

1989-2009: quest'anno [MicroStrategy](#) ha spento 20 candeline. Una storia di Business Intelligence: passato, presente e futuro della società. Lo scorso aprile ha lanciato la versione 9 della sua piattaforma di riferimento. ImpresaCity ha parlato di questo e altri temi con **Francesca Giudice, country manager della filiale italiana.**



MicroStrategy oggi: una fotografia della società.

MicroStrategy è un'azienda che opera nel mercato del software, con una *focalizzazione specifica nell'ambito della Business Intelligence*. Ha alle spalle 20 anni di storia che proprio di recente l'hanno portata ad entrare nel famoso quadrante magico dei "leader" BI dell'analista di mercato Gartner. E' un'azienda finanziariamente solida, con il Ceo presente dalla fondazione dell'azienda stessa, un *fatturato medio che si aggira nell'intorno dei 400 milioni di dollari*, una presenza capillare nel mondo, con *41 uffici in 23 paesi e un organico di circa 1.800 persone*.

Il cliente tipo di MicroStrategy è il Top Customer, le aziende di grandi dimensioni.

La struttura italiana prevede *uffici sia a Milano che a Roma e poggia su uno staff di circa 60 persone*, suddivise tra dipendenti e consulenti esterni. MicroStrategy, mi piace ricordare, è *l'unico vendor di Business Intelligence indipendente quotato in Borsa*. Il nostro mestiere è fare solo e unicamente Business Intelligence; una scelta molto decisa perché riteniamo che l'eccellenza a livello di utente finale paghi molto. E' un mercato a forte potenziale quello che indirizza MicroStrategy. Oggi le aziende si rendono conto di avere un patrimonio di dati a disposizione e come tale vogliono utilizzarlo al meglio. In particolare in questo momento difficile di crisi quello che serve è avere dati che si trasformano in informazioni corrette e aggiornate, capaci di cambiare la rotta da seguire anche da un giorno all'altro.

I top customer, può indicarmi chi sono esattamente per voi?

Solo per darle un'idea: *10 dei top 10 delle telecomunicazioni; 2/3 dei global del mondo retailer; sette su dieci dei più grandi produttori di largo consumo; tre dei top cinque del mondo assicurativo; le cinque migliori banche mondiali; nove dei top 10 del farmaceutico, e anche grandi nomi del manufacturing. Senza tralasciare il settore pubblico. La tipologia dei clienti italiani è del tutto simile a quella degli internazionali, siamo in linea con quelle che sono le tendenze a livello mondiale. La filiale quindi lavora con gli istituti bancari, retailer locali, ma anche gruppi a livello europeo, del calibro di Metro e Carrefour. Un nome da citare nell'ambito del Gouvernement è per esempio Consip. In ordine sparso ci sono poi: Sma, Rinascente, Lamborghini, Unicredit, Intesa Mediofactoring, Confindustria, Benetton, Vodafone...Solo per citarne alcuni.*



Questo significa che la società non si rivolge al segmento delle Pmi?

Come detto il target societario è la grande azienda. Non si può però ignorare che l'Italia è ricca di un tessuto di medie imprese... di conseguenza lavoriamo anche con questa tipologia di aziende. Sono aziende un po' ritardo sulla BI, in cui si fa ancora un largo utilizzo di strumenti come per esempio Excel, ottimi da un certo punto di vista, perché semplici e di facile utilizzo. La BI però non è una semplice piattaforma ma una vera filosofia, una metodologia di lavoro. Siamo ancora lontani da un processo di 'democratizzazione' della BI, questa viene ancora utilizzata in isole specifiche delle aziende e non in modo diffuso; ha una valenza più tattica che strategica. In Italia quindi c'è ancora un grosso potenziale inespresso. Siamo adolescenti, dobbiamo crescere ancora molto.

Che strategia di vendita adotta MicroStrategy per andare sul mercato?

MicroStrategy ha una forza vendita diretta, che segue i famosi top account in modo mirato, continuo e attento. Opera poi anche attraverso un canale, costituito da: *partner di livello internazionale* (del tipo di Accenture, Hp, CapGemini, Informatica, Fujitsu, Teradata, Fujitsu, Sybase, ...); *partner Oem*, che integrano nella loro offerta la proposizione Microstrategy; *partner locali*, veri e propri reseller che rivendono i prodotti. Sono partner certificati che hanno una profonda conoscenza della nostra piattaforma per qualificare con precisione il tipo di necessità che ha il cliente. La Business Intelligence può soddisfare necessità specifiche di utilizzatori con profili tecnici o utenti con ruoli manageriali, che si servono di dati e informazioni per prendere le decisioni di business.

La struttura ha poi *consulenti esterni* che fungono da supporto di servizio per gli utenti. Si occupano dell'implementazione del prodotto e aiutano i clienti a individuare quelli che sono i key performance indicator che servono a prendere le decisioni e avere una struttura di dati idonea per fare un certo tipo di analisi.

