



## → «Vola su cloud la biz intelligence»

**MicroStrategy.** Kevin Spurway: «Diventerà un servizio con formula freemium»

ANTONIODINI

■ **Un anno fa** l'americana MicroStrategy aveva lanciato MicroStrategy Mobile, la suite gratuita di software per la business intelligence per iPad e iPhone per aiutare le imprese a costruire grafici, rapporti di analisi e cruscotti per la gestione delle informazioni aziendali in mobilità. Quest'anno è la volta di un'altra novità: Cloud personal, un sistema di analisi dei dati gratuito presentato lo scorso luglio e basato sul cloud computing, cioè ospitato sui server di MicroStrategy. Per **Kevin Spurway**, vicepresidente responsabile per tutto il settore della business intelligence di MicroStrategy, questo modello di vendita è un asso da giocare in un settore, quello della business intelligence, sempre più competitivo. MicroStrategy è presente dal 1989, ha 2.600 dipendenti e nel 2010 ha fatturato 459 milioni di dollari.

**Com'è nata l'idea di creare Cloud personal e a chi è rivolto?**

È rivolto ai singoli, per farli giocare. È un'idea nata all'interno dell'azienda: cercavamo un modo per spiegare cosa stiamo facendo con la nuvola e la business intelligence. Un modo che attraesse i nuovi clienti e i vecchi, che permettesse di giocare con iPad e iPhone e la business intelligence, anche a casa, e che non costasse niente. Un modo per dire: provate e vedrete che vorrete comprare il servizio completo. Sta funzionando proprio così.

**Adesso lo state proponendo gratuitamente. In prospettiva diventerà a pagamento?**

No. Diventerà una tecnologia "freemium" come Gmail di Google, un servizio che offre una versione semplice per tutti e poi una eventuale versione "pro" a pagamento per fare cose più complesse.

**Come gestite i costi sull'infrastruttura del carico di utenti che lo stanno iniziando a utilizzare?**

Per noi è davvero un servizio unico, perché siamo stati in grado di costruirlo in modo molto economico. Ha performance, può scalare rapidamente, è elastico, ma al tempo stesso non abbiamo dovuto fare un grande investimento perché riutilizza le risorse del nostro cloud. È la magia della nuvola.

**Avete offerte costruite nel cloud computing paragonabili ai sistemi di business intelligence tradizionali, da installare nei server aziendali?**

Sì. Abbiamo messo insieme molte tecnologie diverse che permettono alla nostra architettura cloud di fornire strumenti flessibili e ricchi alle imprese. Abbiamo la gestione di vari tipi di database, di servizi di business intelligence molto ampia, di analisi dei dati basate sulle tecnologie di Informatica e di elevata personalizzazione del prodotto finale.

**In questo momento per voi qual è la sfida maggiore?**

Dal punto di vista del mercato è avere una offerta unica che metta insieme tutto quel che serve per la business intelligence come servizio



→ «Stiamo crescendo rapidamente  
I nostri clienti sono nuovi al 50%»

gestito per i clienti. Dal punto di vista tecnologico, pianificare e gestire la nostra infrastruttura che è molto grande e complessa, con centri di calcolo in tutto il mondo.

E infine portare processi e la nostra esperienza operativa nell'infrastruttura. Abbiamo preso i migliori sul mercato per far girare il nostro cloud e in questo momento abbiamo un supporto tecnologico di livello mondiale.

**Quali sono i vostri obiettivi?**

Dobbiamo aggiungere ancora pezzi di infrastruttura, potenziarla per tenere dietro alla domanda, e

aggiungere clienti. Non posso darle i numeri, ma cresciamo davvero rapidamente, con un ottimo mix tra clienti vecchi e nuovi: il 50% erano già con noi e passano all'offerta per le imprese, il 50% sono nuovi. E poi la ricchezza dei differenti profili: dalla grande azienda automobilistica che vuole fare analisi sul suo datawarehouse da 15 Terabyte alla piccola catena di negozi olandesi con una decina di postazioni in tutto. Per tutti c'è risparmio senza compromettere le funzionalità. Il cloud sta accelerando molto la diffusione della business intelligence.