

L'intelligence è ovunque

L'attuale momento di crisi ha spinto lo sviluppo di soluzioni per l'analisi delle realtà aziendali alla ricerca di eccellenze e criticità. Un incremento che per IDC si manterrà all'8,4% annuo fino al 2015. Tutti i settori di mercato sono interessati: vediamo insieme qualche esempio **di Michele Lovati**

L'odierno contesto economico ha spinto le aziende a conoscere sempre più a fondo sia le proprie realtà sia il contesto nel quale operano per sopravvivere al momento congiunturale negativo, cercando di mantenere livelli di redditività il più possibile soddisfacenti. Tutti i settori di mercato, e tutte le aree aziendali, hanno visto lo sviluppo di soluzioni di Business Analytics che, sfruttando al meglio i dati presenti nei sistemi informativi, hanno contribuito all'ottimizzazione dei processi, alla riduzione dei costi, all'incremento delle prestazioni, al miglioramento del servizio e dei rapporti con clienti e fornitori.

LA CONFERMA DI IDC

IDC (www.idc.com) stima che il mercato globale dei servizi legati alla Business Analytics aumenterà a un tasso annuo di crescita composto dell'8,4% tra il 2010 e il 2015. Il mercato del software di Business Analytics, che guida la crescita dei servizi a esso correlati, è stimato da IDC essere una priorità per gli investimenti nelle organizzazioni in tutti i settori industriali. La prevista crescita del mercato è legata al momento economico, in lieve ripresa dopo la crisi degli anni scorsi, all'ampliamento degli utenti delle soluzioni di analisi, destinato a crescere ancora, all'utilizzo sempre

più massiccio di dispositivi mobili sui quali possono essere utilizzati gli strumenti di analisi, alla domanda di soluzioni di analisi per migliorare i processi di business, che rimarrà forte fino al 2015. L'aumento del volume di dati che possono essere analizzati è cresciuto in modo esponenziale e anche le fonti si sono ampliate. Ai tradizionali sistemi, infatti, si sono aggiunti i social network e i più disparati dispositivi elettronici, al punto che si sono rese necessarie nuove definizioni dei volumi di dati: dopo i terabyte e gli exabyte, si parla oggi anche di zettabyte, unità che rappresenta un trilardo di byte (un numero che corrisponde a 10 alla ventunesima!). Questo fenomeno, denominato "big data", rende inefficaci le tradizionali soluzioni hardware e software, spingendo verso un sempre più massiccio utilizzo di piattaforme di Cloud computing, che aiutano a risolvere i problemi tecnici nell'analisi di archivi di queste dimensioni. Nelle aziende con più di 1.000 dipendenti, una ricerca di IDC ha mostrato che quasi il 70% degli intervistati si aspetta un aumento significativo del numero di progetti di Analytics presenti nelle proprie aziende nei prossimi 12 mesi: questo si tradurrà in grosse opportunità per i fornitori di servizi operanti nel settore. Sempre la società di analisi e ricerche ritiene che la domanda di Analytics rimarrà forte anche in futuro: al momento non è prevista una recessione, ma se la ripresa economica dovesse mantenersi agli attuali tassi di crescita ci potrebbero essere riduzioni di investimenti anche significativi.

ALCUNE IMPLEMENTAZIONI NELL'INDUSTRIA

Le implementazioni di soluzioni di Business Analytics, come detto, sono numerose in tutti i settori dell'economia, nell'industria, nei servizi e anche nel finance. «Le soluzioni di Business Intelligence - conferma **Romeo Scaccabarozzi, president di Axiante** (www.axiante.com) - sono in continua evoluzione per rispondere alle



