

L'azienda Data Driven: tecnologie e sistemi per trarre conoscenza dei dati e servire al meglio i propri clienti

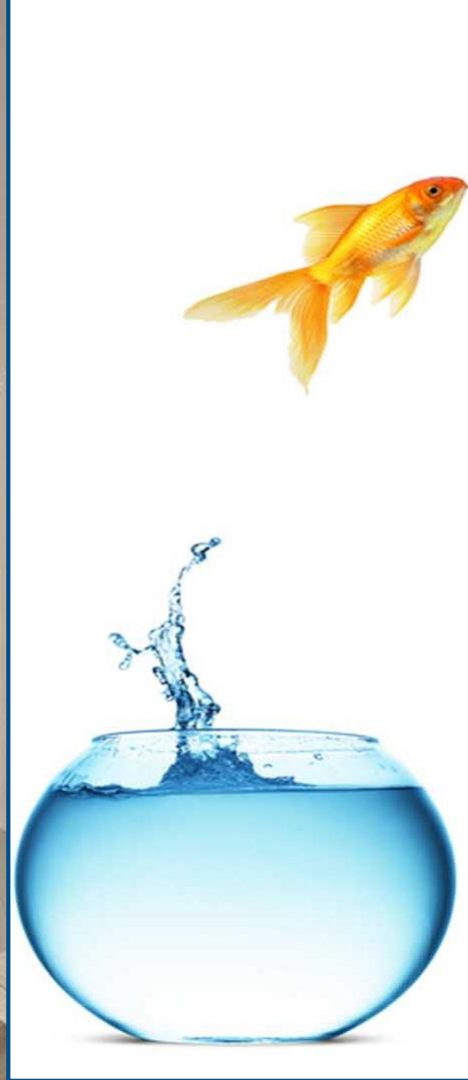
9 giugno 2020

Barbara Pralio

Azienda Data Driven



azienda che utilizza i dati per capire e prendere decisioni



... con quali obiettivi?

ottimizzare

tempi, costi, materie prime

migliorare

prodotti / servizi

cambiare

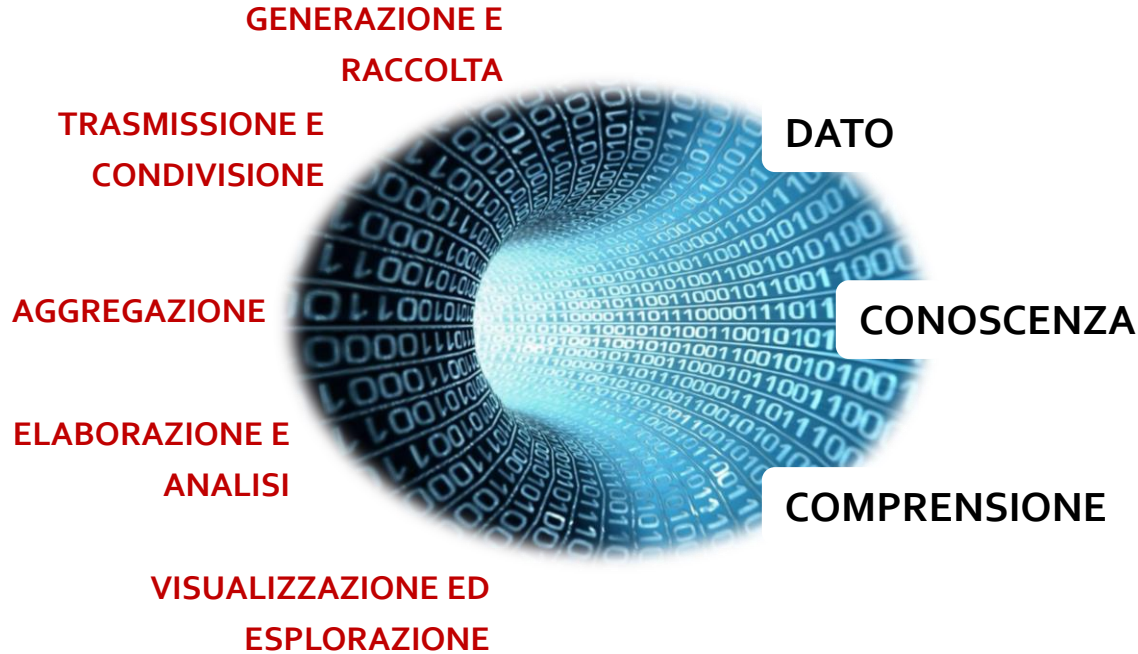
nuovi mercati / clienti target



“The digital transformation framework includes the networking of actors, such as businesses and customers, across all value-added chain segments and the application of new technologies. As such, **digital transformation** requires skills that involve the **extraction and exchange of data** as well as the **analysis and conversion of that data into actionable information**. This information should be used **to calculate and evaluate options**, in order **to enable decisions** and/or **initiate activities** which **increase the performance and reach of a company**. Digital transformation involves companies, business models, processes, relationships, products.”

Schallmo, Williams, «*Digital Transformation Now! Guiding the Successful Digitalization of Your Business Model*», Springer, 2018

Tecnologie abilitanti nella catena del valore del dato



CYBERSECURITY



INTERNET OF THINGS



(BIG) DATA ANALYTICS



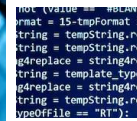
CLOUD COMPUTING



MOBILE TECH



ADVANCED HMI



APPLICATION SW

I dati ci sono sempre stati...cosa è cambiato?



