

La Bi non è ancora una COMMODITY

Francesca Giudice, country manager di MicroStrategy Italy



«**M**icroStrategy è rimasta una delle poche società di software indipendente nell'ambito della Business intelligence, che offre soluzioni in grado di operare con una vasta gamma di database: Dbms (database management system, ndr), Etl (extract, transform, load, ndr), sistemi operativi, Web server, application server e portali - esordisce in questa intervista con Lineaedp, Sanju K. Bansal, vice presidente esecutivo e Chief operating officer della società -. L'apertura verso i sistemi esistenti in azienda è il fondamento della nostra strategia quale fornitore di soluzioni di Business intelligence. Ciò ci differenzia rispetto, per esempio, a Cognos che, essendo stata da poco acquisita da Ibm, vedrà la propria cultura e le proprie tecnologie progressivamente assorbite nell'orbita proprietaria della nuova casa madre. E dovrà orientarsi verso l'integrazione con i prodotti Ibm, come Websphere e Db2, anziché adottare una strategia maggiormente centrata sull'innovazione».

re credibilità nel mercato dei sistemi aperti, impegnandoci a ottimizzare la nostra tecnologia, affinché possa interoperare con quella di altri fornitori di componenti, con la possibilità di sincronizzare le priorità di sviluppo - afferma Bansal -. I player indipendenti che sono stati comprati da vendor di software "conglomerati" difficilmente potranno avere queste opportunità, appartenendo a società con "silos chiusi" di tecnologia. È più ragionevole pensare che la loro capacità di innovazione verrà penalizzata e, nello stesso tempo, accompagnata da un rallentamento dei processi decisionali. Non concordo con chi sostiene che la Bi sia diventata una commodity. Per essere tale dovrebbe aver raggiunto il suo pieno potenziale e non è così. Bisogna continuare a innovare e questo vale soprattutto per aziende co-



«L'apertura verso i sistemi esistenti in azienda è il fondamento della nostra strategia di Bi»
Sanju K. Bansal
Coo di MicroStrategy

nua e rapida innovazione o sistemi chiusi che richiedono un forte impegno in termini di integrazione. Ciascuna di queste strategie genera degli impatti differenti nei confronti dei clienti: nel primo caso, essi sono liberi nello scegliere il best-of-breed; nella seconda ipotesi, devono prediligere soluzioni all-in-one con architetture predefinite.

«Nel nostro costante cammino verso l'innovazione, non dobbiamo tenere in considerazione solo gli aspetti tecnologici, ma anche quelli organizzativi, che entrano in gioco nell'impiego di soluzioni di Bi - continua il manager -. Oggi nelle imprese le decisioni sono prese in base ai fatti,

agli eventi aziendali raccontati dai dati, resi maggiormente visibili grazie alla Bi, i cui utilizzatori sono più numerosi rispetto al passato. Ciò ha generato dei cambia-

Una Bi basata su sistemi aperti significa puntare su una capacità innovativa, che diventa il fattore critico per il raggiungimento di un successo competitivo.

«Solo attraverso una veloce innovazione possiamo acquisi-

me MicroStrategy, che sono indipendenti e non possono godere di una sicurezza di posizione, solitamente garantita dall'appartenenza a un network conglomerato». Nel mercato della Bi tendono, dunque, a connotarsi due strategie alternative: sistemi aperti che necessitano di una conti-

menti nell'organizzazione di un'impresa: decentramento del potere decisionale, appiattimento dei livelli gerarchici, maggiore coinvolgimento delle persone. Ma ha anche comportato un incremento del numero di decisioni che potrebbe causare effetti negativi sulla efficienza ed efficacia dei processi decisionali. Si dovrebbe cercare di ridurre le decisioni o meglio, fare in modo che molte decisioni vengano automatizzate, demandate alla macchina. E chi offre soluzioni di Bi deve assicurare che, da un punto di vista tecnologico, ciò sia possibile».

Automatizzazione di alcune decisioni significa andare oltre ai dati e coinvolgere i processi operativi aziendali: dunque, una Bi non più centrata sui dati, ma una nuova Bi centrata sui processi?

«Non si tratta di una nuova Bi, ma di un suo stadio evolutivo. Oggi all'interno delle imprese vi è una maggiore consapevolezza e affidabilità riguardo ai dati aziendali e questo, grazie soprattutto alla Bi. La garanzia della veridicità dei dati fa sì che essi vengano meglio impiegati nei processi di business. La Bi rimane centrata sui dati, ma consente di introdurre intelligence nei processi, rendendoli più performanti» conclude Bansal.

Antonella Ferrari

IN ITALIA SONO CAMBIATE LE CARATTERISTICHE DEI COMPETITOR

Il mercato della Business intelligence ha subito forti cambiamenti, dopo le acquisizioni da parete di importanti vendor, per cui MicroStrategy «ha dovuto adottare un diverso posizionamento - afferma Francesca Giudice, country manager di MicroStrategy Italy -. Parlando della situazione italiana, prima eravamo in tanti a proporci allo stesso cliente, oggi ci vediamo a competere con fornitori maggiori, che hanno un'offerta diversificata e questo, sicuramente, influisce sulle decisioni di scelta del cliente. La nostra posizione è, comunque, solida, se consideriamo il fatto che abbiamo clienti prestigiosi

di fascia alta che continuano a consolidare il loro installato, come per esempio Consip».

In Italia, la Bi presenta un forte potenziale di crescita, sia in termini di aziende sia in riferimento alle diverse aree funzionali all'interno della stessa impresa, potenziale legato al ruolo strategico che assumono il controllo e le analisi del patrimonio informativo aziendale.

«La scelta verso una soluzione di MicroStrategy - sostiene Giudice - si fonda su tre elementi principali: la piattaforma, capace di raccogliere i dati da tutte le fonti, indipendentemente dalla loro eterogeneità;

la completezza degli strumenti, riferibili ai cinque stili, cioè scorecard e dashboard, reporting, analisi Olap, allarmi e avvisi proattivi e infine la semplicità d'uso per l'utente finale».

Per le imprese che seguono una filosofia best-of-breed, secondo la manager, MicroStrategy mantiene una posizione di forza nella fase di software selection, ma «non vanno dimenticati anche l'elevato ritorno d'investimento offerto dalle nostre soluzioni, la metodologia, la formazione e i servizi a supporto dell'utente nella fase di installazione e di avviamento del progetto». **A.F.**