Romeo Scaccabarozzi
president
di Axiante



Simone Fiocchi
president
di Iconsulting



Roberto Boselli
Cio
di PFG

Le implementazioni di soluzioni di Business Analytics sono numerose in tutti i settori dell'economia

nuove esigenze delle aziende. In un contesto nel quale le organizzazioni sono sempre più orientate verso un approccio collaborativo, è necessario che la BI diventi interattiva permettendo non solo di estrapolare e analizzare i dati, ma di aggiornare continuamente gli indicatori e le informazioni, facilitando così un processo discussivo tra persone e reparti diversi». Axiante sta realizzando un progetto di Interactive BI per **Jeppesen** (www.jeppesen.com/index.jsp), multinazionale americana controllata dal Gruppo Boeing, leader mondiale nell'ambito dei servizi cartografici e di supporto alla navigazione aerea, marittima e ferroviaria. «Stiamo sviluppando applicazioni fortemente interattive che permettano il dialogo tra le diverse sedi, semplificando il processo di integrazione tra i vari Paesi e reparti del

gruppo - aggiunge Scaccabarozzi -. In questo modo, si ottimizzano i processi decisionali aziendali grazie alla possibilità di avere una visione univoca e completa dei dati di business di aree organizzative anche lontane tra loro per obiettivi e strategie». Un altro interessante progetto, nell'industria meccanica, è quello sviluppato da **Ducati Motor Holding** (www.ducati.it) in collaborazione con **Iconsulting** (www.iconsulting.biz). Il progetto si è sviluppato in tre aree principali: la definizione del Budget Economico di Gruppo, di quello della Ricerca e Sviluppo, e la generazione automatica dei conti profit & loss. La ristrutturazione dell'applicazione del Budget Economico di Gruppo ha implementato una nuova applicazione di budget che partiva da una revisione del modello, degli oggetti e delle logiche di business presenti all'interno dell'applicazione. Il sistema centralizzato ha consentito la distribuzione delle maschere Web per la raccolta dei dati previsionali, centralizzando verso il Controllo di Gestione l'accesso all'intero patrimonio informativo utile al reporting e all'analisi degli scostamenti. A oggi, grazie a questo sistema, la definizione del budget è un processo fortemente strutturato e con dati più coerenti. Lo strumento sviluppato da Iconsulting per la gestione del budget di Ricerca e Sviluppo permette di pianificare e controllare con precisione i costi legati agli investimenti in quest'area. Mentre in precedenza era molto oneroso per il Controllo di Gestione reperire le informazioni relative ai costi da sostenere per la progettazione del motore e del veicolo, per l'industrializzazione, e le attività di sperimentazione, oggi, grazie anche alla facilitata comunicazione tra le diverse figure aziendali, l'allocatione di tutte le spese necessarie alla prototipazione viene gestita in modo puntuale. «Grazie a questo sistema ora - spiega **Daniel Bellini, Cio di Ducati Motor Holding** - il processo di budgeting è gestito in maniera veloce e affidabile». «Tassello fondamentale dell'architettura complessiva - aggiunge **Simone Fiocchi, presidente Iconsulting**

- è la generazione automatica di un Conto Economico molto attendibile, grazie alla tecnologia Oracle Essbase. Questo può essere riclassificato secondo destinazioni economiche differenti, in modo autonomo dagli utenti». Tale nuova implementazione aiuta ad accelerare la chiusura mensile, facilita diversi raggruppamenti analitici dei conti e permette una navigazione dei dati per società e linea di business, arrivando fino al dettaglio della singola registrazione contabile.

