

# L'intelligence per gestire l'azienda

## Utile se integrata nel business

La business intelligence è sempre una delle priorità dei CIO, per questo si prevede una crescita quasi del 10% annuo fino al 2017. Sfruttare al meglio questi strumenti significa integrarli con gli ERP. Meglio ancora, inserirli nei processi aziendali: così nasce l'active intelligence **di Michele Lovati**

**O**ggi, in molte organizzazioni, i sistemi di business intelligence (BI) e di business analytics (BA) sono ormai ben consolidati per supportare il processo decisionale in molti settori. Attualmente, la maggioranza degli utenti di questi sistemi è costituita, tipicamente, da business analyst che analizzano i dati e da manager che prendono decisioni strategiche e tattiche. Il mercato del software della BA, secondo un'analisi dello scorso giugno di IDC ([www.idc.com](http://www.idc.com)), crescerà a un tasso medio annuo del 9,7% fino al 2017. La domanda di soluzioni di BA continuerà a svilupparsi, guidata dalla richiesta di decisioni migliori e più veloci, e dal



vantaggio competitivo che risulta dall'abilità di analizzare e agire rapidamente a partire dalle informazioni messe a disposizione da questi strumenti.

## LA DIFFUSIONE DELLA BI

Per **Alessio Lo Turco**, **manager systems consulting di Dell Software** ([www.dell.it](http://www.dell.it)), la BI è in continua evoluzione, con una costante crescita sia qualitativa sia quantitativa. «Mediante il suo utilizzo, è possibile sviluppare analisi previsionali basate su KPI che aiutano le aziende stesse a prendere decisioni tempestive e definire strategie future basate sulle informazioni in loro possesso. L'andamento del mercato delle soluzioni di BI – dice Lo Turco – risulta tra i più dinamici del comparto software, spinto dalla domanda e dall'innovazione dell'offerta. La BI è sempre tra le priorità di tutti i CIO, di aziende di ogni dimensione e in tutti i mercati verticali. Molta attenzione viene posta a soluzioni che forniscono ambienti self-service, che coinvolgono l'IT solo nella fase di set-up dello strumento e non nel processo di analisi. In questo modo si lascia all'utente la possibilità di accedere in modo interattivo ai dati, arrivando fino al dettaglio necessario. L'analisi self-service è una mentalità, non una serie di strumenti, ma ne esistono alcuni, come quelli proposti da Dell Software, che supportano questa nozione meglio di altri». Solo un decennio fa, per gestire un'azienda poteva essere sufficiente un atteggiamento rivolto al mercato e al cliente. «Oggi, l'estremo dinamismo del mercato e la forte competizione richiedono, anche alle imprese di piccole e medie dimensioni, di avere capacità analitiche e previsionali» – mette in evidenza **Gualtiero Bazzana**, **amministratore delegato di Alten Italia** ([www.alten.it](http://www.alten.it)). «La BI offre alle aziende strumenti adatti ad aumentare l'efficienza della produzione, della relazione con la clientela e della supply chain, ottimizzare le performance e individuare le opportunità di crescita. A questi elementi ba-



**Alessio Lo Turco**  
manager Systems  
Consulting  
di Dell Software



**Gualtiero Bazzana**  
amministratore delegato  
di Alten Italia



**Mirko Menecali**  
responsabile Service Line  
Business Intelligence  
di Sinfo One

Nelle PMI italiane,  
solo il 41,6%  
delle aziende usa sistemi  
di BI (Osservatorio  
SDA Bocconi)

se si aggiungono inoltre strumenti di analisi statistica e di analisi predittiva, in grado di attivarsi autonomamente in base ai dati raccolti e di segnalare azioni da compiere».

## MA QUALE BI?

Bisogna però accordarsi su cosa si intende per BI. È frequente incontrare aziende che sfruttano i più comuni applicativi da ufficio o la reportistica dei sistemi gestionali per analizzare e distribuire informazioni, ma dobbiamo interrogarci se questa sia veramente BI. «Se per BI intendiamo un insieme di processi e tecnologie strutturate secondo precise metodologie a supporto del processo decisionale, le cose cambiano» – spiega **Mirko Menecali**, **responsabile Service Line Business Intelligence di Sinfo One** ([www.sinfo-one.it](http://www.sinfo-one.it)). Secondo un'indagine del 2011, dell'osservatorio

