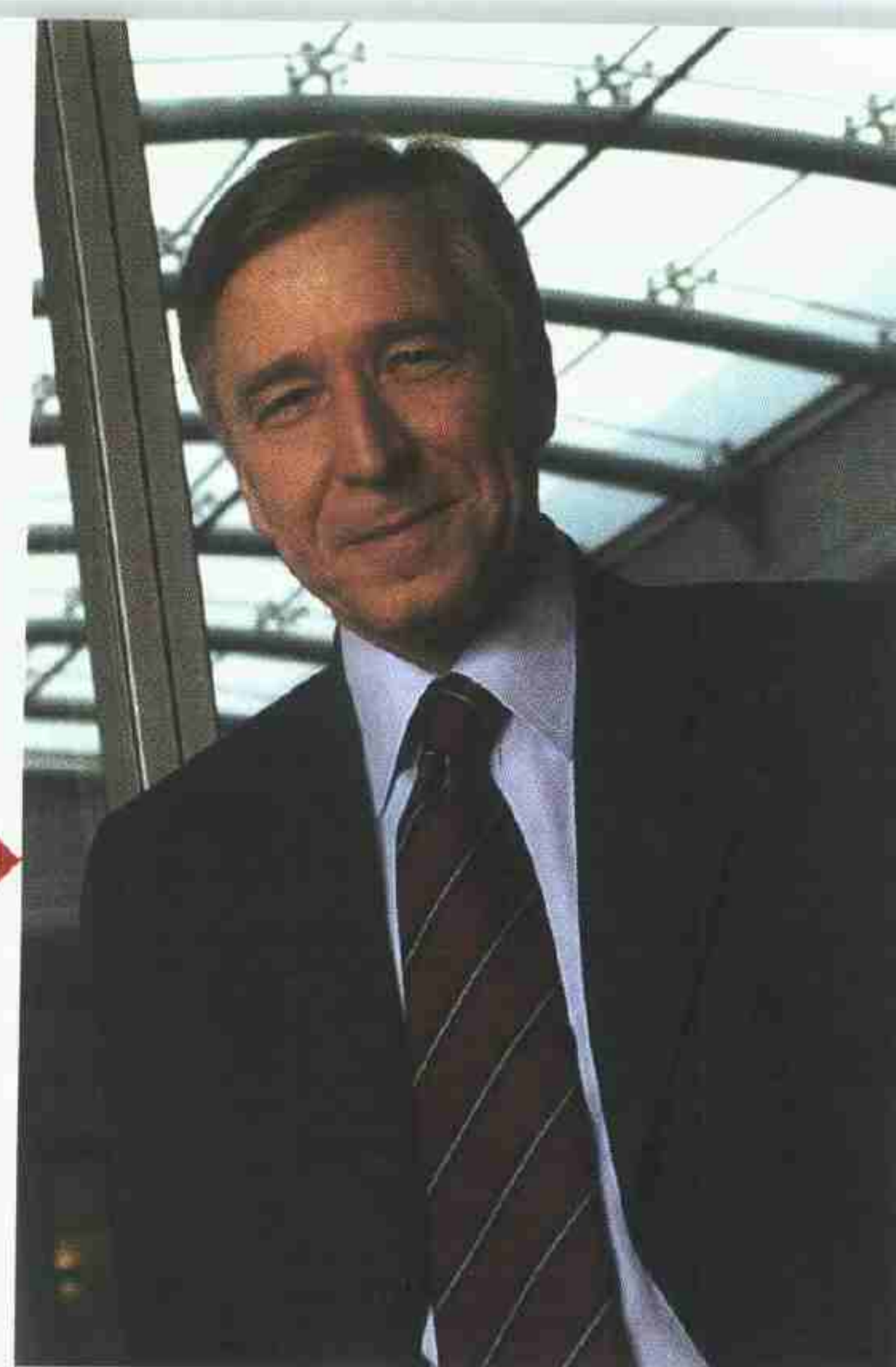


Protagonisti

Sas corre da sola

di Luciano Barelli



ALESSANDRO ZEIGNER, amministratore delegato di Sas Italia e Vp Sas Southern Europe