La BI è utile anche in altre aree aziendali. È il caso di **Poltrona Frau Group** (PFG - www.poltronafraugroup.com), che unisce Poltrona Frau, Cassina e Cappellini, leader mondiali dell'arredamento di alta gamma, che realizzano prodotti diversi con logiche di gestione dei processi logistici-produttivi differenti. È evidente la complessità di analisi dei dati e confronto tra singolo brand e Gruppo. **Roberto Boselli, Cio di PFG**, ha scelto **Altea** (www.alteanet.it) come partner strategico cui affidare l'implementazione del sistema di BI per mettere a fattor comune le principali dimensioni di analisi per PFG. Particolare attenzione è stata rivolta agli Acquisti per migliorare e monitorare l'efficienza e quindi la marginalità. **Elena Viganò, responsabile della piattaforma BI**, ha accolto la sfida con l'obiettivo di ottenere una lettura unificata dei dati. L'ufficio Acquisti può oggi estrarre in tempo reale il costo di acquisto di ogni articolo a livello di Gruppo e confrontarlo sull'arco temporale: tutti gli item dei differenti brand sono stati associati a classi merceologiche comuni a PFG, sulla base delle quali viene calcolato il costo medio, ponderato in relazione alle effettive quantità di acquisto; il tutto anche via Web grazie a Microsoft SharePoint. «L'obiettivo 2012 del progetto BI - afferma Elena Viganò - consiste nel realizzare cruscotti di controllo di gestione complessi, a partire dai conti economici consolidati per arrivare all'analisi di dettaglio della marginalità effettiva sul singolo articolo venduto». L'innovazione tecnologica è una costante in PFG, che, dopo aver rilasciato le proprie App per iPhone



Elena Viganò
responsabile
della piattaforma BI
di PFG



Marco Appiani
responsabile dati
e reporting
di Rina



Davide Tobaldini
IT manager
di Pulitalia

L'introduzione di dispositivi mobili abilitati per sfruttare le dashboard non pregiudicherà la sicurezza

e iPad, non nasconde di voler adottare applicazioni *mobile* per la BI in tempo reale.

La BI può essere usata anche per classificare le navi: è quanto accade presso **Rina** (www.rina.org), società operativa del Registro Italiano Navale, le cui principali aree di attività sono la classificazione di navi, le attività di certificazione e i servizi avanzati all'industria. «La vera BI, intesa come reportistica evoluta - afferma **Marco Appiani, responsabile dati e reporting di Rina** -, fa il suo ingresso nella nostra organizzazione nella seconda parte degli anni 90». All'inizio grazie a Hummingbird, sostituito poi da **MicroStrategy** (www.microstrategy.it), oggi adottato come piattaforma di BI a livello corporate, andando a soppiantare anche Interactive Reporting di Hyperion. Prosegue Appiani: «La scelta è caduta sul

software di MicroStrategy, perché da una parte le funzionalità disponibili lo ponevano tra le migliori piattaforme di BI sul mercato, dall'altra abbiamo valutato positivamente il fatto che MicroStrategy era l'unico fornitore a disporre di una piattaforma omogenea, non derivante dall'integrazione di software di diversi produttori a seguito di acquisizioni e/o fusioni. Così, a partire dalla metà del 2010, abbiamo migrato da Hummingbird, e Hyperion. Presto tutto convergerà sulla nuova piattaforma MicroStrategy». L'adozione di strumenti BI più sofisticati e l'introduzione nel prossimo futuro di dispositivi mobili abilitati per sfruttare le dashboard (già oggi i manager di Rina utilizzano smartphone BlackBerry) non pregiudicherà la sicurezza. In tutti questi anni, infatti, lo sviluppo del datawarehouse e dei report si è basato su fondamenta molto solide: la struttura dei dati, la gerarchia degli uffici e le relative responsabilità sono stati modellati con particolare attenzione e oggi qualsiasi nuovo strumento (sia esso un report o una dashboard) viene calato in una struttura sicura e collaudata. «Parte del merito di questo elevato livello di sicurezza - conclude Appiani - va attribuito a MicroStrategy, che è stato il primo software della sua categoria che attraverso l'uso del single sign on consente di identificare qualunque utente e di assegnarlo a un gruppo gestionale predefinito. L'utente ha quindi accesso a un determinato insieme di folder contenenti i report e tramite l'uso dei filtri, al solo insieme dei dati di competenza».