Raccolta di dati da una molteplicità di fonti differenti

- oggetti connessi (macchine, veicoli, infrastrutture, arredi, ...)
- ambiente connesso (aria, acqua, terreno, piante, ...)
- persone connessi (smartphone, wearables, social media, ...)



Generazione e raccolta di dati in tempo reale


- non solo serie storiche e reportistica periodica
- comprensione di fenomeni mentre stanno accadendo per una risposta veloce



Capacità di gestire di grandi moli di dati

- archiviazione massiva
- elaborazione avanzata
- capacità computazionale

I dati ci sono sempre stati...cosa è cambiato?




Elaborazione e analisi avanzate (per moli di dati e velocità)

- integrazione di dati eterogenei (strutturati e non)
- estrapolazione di andamenti (analisi descrittiva)
- anticipare evoluzioni / bisogni / comportamenti (analisi predittiva)
- suggerire risposte / reazioni (analisi prescrittiva)



Valorizzazione dei dati - nuovi modelli di business

- evoluzione da prodotto a servizio
 - personalizzazione di prodotti/servizi
 - monetizzazione
- 

Quali opportunità dai dati nell'ecosistema aziendale?

**internamente all'azienda e
lungo la catena del valore**
(fabbrica-fornitori-clienti)



**lungo l'intero ciclo di vita del
prodotto** (da idea a produzione,
da uso a smaltimento)

PRODUZIONE

- ottimizzazione produzione
- manutenzione
- personalizzazione

SUPPLY CHAIN

- pianificazione
- gestione logistica
- gestione fornitori

MARKETING

- profilazione clienti
- campagne mirate
- fidelizzazione

RISORSE UMANE

- ricerca nuove risorse
- gestione e sviluppo
- retention

Nuovi modelli per aziende data-driven

- SERVITIZZAZIONE**
dalla fornitura di un prodotto
all'erogazione di un servizio
- PERSONALIZZAZIONE**
dalla produzione di massa alla
risposta a singole esigenze
- CIRCOLARITÀ**
dalla fornitura alla gestione
nell'intero ciclo di vita
- NETWORKING**
dalla filiera consolidata e chiusa
alla filiera dinamica
- MONETIZZAZIONE**
i dati come prodotto/servizio
dell'azienda



“ Le aziende data-driven hanno imparato a generare valore in modi nuovi o alternativi ”

Esperienza dai progetti di digitalizzazione

48

SERVIZIO

logistica, finanziario, ingegneria,
vendita, trasporti,

33

MANIFATTURIERE

metalmecanico, alimentare,
elettronico, plastica, impiantistica, ...

19

NO PROFIT

servizi alla persona,
pubblica utilità,

$$100 + 61 = 12$$

Beneficiari Fornitori Progetti

il valore dell'aggregazione

I numeri dei progetti Voucher digitalizzazione (CCIAA – TO) coordinati da Torino Wireless
(2017 - 2018 - 2019)

Cosa hanno introdotto le imprese?

- ✓ Per il **50%** sistemi gestionali (ERP, CRM, documentali, magazzino)
- ✓ Per il **30%** applicativi Cloud o Web-based
- ✓ Per il **20%** tecnologie Industrial Internet e IoT, Realtà Aumentata e Realtà Virtuale, (Big) Data Analytics, Integrazione hw/sw

Per il **70%** ha riguardato **trasformazione di processo**

linee di produzione

strumenti di marketing

canali di vendita/post vendita

trasporti e logistica

manutenzione

Per il **30%** ha riguardato **innovazione di prodotto/servizio**

avvio di nuove linee di prodotto

miglioramento delle caratteristiche dei prodotti

personalizzazione di prodotto/servizio fornito

“ UN DATO NON È
CONOSCENZA ”

Un dato singolo non fa la differenza, un dato non aggiornato è poco utile, un dato poco affidabile o di fonte incerta può creare problemi: per estrarre conoscenza serve **capacità di gestire molti dati, da fonti eterogenee, sicure e affidabili**

“ NON È MAI TROPPO
PRESTO PER
PENSARE AI DATI ”

Insieme al sistema / processo / prodotto / servizio bisogna **progettare il modo per raccogliere i dati**: recuperarli dopo può essere complicato e, quasi sempre, poco efficace (*data driven by design*)

“ LA TECNOLOGIA
NON BASTA ”

La trasformazione non può essere solo tecnologica: le tecnologie sono strumenti e vanno accompagnate da una **cultura del dato a tutti i livelli aziendali**, dal management ai livelli operativi

“
NUOVE
COMPETENZE
ALL'ORIZZONTE ”

Per imparare a valorizzare il patrimonio informativo, serve **acquisire nuove competenze**, in grado di capire non solo come utilizzare i dati che abbiamo ma anche quali altri dati potrebbero essere disponibili, quali utili, dove trovarli, come elaborarli, cosa farne e come generare valore

“
I DATI SONO
BENI E VANNO
PROTETTI ”

Proteggere i dati, esattamente come valorizzarli, **deve far parte del business aziendale**: questo significa non solo proteggere i dati aziendali e i sistemi che li gestiscono ma anche usarli nel rispetto della privacy e della sicurezza degli utenti (clienti, dipendenti, partner, fornitori, ...)

Grazie per l'attenzione





Barbara Pralio

barbara.pralio@torinowireless.it

www.torinowireless.it

info@torinowireless.it

 @torinowireless

 @torinowireless