

SB Italia, l'importanza business intelligence per le PMI

3 Febbraio 2016 Scritto da Luca Rodolfi



1

G+

1

G+ Condividi

1

Mi piace

Condividi

Tweet

Pin it

Luca Rodolfi, responsabile della divisione di business intelligence di SB Italia, evidenzia l'importanza strategica della BI e dell'analisi dei dati per le PMI.

Nel 2016 tornerà finalmente a crescere dello +0,7% il budget ICT a disposizione delle imprese italiane, dopo anni di calo o di stabilità negli investimenti. A dirlo è la ricerca della Digital Innovation Academy del Politecnico di Milano, che ha coinvolto oltre 230 CIO delle principali imprese italiane. **Ma come verranno investiti? Quali sono i settori ICT sui quali le aziende italiane decideranno di puntare? Business intelligence e Big data Analytics, digitalizzazione e dematerializzazione, sistemi gestionali e ERP sono principali ambiti di investimento per il prossimo anno, sempre secondo il rapporto.**

Sul gradino più alto del podio, **la Business Intelligence, che rappresenta una formidabile sfida sotto molti punti di vista. Le aziende iniziano a rendersi conto del vantaggio competitivo che il dato può portare, perché la capacità di analisi dei dati trasforma, in meglio se correttamente utilizzati, il business.**

Secondo Luca Rodolfi, responsabile della divisione di business intelligence di SB Italia, società specializzata in soluzioni IT per la gestione, l'integrazione e l'ottimizzazione dei processi aziendali, sono 3 i principali trend che il mercato della Business Intelligence seguirà nel corso del 2016.

Aumento dei budget. I dati forniti dalla ricerca supportano questa tesi: che nel 2016 l'ambito della Business Intelligence / Big Data Analytics sarà la priorità di investimento per il 44% dei CIO Italiani. Le prime aziende a seguire questo trend saranno quelle di grande dimensione.

Perché aumentare il budget proprio in questo settore?



Luca Rodolfi

La spiegazione che ci possiamo dare è quella che le aziende si sono finalmente accorte del vantaggio competitivo raggiunto dai propri concorrenti che, per primi, hanno adottato processi decisionali che tengono conto dell'analisi dei dati. Nel 2016 la Business Intelligence inizierà a contagiare anche le PMI. E' innegabile il vantaggio di chi imposta processi decisionali sulla base dell'analisi dei dati.

Personalizzazione dei servizi di BI, ovvero **“SMART BI”**. **Come in tanti settori, non sempre una soluzione che si rivela la migliore per una realtà è applicabile, con lo stesso successo, ad una altra.**

Noi crediamo che un approccio “Smart BI” sia quello da preferire in tutte le situazioni in cui si ha la necessità di procedere per fasi di progetto e in cui la delivery rapida è prioritaria rispetto alla definizione di un’architettura enterprise. Spesso la scelta della SMART BI rappresenta la fase iniziale di un più ampio progetto di Business Intelligence, consente di “toccare con mano” le funzionalità che soluzioni avanzate di analisi e reporting possono fornire e permettono di testare le competenze del nostro team di BI.

Questo approccio è totalmente orientato all’utente finale in una modalità definita “agile”, in cui si predilige la costruzione delle informazioni collaborando a “quattro mani” (cliente e consulente), rispetto alle attività tipiche di una rigorosa definizione di una struttura BI estesa.

No al fai-da-te. Le aziende spesso pensano di avere al proprio interno le competenze necessarie per cimentarsi con la BI. Nella maggior parte dei casi però non è così: concetti convenzionali ed obsoleti spesso ostacolano la corretta valutazione delle potenzialità dei dati a disposizione. Un recente studio di Gartner stima che entro il 2017 le figure deputate a compiti di analisi dei dati all’interno delle aziende avrà a disposizione a strumenti self-service per gestire i dati. Quali saranno i vantaggi? Ma, soprattutto, le aziende sono pronte a fare proprio questo nuovo approccio? Secondo Gartner, la risposta è negativa: fino alla fine del 2016, infatti, meno del 10% delle iniziative BI self-service saranno soddisfacenti, ovvero in grado di evitare incoerenze potenzialmente dannose per il business.



Luca Rodolfi

Mai dimenticare che i dati rappresentano senza dubbio un’enorme opportunità, ma anche un altissimo fattore di rischio, se non vengono utilizzati correttamente. Un esempio? Decisioni prese sull’onda delle emozioni perché “i dati dicono che dobbiamo muoverci così”, rappresentano un pericolo, reale e concreto, di compiere scelte avventate, con effetti potenzialmente devastanti sul business