SERVIZI E FINANZE

Gestire una realtà complessa è più semplice con la BI. È il caso di **Pulitalia** (www.pulitalia.it): nata come azienda produttrice di detersivi, macchinari, attrezzature e monouso per la pulizia industriale, ha saputo qualificarsi come punto di riferimento per il cliente, adeguandosi alle richieste del mercato, e con un'intensa e produttiva attività di ricerca e sviluppo. Da sempre i prodotti Pulitalia offrono la soluzione ideale, in termini di costo e di efficacia, a ogni problema

di detergenza. Accanto al successo del suo prodotto, Pulitalia ha saputo elaborare e costruire un innovativo sistema di servizi che qualifica l'azienda come partner elettivo dei propri clienti e come gruppo industriale di spicco nel mercato europeo. A Pulitalia, infatti, si sono affiancate altre aziende di successo, come PerFormare e Coffee Company, con il suo brand Caffè Vero. Ci dice **Davide Tobaldini, IT manager di Pulitalia**: «Una struttura di questo tipo presenta una gestione della struttura commerciale complessa, vantando circa 200 agenti. Tramite la soluzione di Business Intelligence "Galileo EPM" (Enterprise Performance Management) proposta da **Sanmarco Informatica** (www.sanmarcoinformatica.it), si è creata una struttura che permette di monitorare budget, vendite, gestione crediti, acquisti e provvigioni. La fruibilità di applicazioni di questo tipo su piattaforme mobile ha favorito l'inserimento delle nuove applicazioni anche al personale meno esperto a livello informatico».

Gli Analytics sono utilizzati anche nella distribuzione di libri e prodotti editoriali. È il caso di **Fastbook** (www.fastbook-spa.it), società leader in Italia nella vendita all'ingrosso di prodotti editoriali, con una presenza sul territorio nazionale di 5 magazzini, una gestione di oltre 6.000 clienti e oltre 1.200 nuovi titoli ogni settimana. Fastbook ha una mission ben precisa, quella di avvicinare nello spazio e nel tempo i propri magazzini ai diversi clienti sparsi su tutto il territorio nazionale attraverso l'ottimizzazione di logistica, assortimento e informatizzazione. Per farlo ha deciso di implementare una soluzione di Business Intelligence con **Horsa Business Analytics** (www.horsa.it) come partner per lo sviluppo del progetto. «La volontà di implementare un progetto di Business Intelligence - afferma il responsabile dei SI di **Fastbook Tommaso Giorgi** - nasce dall'esigenza di avere uno strumento in grado di centralizzare la grande mole di dati che generiamo e di fornire indicatori aggiornati sulla base dei quali poter prendere le migliori deci-



Nicola Basso
responsabile
di Horsa Business
Analytics



Livio Franco
credit manager
di FGA Capital



Fabio Nalucci
sales director
di i4C

Grazie alla BI si possono ottimizzare le giacenze di magazzino e migliorare il livello di servizio ai clienti

sioni strategiche». Il progetto parte inizialmente con l'implementazione di modelli di controllo per indicatori di Magazzino per estendersi successivamente alla parte Acquisti e Vendite. Aggiunge **Nicola Basso, responsabile di Horsa Business Analytics**: «Per dare a Fastbook una risposta alle loro esigenze abbiamo deciso di utilizzare la tecnologia QlikView e i nostri moduli di analisi preconfigurati. Grazie alla soluzione sviluppata, Fastbook può ottimizzare le giacenze di magazzino e migliorare ulteriormente il livello di servizio ai propri clienti». Grazie al successo del progetto, Fastbook e Horsa Business Analytics intendono sviluppare nuovi ambiti di applicazione innovativi, tra cui simulazioni su dati di vendita e la Mobile Business Intelligence su iPad.

