



CORSO ONLINE IN:  
**Startup Management +**  
Giugno / Luglio 2015

**Startup Pitch Lab**  
MILANO  
10 - 11 Luglio 2015



ninja CORSI IN HOUSE dal fuoco ai cervelli del tuo team! WORKSHOP DI AGGIORNAMENTO NELLA TUA AZIENDA! VOGLIO SAPERNE DI PIU'!

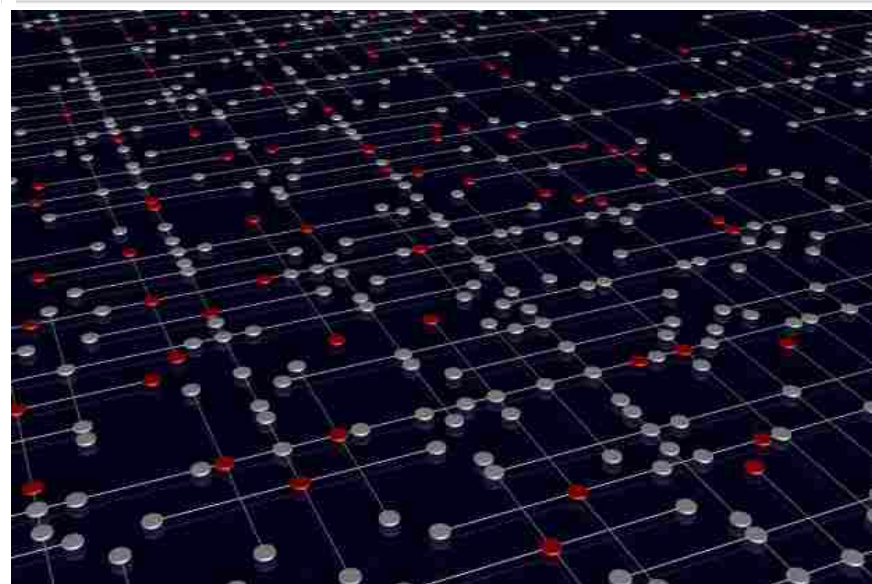


30 maggio 2015 | Alberto Maestri aka Kalbimura  
Guarda il suo profilo!

# Tutto quello che bisogna sapere per progettare una Big Data Strategy aziendale

Obiettivi, strumenti, risorse, competenze: prendiamo spunto da Thomas Davenport per progettare una Big Data Strategy di successo!

Mi piace Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.



**Big Data e analitiche 3.0** stanno diventando paradigmi strategici per la competitività aziendale, indipendentemente dalle dimensioni organizzative. **Come fare leva allora su dati e informazioni**, attraverso una strategia consistente e capace di **portare i risultati fissati ex-ante?**

Ci viene in aiuto **Thomas Davenport**, Guru internazionale della disciplina. Prendiamo spunto da **"Big Data @ Lavoro. Sfatare i Miti, Scoprire le Opportunità"**, il suo manuale uscito da poche settimane anche in Italia grazie a **FrancoAngeli**, per fare un po' di chiarezza sul tema.

LEGGI ANCHE: **Big Data al Lavoro, il libro per scoprire tutti gli aspetti fondamentali dei Big Data [RECENSIONE]**

ADVERTISING

CORSO ONLINE IN:  
**Startup Management**  
Giugno / Luglio 2015

**+ Startup Pitch Lab**  
MILANO  
10 - 11 Luglio 2015

In aula  
SCOPRI IL PROGRAMMA >>

#StartupNinja

Il tuo brand qui? >>

ALTRE STORIE



Grazie a Spotify i non udenti possono ascoltare la loro prima canzone



Professional Empowerment: personal branding, team building ed envisioning a Salerno



Creare email belle e responsive è più facile. MailUp lancia il nuovo BEE e BEE Plugin



Corso in SEO e SEM Strategy: strategie e strumenti di web marketing



Corso in Startup Management: i segreti del pitch perfetto per lanciare la tua startup



Corso in Performance Marketing: la potenza di Web Analytics, Social

## Quali sono gli obiettivi di una Big Data Strategy?

Stabilire cosa vuole la vostra organizzazione dai Big Data è un **tema cruciale** per ottenere i benefici sperati. A proposito, possiamo identificare **4 principali goal strategici**:

- **Riduzione dei costi:** l'obiettivo che con più facilità vi convincerà ad aprirvi ai Big Data. Sarà una decisione presa principalmente dal reparto IT, ed è tipica delle realtà finanziarie.
- **Risparmio di tempo:** necessario per lo svolgimento di determinati processi. Utilizzato molto in ambito retail. Macy's è riuscita a ridurre i tempi di ottimizzazione del pricing per i suoi oltre settanta milioni di articoli, da ventisette ore a poco più di una. Un'ipotesi suggestiva? La variazione dei prezzi in funzione delle condizioni meteo. Vi stiamo convincendo?
- **Sviluppo di nuove offerte:** lo sta già facendo Novartis, che coltiva i Big Data per sviluppare nuovi farmaci attraverso la leva delle conoscenze bioinformatiche. Come dice Davenport all'interno del manuale, inoltre:

*"Orientare l'impiego dei Big Data verso l'innovazione di prodotto o di servizio ha implicazioni anche sulla valutazione economica dei vostri sforzi. Lo sviluppo prodotti è infatti generalmente classificato come un investimento, non come un'opportunità di risparmio. Adottando questo orientamento potreste quindi non solamente risparmiare parecchio denaro, o parecchio tempo, ma anche aggiungere grosse cifre ai ricavi della vostra azienda."*

- **Ausilio alle decisioni interne:** si tratta dello scopo principale dell'analytics tradizionale.