Sas, il noto produttore di soluzioni di Business Intelligence di Cary, North Carolina, per certi versi è una società It un po' anomala. Il suo stile di marketing poco aggressivo, il suo modo di presentare i propri vantaggi competitivi senza alzare la voce, dote rarissima sul mercato, le danno un tono un po' aristocratico come i grandi vendor di una volta. Dietro questa facciata, che potrebbe sembrare un po' démodée, c'è però una società che sta sul mercato da 30 anni, durante i quali ha contribuito in modo determinante a far crescere il fondamentale comparto della Business Intelligence (Bi). Durante il recente Sas Forum, abbiamo avuto l'occasione di incontrare Alessandro Zeigner, amministratore delegato di Sas Italia e Vp Sas Southern Europe.

La ricetta del successo? Una preveggenza delle esigenze delle aziende, una precisa focalizzazione applicativa, grandi investimenti indipendenti dall'andamento del mercato, ricerca continua della qualità dei prodotti e delle persone.

permesso di farci trovare con la soluzione giusta al momento giusto. Contemporaneamente abbiamo allargato lo spettro delle soluzioni analitiche alle soluzioni di business, che in fondo sono sempre soluzioni di analisi di grandi volumi di dati. Oggi il nome di Sas è legato strettamente alla Business Intelligence, ma quando Sas è nata non si parlava ancora di Bi. Fin dai primi tempi, però, l'uso che i nostri clienti facevano dei nostri strumenti era nella direzione di ottenere una maggiore visibilità del proprio business. Si passava dal semplice query&reporting alla definizione di serie storiche dalle quali ricavavano dati previsionali con un processo inferenziale. Gli strumenti c'erano già: sono stati i nostri clienti a utilizzarli in questo senso. In fondo, sono loro ad avere inventato la Business Intelligence; noi abbiamo semplicemente assecondato questa tendenza dei clienti più avanzati e gli abbiamo dato un assetto più organico.

? Sas è forse il miglior esempio di continuità nella crescita. Ci sono altre aziende che sono cresciute anche di più in brevi periodi ma nessuna è riuscita a crescere a una velocità così uniforme nell'arco di tre decenni. Ci spiega il segreto di ciò?

! Dietro al successo di Sas c'è l'essere rimasti aderenti ai nostri valori di partenza, alla nostra missione di fondo. Sas è nata dalla volontà dei fondatori di creare e mettere a disposizione delle aziende strumenti di analisi dei dati che fossero di effettivo supporto

al processo decisionale. Negli anni abbiamo promesso ai clienti che ci saremmo sempre impegnati a raggiungere la massima qualità possibile e a mantenerla nel tempo e abbiamo dimostrato di saper mantenere le promesse. Un altro punto che ha giocato a favore di Sas è stata la capacità di intuire con grande anticipo l'importanza per le aziende di avere strumenti per trattare volumi di dati sempre crescenti. Vent'anni fa non erano in molti a immaginarsi che ci sarebbe stata una crescita del volume di dati come in effetti si è registrata: il fatto di aver intuito questo fenomeno ha

? Un'altra peculiarità di Sas è di non essere quotata in borsa, cosa che contrasta con la tendenza diffusa tra le nuove aziende di richiedere la quotazione prima possibile con il miraggio di lucrare su ricche plusvalenze. Qual è la ragione di questa decisione?

Sas corre da sola ←

Protagonisti

! Sas non ha voluto essere quotata in borsa ma ha deciso di rimanere un'azienda privata. Questo stato le ha fornito molti vantaggi: per esempio, le ha permesso di avere la libertà di investire nelle direzioni volute senza essere condizionata dalle valutazioni degli analisti, che a ogni minimo sintomo di rallentamento del mercato spingono sempre verso tagli al personale. E per un'azienda di software tagliare il personale significa ridurre la capacità di ricerca e sviluppo. La perseveranza del nostro fondatore Jim Goodnight di rimanere autonomo è stata vincente.

