analitici, faticano ad estrarre reale valore dagli analytics e la cosa acquista maggior peso quando sulle riviste specializzate non si fa che leggere di quanto incredibili siano stati i risultati di questa o quell'azienda grazie all'analisi dei dati. Esiste però una storia non raccontata in quegli articoli, una storia che parla di quali siano stati i veri fattori che hanno determinato tale successo, fattori che spesso passano da un cambiamento culturale profondo che va nella direzione di maggiore trasparenza, empowerment delle persone a ogni

livello dell'organizzazione e di una cultura che ha sviluppato significativa tolleranza all'errore, che permetta cioè di sperimentare senza che il fallimento diventi una macchia indelebile nella reputazione della persona o del gruppo.

Dati alla mano, il vantaggio competitivo ottenuto semplicemente dall'implementazione di analytics sta sfumando. Questi sono oggi così diffusi che ormai avere una visione accurata di dove sia il business in un determinato momento è piuttosto diffusa. Quello che invece è poco diffuso è un impegno vero nel diventare una azienda "data-driven", la capacità di affrontare l'investimento – non necessariamente economico – richiesto per ridefinire il ruolo dei dati nei processi decisionali. Eppure oggi esistono trend emergenti che spingono fortemente in questa direzione e che da molti non sono ancora stati colti.

Da un lato, soprattutto in Italia, c'è l'opportunità di cogliere un vantaggio competitivo significativo. Mettere gli analytics a disposizione dei livelli operativi può costituire un elemento distintivo importante rispetto alla concorrenza. Chiaramente questo pone sfide che vanno oltre la semplice messa a disposizione di informazioni a supporto delle decisioni da prendere. Le decisioni operative differiscono dai classici dashboard direzionali per maggiori necessità esplorative dell'informazione e minore prevedibilità di

quanto si vuole analizzare. In questo senso la scelta tecnologica può fare la differenza, è necessario orientarsi verso piattaforme che mettano a disposizione capacità di self service. D'altro canto l'operational analytics per sua natura mette a disposizione informazioni di maggiore granularità e, oggi più che mai, con l'avvento dei Big Data, sorgono problemi di privacy e di controllo puntuale delle informazioni a cui viene dato accesso. Nella scelta dello strumento analitico messo a disposizione è quindi indispensabile dotarsi di piattaforme che risultino flessibili nell'utilizzo ma che mettano a disposizione strumenti di governance centralizzati. Detta in parole povere, oggi più che mai l'utilizzo di fogli Excel, che risulta essere ancora lo strumento più adottato ai livelli bassi della catena decisionale, porta con sé non più soltanto i noti problemi di qualità del dato, ma un significativo rischio di compromissione della sicurezza che oggi espone a ulteriori rischi di violazione della privacy.

Quanto sopra risulta essere uno degli aspetti di quella che è già stata battezzata con il nome di "Era della super-trasparenza", una sorta di lama a doppio taglio che può costituire un incredibile vantaggio o un enorme pericolo per le aziende oggi.

Alcune delle grandi ci sono già passate e hanno pagato un prezzo altissimo per non aver saputo condurre in maniera appropriata. Nell'era della super trasparenza le informazioni sono disponibili a molti e, in un mondo in cui il 75% delle informazioni sono prodotte dai clienti su piattaforme di social sharing, conviene abbandonare l'illusione di poter controllare quanto emerge di noi. La super-trasparenza trascende la volontà dell'azienda. Giusto per

citare alcuni dei casi più noti, basta ricordare gli scandali da cui sono passati Nike e Apple in merito alla produzione dei loro prodotti che, lungo una supply chain articolata, finiva per scaricarsi su categorie di lavoratori non protetti e sfruttati. Ma la super-trasparenza non colpisce solo le grandi organizzazioni. Martha Payne è una ragazzina di 9 anni balzata agli onori della cronaca in UK per aver pubblicato sul suo blog le foto delle porzioni che le venivano date alla mensa scolastica. Dopo breve tempo la comunità locale ha cominciato a commentare e a muoversi contro l'azienda che forniva i pasti chiedendo chiarimenti che sono in ultimo sfociati in una revisione completa delle porzioni e del cibo messo a disposizione degli studenti.



