



La business intelligence mobile è qui (questa volta per lasciare il segno)

I primi segnali importanti nel 2007, poi la crisi... Ora la BI mobile è tornata, più forte di prima. Merito soprattutto di smartphone e tablet, e di applicazioni più adatte

di Marco Tennyson

Attenzione fornitori e utenti di soluzioni di business intelligence: questo settore sta cambiando sotto la consistente spinta di quattro trend, il più importante fra tutti riguardante la crescente diffusione di applicazioni aziendali su dispositivi mobili.

“Il mercato della business intelligence sta vivendo una graduale ma sostanziale evoluzione”, sottolinea Neil Chandler, analista di Gartner, in un report pubblicato pochi giorni fa dalla società di ricerca e consulenza americana. “Entro il 2014 la metamorfosi della business intelligence da disciplina report-centrica in mano all’IT sarà virtualmente completata in un gran numero di aziende”. Le soluzioni di BI saranno per allora viste come parte di un rinnovamento culturale del business, piuttosto che come meri progetti IT. E soprattutto saranno in mano, letteralmente in mano, a un numero sempre più grande di utenti.

Secondo Gartner, molte aziende rivedranno le applicazioni di BI e le soluzioni analitiche in uso. Cambieranno il modo di servirsene e di procurarsele. Cambieranno infine anche le modalità di approccio al processo decisionale.



In particolare, Gartner prevede che:

1 Entro il 2013, il 33% delle funzionalità BI sarà ‘consumato’ mediante dispositivi mobili.

2 Sempre entro il 2013, il 15% dei progetti BI aziendali combinerà soluzioni di business intelligence, di collaborazione e di social networking in ambienti

decisionali integrati.

3 Entro il 2014, il 30% delle applicazioni analitiche utilizzerà [tecnologie in memory](#) per consentire l'elaborazione di grandi quantità di dati e fornire risultati immediati.

4 Infine, sempre entro il 2014, il 40% della spesa aziendale in soluzioni di business analytics sarà riversata sui **system integrator** piuttosto che sui software vendor.

Gartner si sofferma soprattutto sul primo punto, sottolineando che il boom di dispositivi mobili intelligenti tra gli utenti finali - smartphone e tablet - e gli sforzi di innovazione condotti dai principali vendor porteranno con ogni probabilità alla nascita di un'enorme massa di (nuovi) utenti di BI mobile.

Stando a Gartner, la **prima vera ondata di BI mobile** riguarderà il porting degli attuali cruscotti e report sugli smartphone e i tablet. Questa prima fase, già in corso, durerà per un altro anno, per poi lasciare spazio a una **seconda fase**, che inizierà nel 2012, durante la quale aziende e vendor si focalizzeranno soprattutto sullo sviluppo di applicazioni analitiche mobili destinate a risolvere specifiche esigenze.

Nell'opinione di Gartner e di molti altri esperti, **la BI mobile allargherà notevolmente il bacino degli utenti di business intelligence**, per cui le aziende e i vendor dovranno cominciare a preoccuparsi di rendere le loro soluzioni ancor più vicine al tipo di utilizzatore che le impiegherà, utilizzatore che in gran parte non vorrà discostarsi dall'esperienza d'uso del dispositivo mobile già in suo possesso, sia esso un iPad, un iPhone, un BlackBerry, un tablet o uno smartphone Android.

Proprio per questo motivo molte funzioni IT aziendali stanno già oggi non solo progettando di aumentare il numero di applicazioni mobili rilasciate, ma anche le piattaforme sulle quali queste girano.

Un sondaggio su un campione di **250 CIO** condotto dalla divisione Sybase di SAP lo scorso mese di dicembre evidenzia in effetti che 9 responsabili IT su 10 rilasceranno nuove applicazioni mobili aziendali nel corso del 2011 e che il 58% di loro si aspetta di dover gestire da una a ben quattro diverse piattaforme mobili nell'arco dei prossimi dodici mesi.

Le aziende si stanno muovendo verso le applicazioni di business intelligence mobili perché, come accennato, da una parte **i nuovi dispositivi hanno sensibilmente migliorato il modo di visualizzare le informazioni grafiche** e, dall'altra, i fornitori hanno iniziato a commercializzare **software di BI più semplici e intuitivi**, ma soprattutto in grado di semplificare la resa visuale dei dati analizzati.

In realtà, non è soltanto da oggi che si è iniziato a parlare ad alta voce di BI mobile. Già nel 2007 un report di Aberdeen Group affermava che il 17% delle aziende di un campione analizzato quell'anno aveva iniziato a rilasciare dati di business intelligence su telefoni cellulari, e che il 78% lo avrebbe fatto l'anno successivo. All'epoca, inoltre, diversi fornitori del settore avevano già introdotto versioni mobili delle loro soluzioni di business intelligence. Ma poi...

Ma poi la recessione ha colpito duro in tutto il mondo, e molte aziende hanno abbandonato o rinviato i loro propositi. Contestualmente, però, **la crisi non è riuscita a fermare lo sviluppo di smartphone** e sistemi operativi mobili sempre più avanzati (in primis iOS di Apple e Android di Google), dispositivi che oggi sono perfettamente in grado di gestire sia come capacità elaborativa che come interfaccia grafica molte delle complessità della business intelligence.

