

23-07-2007

La centralità del dato in azienda

By Roberto Bonino

L'evoluzione delle strategie di Enterprise Information Management interpretate da **Ibm, Oracle, Microsoft, Hp, Ca, Business Objects, Sas, MicroStrategy e Cognos.**

Non è ormai più una novità sentir parlare della centralità del dato nell'ambito di un sistema informativo aziendale. Già dai tempi in cui il database relazionale stava iniziando a evolversi in data warehouse e l'uso dell'informatica per il **supporto decisionale del management** non sembrava più solamente una chimera tecnologica, questo concetto è stato fatto proprio dai vendor di software e decisamente cavalcato dai pionieri della business intelligence.

Oggi, tuttavia, sono gli utenti ad aver assimilato l'importanza del dato come risorsa centrale in azienda. Il ritmo del cambiamento dettato dai mercati in cui ciascuna impresa opera, la diffusione della comunicazione globalizzata, ma soprattutto **la moltiplicazione dei dati provenienti dalla Rete** e la necessità di poter comprendere cosa realmente serve per migliorare il lavoro e l'efficienza in chiave strategica, sono fattori che rendono più necessari di un tempo strumenti di manipolazione, ricerca, estrazione, analisi e organizzazione atti, come si usa dire con un dei tanti slogan un po' abusati, a "trasformare il dato in informazione". In parole povere, questo significa demandare al software lo scandaglio della mole di dati che arriva in azienda dalle fonti più disparate, "parcheggiarli" o memorizzarli in qualche luogo e mettere a disposizione degli utenti solo ciò che viene richiesto e può essere utile per impostare piani strategici (nel caso degli alti manager), produrre credibili forecast di vendita o di budget (per i quadri) o poter disporre di un'informazione adatta a risolvere rapidamente qualsiasi problema operativo si riscontri nel proprio lavoro quotidiano (per tutti).

Per arrivare a ottenere un risultato strutturato e a trarre un effettivo giovamento dagli investimenti effettuati, occorre pensare all'azienda nella sua globalità, **superando i silos informativi** che ancora troppo spesso, soprattutto in Italia, le caratterizzano, ma anche governare l'accesso alle informazioni e proteggere il proprio patrimonio dalle minacce esterne e interne. In una definizione, occorre avere una strategia di Enterprise Information Management, senza farsi spaventare dall'ennesimo inglesismo, ma capendo come controllare il processo evolutivo e renderlo un differenziale per la competitività dell'azienda nel suo complesso.

Data Business ha chiesto ai rappresentanti di alcune aziende di rispondere ai seguenti tre quesiti:

- 1 - Il dato è forse oggi la risorsa più preziosa esistente in azienda. Ma le aziende italiane non hanno questa percezione. Cosa fanno (almeno quelle più evolute) per trasformare il dato in informazione, conservarlo in modo da poterlo recuperare rapidamente quando serve e come lo proteggono?
- 2 - Quali sono gli strumenti disponibili e più adatti per compiere un'adeguata analisi dei dati aziendali e ricavarne informazioni utili a individuare vantaggi competitivi e prendere decisioni strategiche od operative?
- 3 - L'uso del Web come piattaforma per lo scambio e la condivisione di dati ha cambiato lo scenario infrastrutturale e applicativo per le aziende. Quali accorgimenti sono oggi necessari per rendere efficiente e sicuro il transito di informazioni fra computer o siti aziendali?

Hanno risposto all'appello: **Michele Principe**, Marketing Manager Information Management di **Ibm Software Group Italia**; **Danilo Lissoni**, Product Manager SQL Server & Business Intelligence di **Microsoft Italia**; **Devrim Di Finizio**, Business Intelligence Practice Principal Hp Services di **Hp Italia**; **Enzo Ferrari**, Enterprise Intelligence Platform Manager di **Sas Italia**; **Fabio Bianco**, Director, Emea Marketing Operations di **Business Objects**; **Francesca Giudice**, Country Manager **MicroStrategy Italy**; **Roberto Fontana**, Marketing Manager di **Cognos Italia**; **Mario Vergani**, Senior Solution Strategist di **Ca Italia**; **Enrico Proserpio**, Sales Consultant Director di **Oracle Italia**.

Estratto

Le aziende italiane alle prese con i dati

Quali realtà sono più sensibili alla trasformazione del dato in informazione e quali sistemi vengono adottati per valorizzarlo e proteggerlo?