SDA Bocconi sulla BI nelle PMI italiane, appena il 41,6% delle aziende usa tali sistemi. «Un sistema di BI moderno in grado di gestire anche dati prospettici (EPM) può agire sia sulla efficienza sia sull'efficacia». Ma che cosa vogliono i clienti? Menecali ribatte: «Rispondere più rapidamente a nuove opportunità di mercato. Migliorare i processi di pianificazione e controllo. Dare una visione centralizzata della redditività del cliente o del prodotto. Analizzare ogni elemento della catena del valore aziendale, anche le informazioni contenute nei sistemi CRM e PLM. Ridurre i costi operativi, automatizzando le procedure di manipolazione e distribuzione del dato. Questi sono gli obiettivi ricercati dai nostri clienti». Gli strumenti di BI sono in generale largamente diffusi in tutte le aziende e a tutti i livelli, anche se spesso sono poco sfruttati o addirittura non si ha la percezione di lavorare con un sistema di BI. «Quello che invece varia molto è il grado di maturità dei sistemi di BI e della loro gestione, tanto che spesso si assiste a un proliferare incontrollato di strumenti di personal reporting non gestiti dall'IT» – come fa notare **Roberto Chinelli**, **direttore della Service Line Business Intelligence e direttore del team di Innovation & Incubation in Avanade Italia** ([www.avanade.com/it-it](http://www.avanade.com/it-it)). Nonostante questi strumenti rappresentino un modo agevole di monitorare il business, non consentono altresì di avere un quadro chiaro e soprattutto univoco sullo stato del business stesso di una azienda, e con il tempo risultano più onerosi da mantenere di quanto ci si aspetti». La BI, però, se ben integrata con i dati dei sistemi ERP, può ridurre l'utilizzo fuori controllo di fogli Excel. «Le piattaforme di BI vengono utilizzate nelle aziende di tutte le dimensioni e di tutti i settori merceologici. Nella gran parte delle realtà aziendali, molte funzioni gestiscono i dati con fogli Excel o con database dipartimentali che nulla hanno a che fare con la logica dei sistemi ERP» –

afferma **Jean-Pierre Giannetti**, **country manager di MicroStrategy Italy** ([www.microstrategy.it](http://www.microstrategy.it)). «Questo è il motivo per il quale la BI è così diffusa e continua a crescere. Per esempio, l'adozione del nostro sistema di BI in Sara Assicurazioni nasce dalla volontà di mettere ordine nella pletora di strumenti di reporting e analisi che, pensati e cresciuti in modo anarchico nelle varie linee di business e funzioni aziendali, avevano generato il classico problema dell'inaffidabilità del dato e della conseguente perdita di controllo. In seguito all'adozione della BI di MicroStrategy, il controllo che i dipendenti di Sara possono esercitare sul business viene implementato, oltre che con i report e dashboard dinamici, anche con indicatori molto efficaci in grado di evidenziare in tempo reale se le prestazioni di ogni agente sono in linea con gli obiettivi prefissati. A loro volta, le agenzie, possono sfruttare gli strumenti di BI per capire da quali clienti o potenziali clienti ricavare i maggiori risultati».

**CHI HA AVUTO BENEFICI DALLA BI**  
 Tutti i settori traggono beneficio dalla corretta gestione dei dati sia per prendere decisioni in tempi immediati, sia come supporto alla pianificazione e al controllo dei business. «Alcuni settori hanno maturato prima di altri l'esperienza di BI, come le aziende che producono e vendono alla grande distribuzione» - spiega **Iuris Cella**, **offering manager Sage ERP X3 di Gruppo Formula** ([www.formula.it](http://www.formula.it)). «Quelle manifatturiere, invece, si sono mosse successivamente per analizzare soprattutto il rapporto con i fornitori e la gestione della domanda». E secondo **Bazzana** di Alten Italia, il fatto che i clienti che domandano soluzioni di BI appartengano a tutti i settori, dal banking alle telecomunicazioni, passando dal manufacturing ai media, è segno che non c'è manager che non voglia imparare qualcosa in più dai propri dati. «Il Business Intelligence Cen-



**Roberto Chinelli**  
 direttore della Service Line Business Intelligence e direttore del team di Innovation & Incubation di Avande Italia