## Discovery vs produzione

Le attività legate all'analisi applicata ai Big Data sono principalmente due: **discovery (o esplorazione) vs produzione**.

La prima è l'**esplorazione dei dati (Big Data Discovery)**, ed è solitamente coordinata dai **Data Scientist**. Sono loro a impostare esperimenti con i dati, accettando l'idea che l'ipotesi iniziale possa essere confutata dai fatti.

Per **produzione** si intende invece l'**immissione dell'applicazione nei processi di produzione in grande scala**. Non tutte le idee prodotte dalla fase di discovery finiscono in produzione: anzi, cercate di restare **sotto il 50%**!

## 3 principali approcci ai Big Data



The Cover That Judges You, il libro che non vuole essere giudicato dalla copertina



Cerchi lavoro? Prendi in ostaggio un hashtag su Instagram

RIBBON



I Big Data sono ben più di una moda passeggera, ma non bisogna farsi prendere dall'**ansia** di iniziare tutto, e subito. A proposito, all'interno del suo **"Big Data @ Lavoro"** Davenport individua **tre principali stili di adozione dei Big Data**, da scegliere in funzione del settore, dei comportamenti dei competitor e del grado di innovazione aziendale.

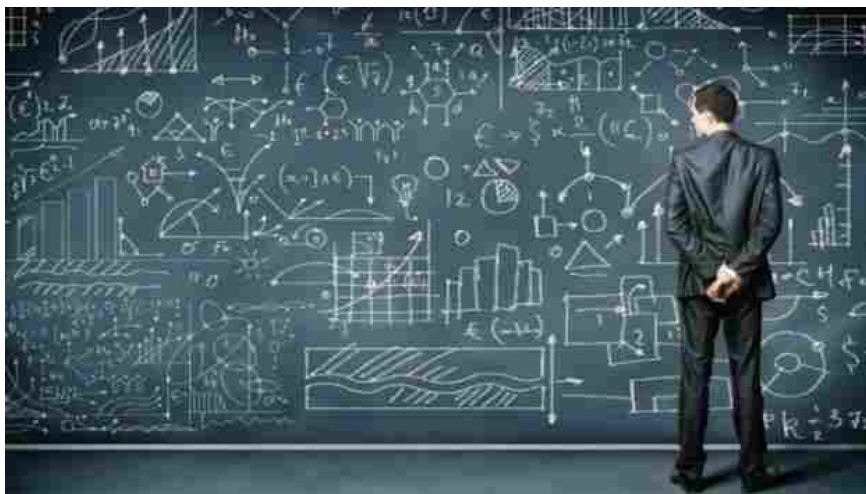
- **Stile cauto:** è da consigliare alla maggior parte delle organizzazioni, al fine di comprendere quale potrebbe essere il livello di adozione e pervasività del paradigma all'interno dell'azienda. Tutto potrebbe per esempio partire con un'attività di formazione al management, per sensibilizzarlo al tema e su cui gettare le basi di sviluppi futuri.
- **Stile moderatamente aggressivo:** indicato se il settore si è già mosso, e non volete "rimanere indietro". Dovrete già possedere competenze di discovery, e avere affrontato i principali aspetti organizzativi connessi all'adozione dei Big Data.
- **Stile aggressivo:** General Electric, Google, eBay, LinkedIn sono realtà nate con un approccio aggressivo e impegnato verso i Big Data, fondando sulle analitiche il proprio potenziale (vantaggio) competitivo. Per adottare questo approccio occorrono competenze in house e forti investimenti.

## I Protagonisti dei Big Data

Parlare di risorse umane in relazione ai Big Data oggi significa citare la professionalità del **Data Scientist**.

Richiesto soprattutto **dalla fine del primo decennio del nuovo secolo**, in particolare **dalle startup e dalle aziende aventi headquarters a San Francisco**, lo stesso Data Scientist possiede diversi "cappelli": **hacker, scienziato, consulente, analista quantitativo, esperto di business**.

Esso può essere più **verticale** (con una conoscenza molto approfondita in uno specifico campo), oppure **orizzontale** (capaci di integrare vision e competenze più tecniche).



## Conclusioni

Il settore dei Big Data è (ad oggi) solo agli inizi, ma sta già aprendo una nuova epoca. Molte organizzazioni – soprattutto di medio-grandi dimensioni – stanno entrando nella **data economy** e usano i Big Data per i diversi obiettivi sopra elencati, approcciati anche in modo sinergico.

Nell'immediato futuro emergeranno altri modelli, ma le aziende devono già muoversi per transitare verso i nuovi paradigmi. **Parola di Thomas Davenport!**

ARTICOLI CORRELATI