Soluzioni di BI sono molto utilizzate an-

che nel settore finance per gli scopi più diversi. Un esempio di applicazione legata al credito al consumo è il progetto implementato in **FGA Capital** (www.fgacapital.com), società finanziaria specializzata nel credito al settore automobilistico, joint-venture tra il Gruppo Fiat e Crédit Agricole. Presente con una rete di controllate nei maggiori Paesi europei, opera in Italia su tre principali linee di business: leasing e credito al consumo, erogato tramite il marchio Sava, finanziamento alla rete dei concessionari Fiat e noleggio a lungo termine per flotte aziendali. Completa questa gamma di attività il supporto finanziario alle vendite per alcuni dei più prestigiosi marchi automobilistici, come Jaguar, Land Rover, Chrysler Jeep e Dodge. Il calo delle vendite che nell'ultimo periodo ha contrassegnato il mercato automobilistico non ha mancato di esercitare un impatto negativo anche nel settore del credito, con una netta diminuzione delle richieste di finanziamento, e ha spinto il management di FGA Capital ad attuare una decisa strategia volta a massimizzare la redditività delle operazioni, cercando di estendere il ventaglio di offerta con prodotti aggiuntivi, come le garanzie assicurative, e di migliorare l'efficienza dei processi per agire sulla leva dei costi. La scelta della strumentazione **SAS** (www.sas.com/italy) si è rivelata determinante per il team di Credit & Customer Management di FGA Capital che, in collaborazione con **Nunatac** (www.nunatac.it), partner di SAS con una forte specializzazione in tema di Business Analytics, ha acquisito un patrimonio ormai consolidato di competenze nell'applicazione delle più avanzate tecniche analitiche. «La nostra scelta è stata dettata dalla leadership che SAS ha conquistato nel campo degli Analytics - sottolinea **Livio Franco, credit manager di FGA Capital** -. Abbiamo utilizzato le soluzioni SAS per sviluppare i modelli correlati ai processi di credito, dal calcolo del rating alla probabilità di default fino alla misura dell'esposizione al rischio, e quelli orientati alla profilazione dei clienti per la funzione marketing». L'utiliz-

zo di modelli di propensione al riacquisto ha consentito di migliorare la retention anche del 50% su specifiche campagne. Un risultato particolarmente eclatante nell'applicazione degli Analytics è l'attività connessa con la prevenzione delle frodi.

TELECOMUNICAZIONI E AFFINI

Uno dei settori dove sono numerose le applicazioni di BI è quello delle telecomunicazioni. Un progetto interessante è stato sviluppato in **Wind** (www.Wind.it) per supportare la nuova strategia di gestione della customer base. La riduzione delle penali di abbandono e la moltiplicazione delle attività di cross e up-selling hanno reso indispensabile l'ottimizzazione delle campagne commerciali. Wind si è affidata a **i4C** (www.i4c.it) con l'obiettivo di introdurre nei propri processi le Advanced Analytics. «Abbiamo elaborato un modello di previsione del churn dello small business per indirizzare con precisione le azioni di retention e ottimizzarne i costi - spiega **Fabio Nalucci, sales director di i4C** -. Integrando la previsione di abbandono con le propensioni e il valore del cliente, Wind è ora in grado di anticiparne i comportamenti e ottimizzare le campagne». I benefici sono stati immediati. Una campagna di prevention sul 10% delle Sim a più alto score di propensione ora colpisce il 32% dei clienti a rischio di churn, invece del 10% raggiungibile in precedenza: l'efficacia delle campagne è quindi triplicata a parità di costi. **Alessandro Malagigi, head of customer base management di Wind**, afferma: «Abbiamo trovato in i4C il Business Analytics partner in grado di supportarci in ogni problematica analitica, grazie alla conoscenza del mercato e all'esperienza nelle Analytics».

Restando sempre nel settore delle telecomunicazioni mobili, la divisione **Networking Delivery & Operations di Vodafone** (www.vodafone.it) ha sfruttato la semplicità di utilizzo di Targit BI Suite e la sua applicabilità a qualunque processo o area aziendale per sviluppare un'applicazione per la misurazione degli stati di avanzamento progetti.