L'anatomia delle informazioni è cambiata radicalmente e prima le aziende comprenderanno ed accetteranno questa cosa, migliore uso possono fare di questo nuovo scenario. Qualcuno ha scritto che i dati si sono trasformati, ovvero una volta si comportavano come "pozzanghere", intendendo che venivano richieste azioni attive per farli uscire dalla loro sede naturale. Oggi sono più simili ad "esondazioni": incontrollate, imprevedibili, evidenti con il

potenziale per distruggere o fertilizzare. Eppure ancora oggi sono poche le aziende nel settore della moda, ad esempio, che conoscono la propria supply chain lungo l'intera filiera. Non serve dire come questa mancanza possa portare con se il rischio di essere un nuovo caso "Moncler". La conoscenza delle informazioni, così come il monitoraggio di quanto viene detto di noi è solo uno dei punti di attenzione possibile. Serve di fatto sviluppare una strategia ben definita per gestire la super-trasparenza.

Alcuni dei punti chiave di questa strategia passano dall'accettazione della vulnerabilità della "segretezza" delle informazioni aziendali e dalla costruzione di modelli di business che non facciano di questo l'esclusivo vantaggio competitivo, dal conoscere a fondo e riorganizzare quelle parti delle operations che potrebbero scoprirsi problematiche se rivelate. È inoltre importante comprendere che si può trarre grande vantaggio dalla super-trasparenza. Le ricerche suggeriscono che quando un'azienda si apre dal punto di

vista informativo è difficile per i suoi concorrenti non farlo, in quanto il silenzio viene letto come ammissione di colpevolezza. È stato per esempio il caso di Puma, quando ha deciso di mettere a disposizione tutti i dati in merito all'impatto ambientale della produzione (consumo di acqua, terra, inquinamento dell'aria) e a stendere un vero e proprio bilancio ambientale della produzione. Altre aziende sono arrivate a mettere a disposizione dettagli sulla retribuzione e sul rispetto dei diritti della forza lavoro.

Gli analytics, insomma, stanno diventando uno strumento i cui effetti vanno ben oltre la semplice conoscenza di quanto è accaduto o del mero reporting/dashboarding. L'adozione di piattaforme analitiche che permettano di essere utilizzate in modalità self service dagli utenti business e che possano essere utilizzate anche come strumento per comunicare con il mondo esterno in modo bidirezionale risulta oggi la nuova sfida da vincere per ottenere davvero quel vantaggio analitico di cui molto si parla ma che si fa fatica a cogliere pienamente.

Francesco del Vecchio

Francesco del Vecchio lavora in Qlik dal 2007. Dopo oltre due anni come direttore della prevendita per il mercato italiano, Francesco è stato recentemente nominato Senior Presales Director per il Sud ed Est Europa, Medio Oriente, Africa e Russia, con il compito di supportare le aziende che operano in settori differenti a intraprendere nuovi percorsi di innovazione digitale attraverso l'adozione delle soluzioni intuitive di Visual Analytics di Qlik.

In precedenza Francesco si è occupato di supportare le vendite e la creazione del mercato di Qlik in MEA e APAC e ha diretto il team internazionale di Enterprise Architects.

Nel mondo dell'IT da quasi 20 anni, si è occupato in passato di soluzioni ERP e di software per Digital Marketing, facendo dell'analisi dei dati una sua seconda natura. MBA al MIP Politecnico Milano, nutre una genuina passione per la tecnologia come strumento per portare valore al business lungo l'intera value chain.

AICT: al passo con le telecomunicazioni

L'Associazione per la Tecnologia dell'Informazione e delle Comunicazioni (AICT) è un'Associazione culturale nata, nel gennaio del 2004, dalla confluenza dell'Associazione Italiana degli Ingegneri delle Telecomunicazioni (AIIT) e della componente ICT dell'AEI, oggi Federazione Italiana di Elettrotecnica, Elettronica, Automazione, Informatica e Telecomunicazioni (AEIT) cui essa appartiene.