Francesca Giudice (MicroStrategy) - Le aziende più recenti e con un business orientato alla tecnologia hanno maggiore sensibilità per questo tema e fanno tesoro delle esperienze altrui, cercando di valorizzare il proprio dato secondo le indicazioni degli studiosi e le best practice del mercato. I dati dai sistemi transazionali e dagli altri sistemi aziendali vengono riversati su un'area temporanea di parcheggio (staging area), in modo che le successive attività di estrazione di informazioni non "disturbino" le attività operazionali. Da qui vengono convogliati, opportunamente omogeneizzati e trasformati, verso un data warehouse, trasversale alle aree aziendali, o in più datamart tematici (es. risorse umane, logistica, vendite). Queste strutture relazionali sono organizzate per consentire di esaminare e incrociare senza limitazioni tutta l'ampiezza e profondità dei dati, grazie a ottimizzazioni basate su tramite tecniche di indicizzazione, aggregazione e partizionamento dei dati. Inoltre sfruttano tutte le logiche di sicurezza e protezione degli RDBMS e, in cascata, degli strumenti di analisi.

Come prendere le decisioni giuste

Quali sono gli strumenti disponibili e più adatti per compiere un'adeguata analisi dei dati aziendali e ricavarne informazioni utili a individuare vantaggi competitivi e prendere decisioni strategiche od operative?

Francesca Giudice (MicroStrategy) - Il miglioramento delle prestazioni aziendali inizia spesso da una corretta impostazione delle priorità. Quali sono le aree di business che richiedono maggiore attenzione? In quali aree è possibile migliorare i risultati con risorse e impegno ragionevoli? I manager hanno bisogno di uno strumento per gestire gli aspetti dinamici del business, generati dalla pressione della concorrenza e dai cambiamenti del mercato. Hanno bisogno di un "radar delle informazioni", regolato per scandagliare continuamente i database alla ricerca di quelle più preziose.

MicroStrategy consente agli utenti di configurare il proprio "radar personale" delle informazioni richiedendo report, scorecard e allarmi, per ottenere la trasmissione delle informazioni via email, stampante o PDA. MicroStrategy scava nei database per ciascun utente e avvia automaticamente una distribuzione proattiva delle informazioni. Utilizzando MicroStrategy, le aziende ottengono quotidianamente una visione migliore del business e sono in grado di prendere decisioni più razionali sull'utilizzo delle risorse.

Con il controllo dei risultati di business attraverso MicroStrategy e la conseguente ottimizzazione di dettaglio delle attività, le aziende creano un sistema e una cultura di miglioramento costante delle prestazioni.

Nel 1707 le Isole Scilly sono testimoni di una tragedia: le navi della marina inglese s'infrangono sugli scogli a causa della nebbia e del modo approssimativo con il quale si riusciva a misurare la posizione. L'ammiraglio Clowdisley Shovell sapeva dove doveva andare, ma non aveva a

disposizione gli strumenti per calcolare correttamente la longitudine: il calcolo era effettuato con una tavola di legno.

Oggi, le aziende sanno dove devono andare, ma spesso non hanno a disposizione gli strumenti per verificare in modo corretto, oggettivo ed immediato se la “rotta” intrapresa sia quella giusta. E' fondamentale, infatti, implementare un sistema di analisi dei dati che permetta il calcolo della situazione attuale e la confronti con quella attesa. Passare, in altre parole, dall'uso della tavola di legno dell'Ammiraglio Shovell all'impiego di un sistema satellitare per il calcolo della posizione. È questa, in sostanza, la filosofia della Business Intelligence di MicroStrategy a supporto del processo di governance.

Il sistema satellitare per il governo dell'impresa è oggi finalmente disponibile ed è rappresentato dalle "dashboard": il cruscotto di facile lettura - e assolutamente preciso - che i manager utilizzano per guidare le loro aziende al successo. Proprio come un pilota di Formula 1.

L'impatto del Web sui sistemi informativi

L'uso del Web come piattaforma per lo scambio e la condivisione di dati ha cambiato lo scenario infrastrutturale e applicativo per le aziende. Quali accorgimenti sono oggi necessari per rendere efficiente e sicuro il transito di informazioni fra computer o siti aziendali?

Francesca Giudice (MicroStrategy) - Logiche di sicurezza architetturale (disaccoppiamento tra accesso ai dati e presentazione delle informazioni, impiego di protocolli di sicurezza in ogni fase di trasferimento dati, configurabilità di firewall tra tutti i componenti applicativi e verso il Web, impiego di protocolli intrinsecamente sicuri - come HTML, senza Java Applet e ActiveX) e logiche di sicurezza applicativa (integrazione con molteplici standard di autenticazione, logiche centralizzate di definizione dell'accesso ai dati e delle liste di controllo degli accessi agli oggetti business).