Un'offerta rinnovata

A livello di offerta la società ha presentato lo scorso aprile una major release della sua piattaforma di riferimento, MicroStrategy 9. Quali le principali novità?

MicroStrategy 9 introduce nuove funzioni, prodotti e miglioramenti. MultiSource consente agli utenti di eseguire report, analizzare e monitorare i dati di sorgenti multiple attraverso un singolo modello di business. Il nuovo Intelligence Cube è una cache In-memory dinamica che identifica e snellisce le query complesse che tipicamente richiedono tempi lunghi di elaborazione, riduce il carico di lavoro del server. Distribution Services è un sistema di distribuzione automatizzata per alti volumi di report, dashboard e allarmi circa le prestazioni aziendali tramite e-mail, file e stampa. Diversi livelli di generazione automatica di SQL eliminano inutili passaggi e migliorano in modo significativo la generazione di SQL multi-pass. MicroStrategy 9 ha la capacità di tradurre oggetti e dati MicroStrategy e di utilizzare una singola applicazione in diverse lingue. Questa nuova release fornisce, inoltre, il miglior supporto sul mercato per portali e creazione di "mashup"; editing grafico dell'interfaccia Web di MicroStrategy tramite Eclipse ed altri plug-in; maggiore integrazione di Adobe Flex Builder per una rapida visualizzazione dei dati ed altro.

Da aprile ad oggi come è andato il processo di migrazione?

Molto bene; la migrazione degli utenti sta avvenendo nei tempi previsti. Per favorire l'adozione o il passaggio alla versione 9, Microstrategy ha ideato un'iniziativa particolare con l'obiettivo di invogliare sia aziende di dimensioni medie che le aziende che hanno budget ridotti ad avvicinarsi alla Business Intelligence; si tratta della possibilità di effettuare un download della [MicroStrategy Reporting Suite](#), gratuita per 100 utenti. E' un'iniziativa che sta riscuotendo un forte successo; nelle prime settimane di lancio abbiamo avuto più di 1.000 download. Ed è stato un grandissimo volano di ritorno in termini di visibilità.

Lo scenario competitivo

Negli ultimi anni il mercato della BI ha cambiato faccia: grandi player dell'IT hanno fatto incetta di aziende specializzate nella Business Intelligence. Cosa ha significato per voi?

Il mercato della BI negli ultimi periodi ha subito forti cambiamenti. Alcuni grandi attori quali Oracle, Sap e Ibm hanno acquisito società specializzate in BI e quindi i *connotati del mercato si sono molto modificati*. Tutto ciò non ha creato grossi problemi a MicroStrategy. Quando si va a discutere con potenziali clienti loro chiedono capacità specifiche di Business Intelligence; i nomi dei grandi non vengono subito associati alla BI che è una componente annegata nell'estesa offerta aziendale. Non si può però negare che oggi la battaglia si gioca su piani diversi rispetto al passato; ma ancora *prevale la tendenza dell'utente ad andare sul best of breed*. Da parte sua *MicroStrategy mette in campo una piattaforma eccellente, la continuità di sviluppo, ma soprattutto l'indipendenza sia della società che della piattaforma*. Ci riteniamo un un po' gli svizzeri della BI, operiamo solo in quest'ambito e diamo la possibilità ai clienti di optare per qualsiasi ambiente; se un utente vuole effettuare cambiamenti all'interno dell'azienda per MicroStrategy non è un problema. E' un'indipendenza che paga sul lungo termine, perché consente di preservare gli investimenti effettuati. Non abbiamo ad essere la grande azienda in generale, ma siamo una grande azienda di BI.

Quindi nessuna ripercussione dovuta all'affacciarsi sul mercato dei grandi attori?

Se si guarda ai risultati, tenendo conto del momento economico/finanziario così difficile, ci riteniamo più che soddisfatti: *non siamo cresciuti ma siamo rimasti a pari dello scorso anno*. L'elemento che ci ostacola maggiormente è la presenza sul mercato dei grandi player. Si sta parlando di colossi rispetto a Microstrategy; non possiamo competere con la numerica di commerciali e consulenti presenti in queste aziende.

Informazioni sul Copyright I diritti relativi ai contenuti del sito www.bitcity.it sono di esclusiva proprietà di **G11 Media S.r.l.** La riproduzione è vietata con qualsiasi mezzo analogico o digitale senza il consenso scritto dell'editore. E' consentita la copia per uso esclusivamente personale. Sono consentite le citazioni a titolo di cronaca, studio, critica o recensione, purché accompagnate dal nome dell'autore dell'articolo (se presente) e dall'indicazione della fonte "[bitcity.it](http://www.bitcity.it)", compreso il link all'indirizzo telematico <http://www.bitcity.it> L'editore si riserva il diritto non esclusivo di riprodurre i testi in altre pubblicazioni collegate a **G11 Media S.r.l.**