AICT si afferma velocemente su tutto il territorio nazionale grazie alla professionalità e ai servizi che offre ai suoi soci, diventando così uno tra i principali riferimenti culturali nel Paese per i tecnici che operano nel settore dell'“Information and Communications Technology”. Si fa strada anche a livello internazionale con l'importante affiliazione e collaborazione con FITCE, Federation of Telecommunications Engineers of the European Community, con la quale organizza nel settembre 2011 uno dei più importanti eventi internazionali per gli operatori del mercato sul territorio italiano. È proprio il suo carattere nazionale con aperture internazionali uno dei punti forti dell'associazione: vengono infatti promosse relazioni con associazioni affini italiane ed estere, come AICA e INFORAV, e favoriti i collegamenti interpersonali mediante iniziative mirate.

L'Information and Communications Technology e il settore delle telecomunicazione in generale si stanno evolvendo e innovando giorno dopo giorno. Nuove tecnologie creano la necessità di un continuo aggiornamento per restare al passo con i tempi. Per far ciò, l'Associazione fornisce ai propri soci servizi a 360 gradi.

L'aggiornamento costante dei contenuti e delle innovazioni del settore IT è l'elemento cardine dell'Associazione. Durante l'anno l'AICT organizza una serie di eventi culturali e formativi, quali convegni, conferenze, incontri etc. cui i soci partecipano gratuitamente (o con notevoli sconti) e da cui possono trarre spunti innovativi per la professione, in funzione di un confronto sui temi di attualità e sulle innovazioni future. Anche la redazione di articoli scientifici, pubblicazioni, pareri tecnici su riviste periodiche, porta alla promozione dello scambio di informazioni e all'aggiornamento delle conoscenze dei Soci sulle principali evoluzioni tecniche annunciate o già applicate. AICT vuole anche offrire ai suoi Soci una costante comunicazione attraverso la newsletter bimestrale a cura della Federazione AEIT e i continui aggiornamenti sulle iniziative e manifestazioni promosse dall'Associazione.

Questa sua natura vuol far sì che l'Associazione diventi uno dei punti di riferimento nel panorama del settore, anche per le istituzioni pubbliche, per quanto riguarda la formulazione di nuove normative e per ciò che attiene alla difesa delle istanze degli operatori.

Molto importante anche il sostegno che l'Associazione vuole dare ai giovani (già operanti o in procinto di entrare nel mondo ICT), aiutandoli innanzitutto nelle prime fasi d'inserimento nel lavoro e favorendone poi l'aggiornamento professionale in un settore caratterizzato da una costante e significativa evoluzione.

Unisys, come portare l'innovazione nella Pubblica Amministrazione

Unisys fornisce servizi e soluzioni di Information Technology in tutto il mondo, mettendo a disposizione dei propri clienti l'esperienza maturata nell'ambito della consulenza, della system integration, dell'outsourcing, delle infrastrutture e della tecnologia server. Unisys supporta i propri clienti rendendo più affidabili le loro attività di business e dando visibilità ai processi in atto e all'impatto delle possibili decisioni, in modo da valutare le opportunità e calcolare i rischi ancor prima che vengano effettuati i relativi investimenti.

Unisys collabora, inoltre, con importanti Partner che offrono le migliori tecnologie e i servizi più avanzati e la sua offerta è rafforzata da alleanze con aziende leader del settore IT.

La società ha una profonda conoscenza delle soluzioni server che sono in grado di gestire un alto numero di transazioni in piena sicurezza. In questo modo, è in grado di affiancare i propri clienti offrendo loro efficienza operativa, ridotta complessità, maggiore produttività e affidabilità.

