

Attualità | Sara Assicurazioni

## UN CONTROLLO QUASI REAL-TIME

Le funzioni di pianificazione e controllo di gestione ricevono i dati praticamente in tempo reale e possono così supportare le decisioni strategiche per il management del gruppo. E in futuro si pensa all'uso di tecnologie wireless.

CON OLTRE 500 AGENZIE, 1.500 punti vendita e una rete di 480 promotori finanziari, Sara Assicurazioni, che opera in Italia da circa 60 anni, è una realtà molto articolata, risultato anche di una serie di acquisizioni mirate.

Negli anni il portafoglio prodotti si è arricchito, partendo dalle polizze auto, e ora comprende prodotti assicurativi dedicati alla famiglia, alla casa, alla previdenza e al risparmio gestito; un servizio, quest'ultimo, istituito per seguire il trend attuale di mercato che vede il mondo assicurativo sempre più presente nel settore finanziario.

**Dal database alla BI.** La complessità della struttura aziendale e il numero crescente di prodotti e clienti ha indotto il management, nel 2001, a riprogettare completamente il sistema informativo, soprattutto per dare ai decisori una serie di strumenti adatti a guidare meglio l'azienda nelle scelte strategiche e tattiche.

Sara Assicurazioni si è quindi dotata prima di tutto di un database Oracle, e a partire dal 2004 ha testato vari strumenti che potessero consentire un'analisi e una navigazione efficace tra i dati.

Nel 2006, sotto la spinta della direzione generale e delle linee di business, la società sceglie MicroStrategy come partner strategico per l'implementazione di una soluzione

completa di Business Intelligence. Alla piattaforma BI della multinazionale statunitense viene riconosciuta da una parte la flessibilità necessaria per interfacciarsi al software preesistente, soprattutto nell'area commerciale; dall'altra, la facilità d'uso che avrebbe permesso una rapida implementazione nella comunità di utenti prevista: circa 40 persone che operano nel settore della pianificazione commerciale e del controllo di gestione e che accedono all'applicazione tramite l'ambiente Intranet.

La ristrutturazione che è seguita al rinnovamento del sistema It ha coinvolto anche aspetti organizzativi, e oggi le informazioni circolano in modo omogeneo ed efficiente all'interno dell'azienda, permet-



SESSANT'ANNI. La presenza in Italia di Sara Assicurazioni. La sede di Roma.

tendo nuovi sviluppi soprattutto sugli strumenti di supporto alle funzioni periferiche, come quelli in dotazione a ispettori e agenzie (sono attualmente in fase di studio anche versioni wireless, cioè software MicroStrategy su dispositivi mobili BlackBerry).

«La pianificazione commerciale», dice Antonello Bazzano, il manager della compagnia, «beneficia di un controllo continuo e near real-time e di un sistema di reportistica settimanale di tutti i parametri correlati alla produzione, che vengono confrontati con i dati di budget (il monitoraggio avviene su tutte le linee di pro-

dotto e su tutta la struttura organizzativa, fino al livello del singolo agente)».

Il controllo di gestione, invece, ricava dal sistema i dati fondamentali per l'analisi dei saldi tecnici, in cui vengono prese in considerazione tutte le voci di entrata e uscita.

Il futuro sviluppo del progetto prevede, sempre tramite la piattaforma MicroStrategy, la realizzazione di un sistema di reportistica ancora più innovativo. In questa fase, è in corso la raccolta dei requisiti degli utenti a tutti i livelli aziendali.

di Andrea Tonani

### La BI di MicroStrategy sul BlackBerry

#### L'intelligenza dell'azienda in mano

È il desiderio di tutti i manager, grandi utilizzatori del BlackBerry: ricevere sul prezioso oggetto portatile non solo le telefonate e le email, ma anche, nella loro integrale fruibilità, i documenti allegati. Ecco perché, dunque, MicroStrategy ha appena rilasciato la versione Mobile della propria soluzione di Business Intelligence. Tra le nuove funzionalità disponibili vi sono quelle che permettono di vedere e interagire da remoto con i report e i dashboard anche quando si è in taxi o in aeroporto come se si fosse seduti alla propria scrivania. Un responsabile marketing può avere immediatamente sott'occhio i risultati

aggiornati delle campagne anche mentre si trova in riunione con le agenzie pubblicità. Oppure il venditore commerciale può sapere quali prodotti si vendono di più nel punto vendita che sta per visitare. Un tecnico per la manutenzione può avere a portata di mano le informazioni sui precedenti interventi effettuati presso il cliente.



BLACKBERRY CURVE.