

COME SI DIVENTA UN'AZIENDA DATA-DRIVEN

di MARIA MORO

SCEGLIERE DI STRUTTURARE IL PROCESSO AZIENDALE SULL'ANALISI DEI DATI RICHIEDE PRIMA DI TUTTO UNA VISIONE STRATEGICA E UNA CONDIVISIONE DEGLI OBIETTIVI CON TUTTA L'ORGANIZZAZIONE. INFATTI, UNA VISIONE CHE GUARDI ALL'USO DEGLI STRUMENTI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE SENZA CULTURA DI BASE E PROGETTUALITÀ RISCHIA DI NON DARE I FRUTTI ATTESI

Per essere un'azienda "guidata dai dati" è necessario modificare profondamente i modelli tradizionali, e il primo passo è cambiare la mentalità delle persone.

Secondo una ricerca citata da **Fabio Piccinini**, presidente del Gruppo **Atumtek** e founder & ceo di **Atum Technologies & Solutions**, il 98% degli executive ritiene che un'azienda *data-driven* sia una priorità, ma solo il 30% è in grado di concretizzare questo obiettivo. In un'ottica di evoluzione verso la *data-driven company*, è primario individuare la strategia e il nuovo modello di business, solo dopo si potrà procedere con efficacia nella politica dell'uso dei dati.

Alla base del cambiamento ci sono tre fattori che determinano il successo delle nuove strategie: il governo del dato; l'interoperabilità tra sistemi, che consente lo scambio di informazioni; il passaggio da un concetto di offerta a uno di erogazione di servizi. Per Piccinini l'interoperabilità tra i sistemi è il punto chiave: "i *data lake* si espanderanno in *data ocean*, i sistemi dovranno puntare alla modularità e a essere *user friendly*, a dialogare tra loro e con oracoli esterni. Le compagnie sono tra le realtà del mercato che raccolgono più dati, servono però la competenza per governarli e la capacità di fornire un servizio di previsione del danno che permetta di gestire meglio il rischio". L'evoluzione nell'uso del dato è l'abilitatore di un nuovo rapporto tra compagnia e cliente, strutturato in un servizio quotidiano in una logica di *gamification*.

UN PERCORSO FOCALIZZATO SUL SETTORE ASSICURATIVO

Luciano Polinari, founder & ceo di **Tecso** - an Atum Company, ha aggiunto che "non può esserci un'evoluzione nel percorso aziendale senza cultura di base e progettualità". Di questo fa parte anche la capacità di sapere dove raccogliere i dati, che vanno poi forniti ai



Da sinistra: **Fabio Piccinini**, presidente del Gruppo **Atumtek** e founder & ceo di **Atum Technologies & Solutions** e **Luciano Polinari**, founder & ceo di **Tecso** - an Atum Company

decisori. È quindi necessario approntare un team di data science, a cui affiancare le competenze di altre figure, come i *business analyst*. Sono i primi passi per il coinvolgimento di tutta la struttura, mentre gli strumenti necessari rispecchieranno le esigenze delineate dal nuovo processo. "Quanto descritto spiega perché per evolvere verso l'azienda data-driven le attività di *information governance* e di *analytics* precedono l'uso di intelligenza artificiale e machine learning, strumenti che sono sterili se non supportati da un background capace di valorizzarli", ha spiegato Polinari. Questo percorso di nuova conoscenza che parte da dati contestualizzati in un processo viene definito *Knowledge discovery database*. La visione di Atumtek si è concretizzata nel progetto **Laocoonte**: "negli ultimi due anni abbiamo trasformato i risultati ottenuti in una piattaforma applicativa che si occupa di data driven, fino all'analisi predittiva, specificatamente per le compagnie. Il sistema è focalizzato sulla collocazione dei prodotti, partendo dall'analisi dei bisogni e dalla segmentazione della clientela; in parallelo stiamo lavorando sull'aspetto dei costi", ha concluso Polinari. ❶