E così, dopo lo stallo del 2008 e del 2009, nel 2010 le aziende hanno ricominciato a lavorare sul fronte della BI mobile. Sempre secondo Aberdeen, nel maggio del 2010 il 23% di quel campione intervistato già nel 2007 ha dichiarato di avere in funzione un cruscotto o un'applicazione di BI mobile, e un altro 31% si è detto intenzionato ad arrivarci entro il 2011.

Ma perché la BI mobile piace così tanto?

Poter visualizzare sul proprio iPad dati e report provenienti da sistemi aziendali di business intelligence basati su SAP BusinessObjects o IBM Cognos è molto più di un puro esercizio di stile.

Andrew Borg, l'analista che ha curato il sondaggio sulla BI mobile per conto di Aberdeen, ritiene che una delle motivazioni principali che sta spingendo le aziende di tutto il mondo a investire in applicazioni mobili di questo tipo sia la **possibilità di fornire capacità decisionali in tempo reale agli utenti**. "E questo significa maggiore efficienza operativa, tempi di reazione ridotti, flessibilità nei processi esecutivi, più produttività". In una parola: maggiore competitività.

Il noto marchio di abbigliamento Guess ha dotato di dispositivi mobili, nella fattispecie BlackBerry, i suoi responsabili di zona. Quello della moda, soprattutto la moda giovane cui si rivolge Guess, è un mercato estremamente 'veloce': ogni giorno c'è merce nuova. Grazie ai loro BlackBerry e a un sistema basato su software MicroStrategy, i responsabili sul campo di Guess possono visitare più negozi monomarca al giorno, analizzare le performance del punto vendita e comprendere immediatamente cosa funziona e cosa no, e quindi le tendenze in atto in quella particolare zona o città. Questo permette alla linea territoriale del management di Guess di reagire immediatamente per cogliere tutte le possibili opportunità di business.

L'esempio di Guess è solo uno dei tanti che cominciano a emergere. "Nei prossimi mesi vedremo spuntare tutta una **nuova generazione di applicazioni** per la forza vendita e per gli operatori sul campo", afferma Stephen Drake, analista di IDC. Secondo la società di ricerca, il BlackBerry è già uno dei dispositivi più utilizzati in questo senso, ma emergeranno prepotentemente applicazioni specifiche pensate per l'iPad di Apple.

Nel frattempo tutti i principali vendor - SAS, SAP BusinessObjects, IBM Cognos, Oracle, MicroStrategy, QlikView... - rilasceranno nuovi aggiornamenti delle loro soluzioni mobili di business intelligence. E l'offerta non riguarderà solo le dashboard e i moduli di reportistica, ma investirà anche il versante analytics. Samir Sakpal, analista di Frost & Sullivan, prevede che le **soluzioni analitiche mobili** si diffonderanno fuori dalle nicchie di mercato tradizionali, come il settore finanziario, per arrivare ad abbracciare tutte le industrie. "Questo perché aiuteranno le aziende a prendere decisioni più velocemente e a **innalzare la qualità del servizio offerto**".

Fraport AG è la società che gestisce l'aeroporto di Francoforte e altri scali tedeschi. Un po' come la nostra SEA per Linate e Malpensa. Fraport ha avviato un progetto di business intelligence per fornire ai propri operatori dislocati sul campo dati aggiornati ogni 5 minuti circa sugli orari dei voli in arrivo e in partenza, sul numero di passeggeri in transito, sui tempi di attesa alle biglietterie e ai controlli di sicurezza, e altre informazioni relative al tempo di permanenza in quello che è il terzo aeroporto più grande d'Europa.

Oggi oltre 800 addetti possono accedere dai propri **BlackBerry** a questi dati, che sono gestiti centralmente da un sistema **SAS**. "Quando i dirigenti possono avere informazioni immediate sulla situazione reale, possono prendere decisioni migliori per analizzare e risolvere eventuali criticità, e quindi offrire alla clientela, ovvero i passeggeri, un servizio migliore", afferma Dieder Steinmann, senior manager business systems di Fraport.

Per la versione mobile dell'applicazione, Fraport ha dovuto limitare l'ammontare di informazioni rilasciate sui BlackBerry, e chiaramente sacrificare parte di quei bei grafici e cruscotti utilizzati invece per la versione desktop. "Ma ci sono lo stesso tutti i dati che servono, ci sono subito e sono persino a colori", sottolinea Steinmann.

"**La business intelligence mobile è più funzionale** perché permette agli utenti di accedere alle informazioni quando e dove effettivamente queste servono, cioè nel momento esatto in cui devono essere prese delle decisioni, e non solo quando si è seduti davanti alla propria scrivania", sottolinea Andrew Borg di Aberdeen.

Il futuro è della BI mobile, aggiunge Borg, riferendosi anche al fenomeno iPad e a come questa nuova categoria di dispositivi, con i loro schermi più grandi,

possa fornire agli utenti una migliore esperienza d'uso rispetto agli stessi smartphone. **“La business intelligence mobile è una killer application per l'iPad”**, afferma l'analista di Aberdeen. **“Sono fatti l'una per l'altro”**.

I CIO e i software vendor devono trarre un insegnamento da Apple, conclude Borg. **“Il successo dell'iPhone e dell'iPad sta nel loro software, nel 'look & feel' incredibile che Apple ha saputo realizzare. Tutti dovrebbero cercare di mutuare nelle soluzioni di BI mobile quelle stesse caratteristiche di look & feel. Più un'applicazione di BI mobile si saprà adattare a questa nuova generazione di dispositivi, e più è probabile che gli utenti finali la adotteranno”**.