? **In altri termini, avete voluto darvi un'immagine di azienda un po' meno legata ai facili guadagni e un po' più attenta alla qualità dell'offerta, convinti che poi questo approccio avrebbe pagato anche in termini di profitto.**

! Parlando di Sas è importante ricordare il fattore cultura aziendale che vede come cardini fondamentali la qualità, la competenza, la correttezza e la trasparenza nel modo di interagire con i clienti e con gli altri attori del mercato. Anche queste cose sono importanti per caratterizzare un'azienda. Sas è una delle poche aziende, anche tra quelle quotate, che diffonde dati di bilancio a livello delle singole nazioni. Poi c'è la componente delle relazioni con il personale. Sas ha sempre dato una grande importanza alla qualità del posto di lavoro tanto che il Campus di Cary, la nostra sede centrale, è particolarmente bello ed accogliente: Jim Goodnight dice che la sua preoccupazione principale quando la sera vede andare a casa i dipendenti è che l'indomani ritorni-

no! Infine, vorrei citare come fattore del nostro successo anche il nostro modello di go-to-market. Sas opera nel mondo attraverso le filiali e fa ricorso a distributori solo in via eccezionale. Questo perché i distributori considerano come obiettivo quello di massimizzare i propri ricavi: anche Sas naturalmente tende a massimizzare il proprio business ma nell'ambito specifico della vicinanza con il cliente, la comprensione e il soddisfacimento delle sue esigenze.

? **Quali sono i settori d'industria che hanno trovato più benefici dalla Business Intelligence?**

! Le nostre soluzioni hanno trovato moltissimi utenti nel settore finanza. Anche nel settore farmaceutico, per l'analisi dei dati clinici per la ricerca farmacologica. Le società di telecomunicazione sono un esempio molto visibile di come si può partire dall'analisi dei comportamenti per formulare nuove offerte commerciali. Poi c'è la Pubblica Amministrazione, in particolare la sanità.

? **In quali direzioni si sta evolvendo la Business Intelligence?**

! Di recente si è assistito all'affermazione del Performance Management, che mira a rendere espliciti i fenomeni per poi governarli. Negli anni '90 si è cominciato a parlare di It governance. Ma perché solo It? Così si è passati alla governance di tutti i sistemi aziendali, delle human resources, della finanza.

? **E le Balanced Scorecard? Una decina di anni fa sembrava che sarebbero state la nuova frontiera della Business Intelligence: è stato così?**

! Solo nei Paesi anglosassoni, non in Italia. Le Balanced Scorecard in fondo solo delle pagelle e noi le pagelle le viviamo con ansia! Poi le Balanced Scorecard per essere accettate devono essere imposte dall'alto. Per non parlare della difficoltà di essere condivise nei vari settori aziendali. Anche in Italia ci sono clienti convinti ma restano pochi.

? **In Italia come si realizza il vostro modello di business?**

! Anche in Italia c'è sempre stata una grande attenzione verso il cliente. Siamo stati capaci di trovare le giuste competenze con il giusto entusiasmo come ci confermano i clienti. In particolare, all'inizio degli anni '90, abbiamo recepito la richiesta da parte dei clienti di un particolare supporto da parte nostra nelle aree più critiche, quelle del loro core business. La cosa ci ha spinto ad acquisire risorse con competenze di financial management, risk management, human resources e così abbiamo creato una struttura di servizi professionali, che poi altre nazioni ci hanno copiato, e che ancora oggi è una delle più grandi di Emea. Abbiamo investito molto ma l'investimento è stato ripagato tanto che l'Italia è la nazione con più clienti della soluzione Human Capital Management in Emea e tra i primi su scala mondiale. Ciò anche perché siamo stati i primi a offrirla con un livello di competenza particolarmente elevato. Un'altra caratteristica italiana è l'utilizzo intelligente degli user group, cioè delle comunità di utenti, come strumento per diffondere le esperienze.