Roberto Butinar
Ceo
di Targit Italia



Beppe Durante
Cio
di PhonEtica

I modelli di propensione al riacquisto hanno permesso di migliorare la retention del 50% su alcune campagne

«È stato deciso di procedere alla realizzazione di un sistema integrato che prendesse il posto di diverse fonti informative eterogenee preesistenti, forzando in questo modo la necessità di arrivare alla produzione di un dato affidabile, aggiornato e condiviso - spiega **Roberto Butinar, Ceo di Targit Italia** (www.targit.com) -. L'attività quindi si è articolata secondo due direttrici: consolidare i sistemi di tracciamento a monte del sistema di Business Intelligence; realizzare un sistema unico a valle che fornisse un'unica versione dei fatti, con reportistica e analisi facilmente fruibili da parte del gruppo di lavoro e in generale dall'organizzazione Vodafone». Gli obiettivi, raggiunti, sono stati quelli di: velocizzare la produzione di reportistica periodica da parte dell'unità centrale di controllo; rendere accessibili in modo semplice informazioni di sintesi, ma all'occorrenza anche di dettaglio, ai manager, in base alle loro specifiche aree di responsabilità; produrre notifiche e alert mirati.

Sempre nelle telecomunicazioni, spostandoci nel settore dei servizi di Business

Process Outsourcing (Bpo) delle comunicazioni telefoniche in ingresso e in uscita, da segnalare il sistema di Datawarehouse sviluppato da **Skylab Italia** (www.skylab-italia.it) per **PhonEtica** (www.phonetica.it). «Nell'attuale periodo di sofferenza economica le aziende si organizzano anche esternalizzando la gestione di alcune attività e PhonEtica guida il mercato del Bpo creando valore - illustra **Beppe Durante, Cio di PhonEtica** -. Il Bpo abbatte i costi aziendali conservando le energie dell'impresa per concentrarle sulle competenze centrali del business». Nel rispetto della sua mission, PhonEtica ha chiesto a Skylab Italia di ottimizzare i suoi processi di datawarehousing per migliorare la gestione e l'analisi delle informazioni del call center inbound. Il sistema Dwh progettato e implementato da Skylab Italia è in grado di governare i dati relativi alle chiamate inbound, agli operatori e ai gruppi, alle attività degli operatori di call center oltre alle informazioni dei clienti. Il set di informazioni gestite alimentano il modello dimensionale dei dati previsto per il Dwh garantendo analisi consistenti, Kpi "parlanti" e un reporting adeguato agli utenti di sistema. «Skylab Italia - aggiunge Durante - ha creato per noi di PhonEtica un Dwh che risponde a tutti gli obiettivi richiesti, semplificando l'accesso alle informazioni attraverso presentazioni fruibili, coerenti e consistenti supportando un decision making efficace». Restando nel campo delle comunicazioni, da segnalare il progetto di **Board** (www.board.com) per **Rai Way** (www.raiway.it). «Allo scopo di presidiare il mercato in modo più immediato ed efficace - racconta **Andrea Maderna, sales director di Board Italia** -, la RAI ha costituito nel '99 la Rai Way, società che cura il trasporto e la diffusione dei segnali radiofonici e televisivi. La Rai Way, dovendo fronteggiare una concorrenza e un mercato in continua crescita ed evoluzione, sentiva l'esigenza di un progetto di Cost Accounting basato su uno

strumento di analisi che fosse rapido nei tempi di risposta e affidabile e semplice da utilizzare». La scelta di Board rispondeva a queste necessità. «Poiché i servizi erogati in Rai Way si differenziano in base ai circuiti in cui vengono incanalati - aggiunge Maderna -, l'esigenza era quella di utilizzare driver di allocazione diversi in base alla tipologia di prestazione considerata, quindi il primo step del progetto è stato la determinazione dei costi. I costi sono stati associati a delle percentuali, legate a loro volta a differenti tipologie di servizi e a singole prestazioni. In questo modo si è pervenuti a un'allocazione dei costi tramite driver standard, definiti sulla base di ipotesi sulle condizioni normali di operatività e di consumo delle risorse». Con Board si è realizzato quindi un sistema "intelligente", che considera dinamicamente le attività svolte, i volumi della produzione e i budget di vendita.