**Jean-Pierre Giannetti**  
 country manager di MicroStrategy Italy



**Iuris Cella**  
 offering manager Sage ERP X3 di Gruppo Formula

## In quali processi la BI è necessaria? Quali ruoli e applicazioni richiede la BI on-demand?

tre of Excellence di Alten - infatti - viene coinvolto in progetti di data warehousing, business analytics e performance management e qui nascono soluzioni e competenze in grado di creare valore aggiunto, vero obiettivo di ogni consulenza intelligente». Anche per **Angelo Cian**, **responsabile soluzioni di Business Intelligence in Zucchetti** ([www.zucchetti.it](http://www.zucchetti.it)), i campi di applicazione della BI sono tanti quanti i clienti che la utilizzano, perché ognuno ha la sua specificità. «InfoBusiness è già utilizzato da quasi seimila clienti di differenti tipologie e dimensioni, proprio per la sua semplicità e facilità d'integrazione» - afferma Cian. «Per esempio, **Perletti** ha tratto grandi vantaggi in termini di controllo di gestione. Il **Consorzio Obbligatorio degli Oli Usati** utilizza la soluzione per gestire le informazioni di ogni singolo

processo operativo e ricavarne analisi statistiche. **Unicef** può effettuare valutazioni sui dati contabili e sugli incassi relativi alle donazioni». È chiaro - però - che il valore che l'impiego di una soluzione di BI porta a una organizzazione sia strettamente legato al contesto e alle finalità, come mette in evidenza **Mauro Tuvo**, **principal consultant information management di System Evolution** ([www.systemevolution.it](http://www.systemevolution.it)): «In questo senso, un'esperienza emblematica cui possiamo fare riferimento - racconta Tuvo - è quella recente di realizzazione di un sistema per la misurazione delle prestazioni aziendali basato su balanced scorecard per una azienda del settore finance. Il contesto in questo caso ha giocato un ruolo veramente rilevante. L'applicazione BSC rappresenta una componente di un sistema complessivo di governo del business fortemente sostenuto dal management. Gli indicatori rilevati periodicamente monitorano il perseguimento di una strategia d'impresa, hanno effetto sul sistema premiante, fanno parte del linguaggio comune dei manager. E solo in un contesto così fertile l'applicazione contribuisce in modo determinante al valore di impresa. Sappiamo, invece, quanto sistemi di questo tipo non sorretti da una visione in grado di integrarli nel governo dell'azienda siano destinati all'indifferenza e all'oblio». Il passaggio della BI da strumento solo dipartimentale a strumento capace di integrare le fasi dei processi di business aziendale è decisivo. Tra i vantaggi ci sono la certificazione del dato, la diffusione web della reportistica, il controllo delle fasi dei processi, la modellazione dei parametri dei processi aziendali. Anche **Cella** di Gruppo Formula cita un caso utente: «I nostri clienti Sage ERP X3 beneficiano della BI integrata nell'ERP in vari modi. **Madel**, settore grande distribuzione, usa la BI nell'ambito della gestione del rapporto con la GD (contratti, sconti, campagne, premi, contributi). Nel manufacturing, **Salami**

che produce e vende componenti oleodinamici, usa cruscotti per la valutazione e l'analisi delle performance aziendali modellando un processo articolato che interessa demand chain e rotazione di magazzino».

## PIÙ VALORE AL CAPITALE INFORMATIVO

Per massimizzare il valore del capitale informativo è necessario far leva su fattori tecnologici abilitanti, quali l'integrazione delle fonti, l'integrità dei dati e l'analisi applicata, limitando il peso dei fattori inibitori che ostacolano l'adozione della BI da parte degli utenti inesperti. «Il 70% degli utilizzatori di strumenti operazionali (ERP, CRM, SFA) – spiega **Roberto Mariotti, technical manager di Information Builders Italia** ([www.informationbuilders.it](http://www.informationbuilders.it)) – è rappresentato da utenti non specialistici e sono proprio quelli che più necessitano delle informazioni. Recentemente, **Compar Bata** ha rilasciato la piattaforma informativa per la forza vendita, dove l'utilizzo della piattaforma di Information Builders e un approccio agile al progetto hanno permesso non solo la distribuzione della reportistica, ma anche la raccolta di informazioni dal campo, creando di fatto un canale di comunicazione continuo tra la sales force e la sede. La flessibilità ha portato un ritorno dell'investimento tangibile in poche settimane, evitando la ricostruzione e il test di nuovi report e accedendo direttamente alle informazioni aziendali». Un'altra azienda utente che ha ottenuto grandi vantaggi dalla BI è **Luxottica**, che ha scelto di implementare QlikView, la piattaforma di Business Discovery di QlikTech, per fornire report sui KPI e analisi personalizzate e dashboard semplici da usare, in tempo reale. In particolare, l'azienda necessitava di una soluzione add-on al proprio sistema ERP che potesse interagire anche con i sistemi utilizzati dai partner. «Partendo dal reparto commerciale, dove è stata sviluppata una soluzione di forecasting per supportare la forza vendita – racconta **Massimo San Giu-**



