

TRASFORMARE I DATI IN BUSINESS

SEBBENE LA MOLE DI INFORMAZIONI PROVENIENTI DAI BIG DATA AUMENTI IN MODO ESPONENZIALE, LE IMPRESE NON SONO ANCORA IN GRADO DI SFRUTTARE PIENAMENTE QUESTE INFORMAZIONI. ALESSANDRO PIVA, RICERCATORE DEL POLITECNICO DI MILANO, HA INQUADRATO LO SCENARIO DI RIFERIMENTO E LE POSSIBILITÀ DI SVILUPPO

Quando si parla di innovazione e tecnologia in cima alla lista degli strumenti da implementare compaiono sempre i *big data*. Indubbiamente una grossa opportunità per le aziende. Nel corso del convegno, **Alessandro Piva** del **Politecnico di Milano**, responsabile della ricerca *Osservatorio big data analytics & business intelligence*, ha illustrato lo scenario di riferimento e le possibilità di innovazione e sviluppo che questi strumenti offrono per il business assicurativo. “C’è molto fermento nel mondo delle imprese – spiega Piva – ma al momento l’utilizzo è ancora molto tradizionale: mancano dei modelli avanzati in logica predittiva”, anche se “molte progettualità pilota sono attualmente in campo”.

UN ECOSISTEMA MOLTO PIÙ AMPIO

Le fonti da cui provengono i dati aumentano di giorno in giorno: scambi di informazioni tra persone sul web, tecnologie legate all’internet delle cose, open data, banche dati della pubblica amministrazione, informazioni provenienti dai mobile payment e altro ancora.



Alessandro Piva, responsabile della ricerca *Osservatorio big data analytics & business intelligence*, Politecnico di Milano

“La mole di informazioni cresce in modo esponenziale. Ogni due anni i dati raddoppiano, basti pensare che il 90% dei big data a disposizione – rivela Piva – si è generato nell’ultimo periodo”.

La ricerca del Politecnico di Milano ha osservato che l’utilizzo dei big data in riferimento al business delle imprese si può suddividere in due macro categorie: da un lato i *basic analytics*, legati alla reportistica: un’analisi del passato e una fotografia dell’attuale; dall’altro gli *advanced analytics*, che fanno un utilizzo prospettico delle informazioni, integrando quelle interne all’azienda con quelle provenienti dall’esterno, riuscendo a identificare correlazioni nascoste e a mettere in campo scenari prospettici per prevedere una serie di comportamenti. “Tuttavia – osserva Piva – oggi le aziende non riescono a utilizzare appieno questa mole di informazioni: la percentuale dei dati realmente utilizzati è del 47%”.

I BENEFICI PER LE ASSICURAZIONI

La natura dei dati attualmente presi in considerazione dai sistemi delle imprese vede una prevalenza di dati strutturati (l’83% del totale), informazioni facilmente utilizzabili e organizzate secondo schemi di database predefiniti. “Oggi, però, l’attenzione si sta spostando verso i dati destrutturati: informazioni potenzialmente più interessanti, ma la cui struttura è irregolare o parziale”. Il panorama è in trasformazione e, secondo Piva, “questo cambiamento va anticipato e cavalcato con progettualità strategiche. Dalla nostra ricerca emergono diversi ambiti in cui l’utilizzo dei big data può avere un’alta potenzialità”: su tutti, Piva cita “l’ottimizzazione del prezzo”, la “valutazione del rischio”, l’“identificazione delle frodi”, e la “prevenzione e mitigazione dei reclami”; ma ampie opportunità si aprono anche sul fronte del cross selling o sulla previsione di abbandono da parte della clientela. **B.M.**