Enrico Bellinzona
partner
di Ecos



Marina Iannucci
responsabile del servizio
pianificazione, controllo
e data management
dell'Ospedale Pediatrico
Bambino Gesù

UN'APPLICAZIONE NELLA SANITÀ

L'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma (www.opedalebambinogesu.it), il più grande policlinico pediatrico italiano, negli ultimi anni ha sviluppato la necessità di nuovi strumenti di reportistica per il processo di budgeting che sostituissero i fogli elettronici,

non più adeguati alla crescente complessità dell'organizzazione. All'inizio del 2009 fu così presa la decisione di estendere l'utilizzo degli strumenti **IBM Cognos** (www.ibm.com/it), che già avevano mostrato la propria efficacia con l'introduzione delle "balanced scorecard", anche al planning: il Servizio Pianificazione, Controllo e Data Management.

Dopo un'attenta valutazione il Bambino Gesù ha deciso di affidarsi per l'implementazione del progetto a **Ecos** (www.ecos2k.it), azienda business partner di IBM, specializzata in Business Intelligence e Performance Management e che fa parte del network **Dedagroup** (www.dedagroup.it), che ha da tempo acquisito una solida competenza sugli strumenti IBM Cognos. «Pienamente operativo dal settembre 2009 - spiega **Enrico Bellinzona**, partner **Ecos** -, il sistema viene oggi utilizzato da tutti i responsabili delle unità operative e dei servizi dell'Ospedale, con nuovi moduli di acquisizione dati implementati nel corso del 2010. Tra i vantaggi riscontrati troviamo l'integrazione perfetta con gli applicativi gestionali e le aree bilancio, tempi di analisi e di elaborazione del budget ridottissimi e crescenti risparmi grazie a previsioni di spesa più accurate. «Dal momento di comunicazione delle previsioni, nell'arco di un giorno si riesce a elaborare il bilancio, cosa che prima era impensabile - conferma **Marina Iannucci**, responsabile del servizio pianificazione, controllo e data management dell'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù -. E sempre con la massima affidabilità e accuratezza dei dati. Inoltre, l'accresciuto livello di dettaglio nelle analisi ha aumentato ulteriormente il grado di responsabilizzazione del personale medico». Per il budget 2012 vi è l'intenzione di implementare ulteriormente il nuovo sistema con la pianificazione degli investimenti e con il costo del personale, prevedendo la possibilità di simulare cambiamenti nell'organico. «Grazie alla vocazione all'innovazione propria dell'Ospedale e alle soluzioni tecniche e al supporto operativo fornito - prosegue Iannucci -, il progetto è andato a buon fine in tempi ristretti».

DM



Mauro Pomer, manager Business Analytics di Brain Force

L'EVOLUZIONE DELLA BI SECONDO BRAIN FORCE

I processi decisionali delle aziende sono sempre più orientati alla verifica delle strategie e alla valutazione di scenari alternativi. Alla luce di questi cambiamenti, le metodologie di Business Intelligence hanno dovuto migliorare la capacità di supporto ai processi decisionali spingendosi oltre le classiche funzionalità di analisi e reporting dei dati.

«Questa evoluzione - sostiene **Mauro Pomer**, manager business analytics di

Brain Force (www.brainforce.it) - prevede la capacità di identificare i dati relativi ai fenomeni aziendali rilevanti, di organizzarli in modo efficiente e di costruirne aggregazioni significative: ciò significa estrarre dati e renderli accessibili, ma anche sviluppare motori di allocazione e di calcolo in grado di recepire le regole dei processi di business e, quindi, generare informazioni fondamentali per i processi decisionali di impresa».

Brain Force ha sviluppato Swan, un prodotto che contiene tutte le funzionalità di ETL, Cost Allocation e Reporting finalizzate all'analisi della marginalità cliente-prodotto. Swan, interamente realizzato con tecnologia Sql Server, è particolarmente adatto alle aziende che hanno implementato SAP CO-PA senza raggiungere i risultati sperati.

«L'obiettivo delle tecnologie e delle metodologie di Business Intelligence - afferma Pomer - non è più soltanto la facilitazione dell'accesso, dell'analisi e della rappresentazione dei dati, ma anche l'elaborazione delle informazioni in scenari utili alla comprensione del passato, del presente e alla costruzione consapevole del futuro».