**Angelo Cian**  
responsabile soluzioni  
di Business Intelligence  
in Zucchetti



**Mauro Tuvo**  
principal consultant  
information management  
di System Evolution



**Roberto Mariotti**  
technical manager  
di Information  
Builders Italia

La BI  
è una delle priorità  
dei CIO in aziende di ogni  
dimensione e in tutti  
i mercati verticali

**sepe, VP & managing director di Qlik-Tech Italy** ([www.qlikview.com](http://www.qlikview.com)) – Luxottica ha esteso l'utilizzo di QlikView anche al top management dell'azienda e a numerosi altri reparti, tra cui il dipartimento finanziario, il marketing, le risorse umane e la logistica, fino a comprendere circa mille e 500 utenti, di cui mille e 200 parte dello staff vendite internazionale. Con QlikView, Luxottica ha oggi a disposizione report più precisi, approfonditi e dinamici per un miglior processo decisionale, un monitoraggio di KPI tramite filtri specifici e report self-service a tutti i livelli dell'organizzazione che consentono al reparto IT di concentrarsi sui task amministrativi importanti, anziché affrontare le continue richieste dei singoli utenti. Inoltre, con la Business Discovery, l'azienda ottiene una migliore pianificazione, grazie alla possibilità di includere i partner nel pro-

cesso». Descrive un caso interessante anche **Andrea Maderna, direttore commerciale di BOARD Italia** ([www.board.com](http://www.board.com)). «L'esigenza di una nota azienda italiana – dice Maderna – era quella di avere un cruscotto che contenesse non solo dati numerici, informazioni, report e grafici provenienti da diverse fonti dati, ma anche degli indicatori che rappresentassero in modo intuitivo e veloce una serie di KPI selezionati dalla direzione, e che li supportasse nel prendere decisioni. Lo strumento doveva essere semplice e immediato in modo da rendere più veloce l'adozione da parte degli utenti, anche a livello internazionale, comprendendo rivenditori e distributori. Ogni utente, oggi, è completamente autonomo e indipendente: può estrarre e visualizzare il dato come preferisce, crearsi dei report o modificare quelli distribuiti dall'azienda centralmente, senza dover necessariamente utilizzare uno standard aziendale. BOARD è stata la scelta dell'azienda in quanto, già in fase di selezione, si è dimostrato il migliore sia dal punto di vista tecnico-funzionale, che dal punto di vista economico, in quanto garantiva rapidi tempi di implementazione».

## INTEGRARE BI E STRATEGIA

La strada per sfruttare al meglio gli strumenti di BI è la stretta integrazione tra essi e le fasi dei processi di business aziendale gestiti dagli ERP. «Per avere dati di marketing, vendita e amministrazione integrati e giungere a una visione d'insieme di alto livello servono strumenti sempre più decisionali» – afferma **Massimiliano Salin, direttore commerciale di Reitek** ([www.reitek.com](http://www.reitek.com)). Reitek sta accelerando su questa strada: poter prendere decisioni condivise e intelligibili fra aree aziendali che magari fino a ieri usavano strumenti diversi o parlavano lingue diverse. La maggiore comunicazione fra CRM, ERP e BI è un vantaggio che incrementa l'usabilità degli strumenti, la condivisione delle informazioni e l'utilità di analisi effettive.

vamente correlate al bilancio e al controllo di gestione. Attività come il credit check o il recupero crediti possono trasformarsi da strettamente amministrative a insight di marketing, specie in contesti di crisi». Dello stesso avviso è **Chinelli** di Avanade Italia: «Avere a colpo d'occhio l'immagine di cosa succede al business di un'azienda consente di avere il polso sull'andamento degli affari e rilevare anomalie in tempi brevi, la possibilità di fare in seguito indagini approfondite consente di rilevare le cause e prendere decisioni che possono rappresentare un vantaggio competitivo non banale. L'analisi quantitativa dei dati in molti casi permette di analizzare scenari potenziali e pianificare con anticipo i fabbisogni. Senza sistemi di analisi dei dati non si sarebbero potuti migliorare modelli produttivi come il just-in-time». Non solo. Nelle aziende multi-società e multi-business, l'utilizzo di sistemi di BI integrati al CPM è sempre più diffuso e guidato da una logica di monitoraggio e misurazione della performance di specifici processi aziendali (pianificazione, consolidamento e analisi della profittabilità...) per evidenziare rapidamente le criticità nascenti e consentire l'attuazione di interventi di correzione e di miglioramento. «Le aziende che hanno sistemi informativi eterogenei, magari in più Paesi devono gestire con applicativi non troppo invasivi e complessi il recupero e l'elaborazione dei dati» – dice **Marco Bossi, managing director di Talentia Software** ([www.talentia-software.it](http://www.talentia-software.it)). «I nostri clienti hanno sempre più l'esigenza di avere sistemi di BI che integrino le logiche di CPM. Una soluzione come Talentia CPM, che integra un modulo di business intelligence, risponde perfettamente a tali esigenze fornendo una piattaforma unica, condivisa all'interno del gruppo societario, sia per l'analisi della performance sia per la gestione del budget, della pianificazione e del consolidamento. La disponibilità