Il business di Unisys si concentra in diversi ambiti:

- **Sicurezza:** aiutando i clienti a salvaguardare le proprie attività, siano esse riferite a persone, luoghi, beni o dati, apportando così maggiore affidabilità e riduzione dei rischi
- **Data Center Transformation and Outsourcing:** incrementando l'efficienza e la capacità di utilizzo dei data center
- **End User Outsourcing and Support Services:** potenziando il supporto che i clienti offrono a utenti finali attraverso i dispositivi e PC desktop in loro possesso grazie a una struttura di supporto globale
- **Application Modernization and Outsourcing:** modernizzando le applicazioni aziendali mission-critical

In linea con il proprio impegno per lo sviluppo di soluzioni in grado di far fronte alle esigenze del mercato, Unisys offre servizi all'avanguardia per la pianificazione, la progettazione e l'implementazione di ambienti Cloud, con l'obiettivo di accrescere le potenzialità dei data center, pur continuando ad avvalersi dell'infrastruttura IT già presente in azienda. Soluzioni

in grado di fornire la necessaria flessibilità e la reattività necessarie al raggiungimento degli obiettivi di business.

Il Cloud Computing è infatti in testa alla priorità dei CIO e sta registrando una significativa accelerazione nell'adozione, passando dai progetti pilota alle implementazioni di produzione, con i cloud privati per applicazioni di produzione specifiche destinati a fare da apripista. Elemento questo che costituirà un passaggio chiave verso un uso più esteso di ambienti cloud pubblici nei prossimi due o tre anni.

Permane ancora infatti, presso molte organizzazioni, la preoccupazione a spostare i dati sensibili verso ambienti basati su Cloud pubblici. La sicurezza dei dati in questi contesti si conferma quale elemento essenziale, e le tecnologie a supporto costituiscono una forte area di sviluppo.

In questo ambito, Unisys fornisce Unisys Secure Private Cloud, una soluzione che offre un insieme unico di funzionalità di automazione che lo rendono facile da implementare e da utilizzare. Unisys Secure Private Cloud funziona sia con server virtualizzati che non virtualizzati e fornisce scalabilità ed efficienza.

I mercati verticali e la Pubblica Amministrazione

Facendo leva sulle competenze acquisite nella gestione delle infrastrutture e dei servizi IT mission-critical, nell'OLTP (OnLine Transaction Processing) e nell'ambito della sicurezza, Unisys propone, attraverso le proprie Business Unit specializzate e i servizi di consulenza IT, soluzioni specifiche rivolte ai diversi mercati verticali, per i quali ha sviluppato competenze, applicazioni e strumenti specifici.

Fra i mercati verticali per i quali la società declina il proprio business anche quello della Pubblica Amministrazione, sia Centrale che Locale. Tra i clienti a livello globale annovera il Governo US. Da più di 50 anni, infatti, Unisys gode della fiducia del Governo Federale degli Stati Uniti e non solo. Istituzioni di tutto il mondo, enti governativi centrali e locali in Italia, hanno fiducia in Unisys perché in grado di aiutarli a ottimizzare l'organizzazione, proteggere i propri dati, i propri sistemi e, di conseguenza, i cittadini.

NODES s.r.l. fornisce prodotti soluzioni e competenze in aree caratterizzate da ritorni di investimento rapidi ed elevati.

Le proposte

Analizzare e migliorare i processi di business

Integra prodotti di **Microsoft e di Global360** per documentare processi, simularne le prestazioni, verificarne le convenienze in scenari alternativi, supportare la progettazione dei sistemi.

Migliorare la qualità dei dati aziendali.

Propone soluzioni basate sui prodotti del leader di mercato (**Trillium Software**), che permettono profilazione, misurazione, normalizzazione, raggruppamento, deduplica, arricchimento dei dati (con i file postali aggiornati di tutti i paesi del mondo).

Sicurezza

Realizza soluzioni che rendono visibili in tempo reale le caratteristiche di tutti i dispositivi connessi alla rete (**Insightix Visibility**) controllando in tempo reale le autorizzazioni d'accesso (**Insightix NAC**) nel rispetto delle regole di compliance e delle politiche aziendali

Fornisce soluzioni di gestione degli End Point (**Tivoli End Point Manager e tecnologie BigFix**), con funzionalità avanzate di automazione e sicurezza: 'Patch Management', 'Security Configuration and Vulnerability Management' 'Energy reduction', Software Usage Monitoring and Analysis; Antivirus, Firewall.

Fornisce soluzioni di 'strong authentication' (**RSA**)