

# Business Intelligence flessibile con **Microstrategy**

**Scelta da tempo da realtà come il Gruppo Sogegross in ambito retail, la soluzione si applica a qualsiasi settore.**

I progetti di Business Intelligence si evolvono in continuazione per assicurare un continuo vantaggio competitivo. Questo vale per ogni azienda, in qualsiasi settore. Per esempio in ambito retail, il Gruppo Sogegross, attivo da trent'anni nella distribuzione, è una delle dieci più importanti realtà italiani di settore. Duemila addetti, presenza su vari canali come il Cash & Carry, supermercati e superstore, discount alimentare, supermercati e superette in franchising. Sette le piattaforme distributive gestite (freschi, carni, ortofrutti, colli, ittici, secchi e freschi discount, grocery e surgelati). Per le sue attività, il gruppo ha fatto ricorso fin dal 1999 a soluzioni di Business Intelligence, scegliendo la versione cinque di Microstrategy. Gli utenti del sistema all'epoca non erano numerosi: l'ufficio marketing e l'ufficio fidelity, per un totale di cinque persone, abilitate a operazioni di reporting piuttosto standard.

“Da allora molto è cambiato – spiega **Domenico Orofino**, responsabile IT del gruppo Sogegross – e oggi vogliamo andare oltre. Abbiamo la necessità di trovare i pattern nascosti tra i nostri dati e di veicolare le informazioni in una nuova datawarehouse, approfittando della potenza e della flessibilità di Microstrategy 9. Il roll out del nuovo progetto è terminato proprio in questo periodo.”

L'adozione della nuova soluzione sarà l'occasione per esplorare nuovi orizzonti informativi (come



**Francesca Giudice, country manager Italy di MicroStrategy**

l'analisi della profittabilità di ogni cliente) e per allargare l'ambito di utilizzo della BI ad altri uffici. In prospettiva, la piattaforma sarà ulteriormente allargata facendo leva sulla facilità di manutenzione e sulle funzionalità self-service che permettono agli utenti di essere sempre più indipendenti, senza contare che la nuova release consente di implementare applicazioni mobili.

## **Le potenzialità della BI**

“Gli utenti – commenta **Francesca Giudice**, country manager Italy di MicroStrategy – sono sempre più interessati al vero asset strategico: le informazioni. L'ambito retail è un esempio di particolare vivacità. Inizia a esserci piena consapevolezza delle potenzialità legate ad analisi mirate in ambito customer, sales & marketing, analytics, cercando di capire chi compra cosa e perché. E tali attività si estendono poi anche

in altri ambiti come le operation (per esempio la gestione dei building) o analisi legate al portale aziendale, dove si punta a fare luce sul comportamento dei clienti online. Il settore retail è un esempio di come la soluzione Microstrategy sia adatta all'analisi di grandi volumi di dati in ambiti trasversali.” Tali soluzioni poi si declinano nello specifico di qualsiasi altro mercato verticale, come potrebbero essere il banking o l'insurance, grazie a una piattaforma univoca ma molto flessibile.

“La soluzione Microstrategy è una sola,” spiega Giudice. “Tuttavia al nostro interno vantiamo risorse specializzate su aree specifiche, dal telco al manufacturing. Anzi, visto il successo della soluzione, in Italia stiamo procedendo con varie assunzioni di persone specializzate in mercati verticali. Parlo di sales engineer o comunque risorse di vendita, sia su Milano che su Roma. Ciò avviene perché la Business Intelligence è sempre in cima all'agenda di chi deve prendere decisioni in azienda. E la soluzione Microstrategy è flessibile: che siano HR, mondo finance o misurazione delle performance di vendita persona per persona, possiamo fornire gli strumenti adatti, in grado di integrarsi agevolmente con qualsiasi database o portale.”

[www.microstrategy.it](http://www.microstrategy.it)

A.C.R.