**Massimo San Giuseppe**  
 vice president  
 e managing director  
 di QlikTech Italy



**Andrea Maderna**  
 direttore commerciale  
 di BOARD Italia



**Massimiliano Salin**  
 direttore commerciale  
 di Reitek

## Portare la BI al cuore dell'impresa integrando i processi. Ma la BI è ancora nelle mani di pochi

di strutture preconfigurate semplificano e velocizzano l'avvio dell'uso del sistema e garantiscono una perfetta adesione alle specificità dell'azienda-cliente». Se gli strumenti di BI sono molto diffusi nelle aziende di medie e grandi dimensioni, lo sono ancora poco nelle PMI, alle quali servono soluzioni di BI direttamente integrate con il gestionale per compiere analisi in modo facile e veloce. «È proprio in questa direzione – afferma **Angelo Cian** di Zucchetti – che abbiamo investito su InfoBusiness con il modulo che chiamiamo "IB Connector" e che permette di dare la possibilità a tutti i clienti delle soluzioni gestionali di estrapolare le informazioni strategiche per valutare l'andamento aziendale e prendere le decisioni migliori». In tutti i casi, parlare di BI oggi è allo stesso tempo sempre più attuale e

generico. Gli strumenti e le tecniche di BI si applicano ad ambiti informativi distinti, in contesti e con finalità molto differenti. «Tutte le imprese – chiarisce **Tuvo** di System Evolution – e non solo le più grandi, riconoscono ormai la necessità di supportare la gestione del business con funzionalità e con strumenti specifici, in grado di rappresentare, a partire dagli eventi gestiti nei sistemi operazionali, i fenomeni significativi per il governo dei processi e del business». Ogni settore ha le sue peculiarità. «Nel mondo finance – continua Tuvo – assumono particolare rilevanza aspetti quali il monitoraggio dei crediti o l'analisi dei rischi. Le aziende che operano nel settore del commercio hanno la necessità di misurare le performance della rete di vendita. Le aziende industriali utilizzano strumenti di BI per gestire la propria supply chain. Per questo motivo sono sempre più diffusi i sistemi che fanno uso di tecnologie di BI, ma si caratterizzano, anche nella denominazione, in modo più specifico. Da questa caratterizzazione, deriva anche una specializzazione degli strumenti proposti dai vendor: così ad esempio funzionalità statistiche, forme particolari di rappresentazione grafica dei fenomeni, gestione del workflow, modalità specifiche per la gestione dei big data sono presenti con differenti intensità in diversi strumenti anche in funzione degli ambiti di applicazione». Per **Salin** di Reitek, «gli strumenti di BI non sono ancora diffusi al pari degli ERP, i quali contengono informazioni vitali su clienti, prodotti e fornitori ma purtroppo non sono pensati per fare analisi e reporting. Gli strumenti di BI sono ancora pochi ma cresceranno di certo, con maggiori integrazioni su dati amministrativi e controllo di gestione. In Reitek, stiamo lavorando su un progetto di monitoraggio dell'andamento delle commesse e di analisi delle marginalità reali e abbiamo evidenze di come molti nostri clienti stiano valutando soluzioni simili».

## L'ACTIVE INTELLIGENCE

La BI può essere integrata col business non solo a valle dei processi, ma anche in un modo più profondo e utile. Oggi, si lavora per portare la BI al cuore dell'impresa, all'interno dei processi: l'integrazione con tutti i processi operativi dell'impresa potrebbe consentire che tutti gli utenti possano sfruttare l'Intelligence durante lo svolgimento del proprio lavoro. Così, l'intera organizzazione potrebbe operare cercando il raggiungimento degli obiettivi strategici. Come si può realizzare? «Mentre fornisce valore al business, la BI è ancora nelle mani di pochi, quando molti dirigenti oggi preferirebbero di gran lunga che fosse anche nelle mani delle persone nelle loro operazioni quotidiane» – spiega **Mike Ferguson, IT analyst e consultant, speaker di Technology Transfer** ([www.technologytransfer.it](http://www.technologytransfer.it)). Ad esempio,



**Marco Bossi**  
managing director  
di Talentia Software



**Mike Ferguson**  
IT analyst e consultant,  
speaker  
di Technology Transfer

cosa succederebbe se tutto il personale e le applicazioni rivolte ai clienti avessero accesso on-demand all'Intelligence su ogni cliente specifico con il quale si confrontano? E cosa succederebbe se fossero guidati a prendere le migliori azioni per aumentare la redditività del cliente, offri-

re un migliore servizio clienti, ed evitare i rischi? Ma questo è solo il front-office. E le altre aree operative? Perché anche loro non possono dotarsi di Intelligence? «Soddisfare tali requisiti significa che i sistemi di BI possano essere utilizzati al di là del supporto decisionale tattico e strategico, supportando anche le decisioni operative pure. L'obiettivo – afferma Ferguson – è quello di arrivare al punto in cui i sistemi di analisi sono in continuo monitoraggio, gestendo e guidando tutte le operazioni di business su base 24 ore al giorno per 365 giorni all'anno. Il raggiungimento di operazioni "intelligenti" richiede alle aziende, innanzitutto, di riconoscere che, per supportare le richieste on-demand, i sistemi di BI hanno bisogno di dati near-real-time, e di gestione automatizzata delle decisioni (analisi automatizzata e azioni automatizzate), oltre che delle tradizionali funzioni di query, analisi e reporting. C'è, poi, la necessità di integrare la BI nei processi di business operativi centrali e, infine, di monitorare gli eventi su base continua per rilevare i problemi e le opportunità, come e quando si manifesteranno. Perché questo sia implementato con successo è necessario che i ruoli, i processi, gli eventi e le azioni siano del tutto chiari». Per aiutare a formulare i requisiti per integrare correttamente BI nelle operazioni di business – spiega Ferguson – bisogna poi trovare le giuste risposte a tutta una serie di domande: in quali processi la BI è necessaria? Quali ruoli e applicazioni richiede la BI on-demand? Quale BI è necessaria per aiutare a prendere decisioni operative in modo più efficace? L'utente dispone di tempo per utilizzare uno strumento di BI o no? L'azione dovrebbe essere automatica, cioè senza persone coinvolte? Quali eventi devono essere monitorati? Quali dati sono necessari per monitorare questi eventi? «Per contribuire al successo dell'Active Intelligence – conclude Ferguson – tutte quelle domande hanno bisogno di una risposta». **DM**



**Angelo Tenconi** Analytics & Technology  
director di SAS Italia

## BUSINESS AD ALTE PRESTAZIONI

**Aumenta la domanda di analytics in tutti i settori di mercato**

La domanda di soluzioni di business analytics registrerà, da oggi fino al 2020, una crescita del 9% anno su anno, per un giro d'affari globale che passerà da 70 a 136 miliardi di dollari (dati Gartner). Le aziende, soprattutto nell'ultimo anno, stanno affrontando un'evoluzione tecnologica che riguarda le infrastrutture e

l'adozione di soluzioni analitiche, perché manager e decisori abbiano accesso istantaneo ai dati e possano comprendere eventi e trend futuri. I settori di mercato? Dalle banche alla PA, dalle telco alle assicurazioni, passando per le utility. L'industria delle telecomunicazioni – per esempio – è un settore sempre più affollato per concorrenza e numero di offerte. Gli utenti valutano i diversi operatori, mettendo a confronto velocità, prezzo e vantaggi. Gli analytics consentono di analizzare una serie di KPI a diversi livelli di aggregazione sia per il traffico voce sia per quello dati. Gli indicatori di performance – tra cui l'accessibilità, il tasso di abbandono e così via – possono essere visualizzati su un unico schermo e svolgono un ruolo chiave nel traffico di instradamento delle chiamate. Ciascuno di questi componenti può influire sulla caduta delle chiamate e avere un impatto negativo sulla qualità generale percepita del servizio e di conseguenza sui ricavi dell'operatore di rete. Molti fornitori di servizi wireless lavorano continuamente per migliorare e aggiornare le loro reti in modo da minimizzare le chiamate cadute, errori di accesso, le zone morte.