

Un nuovo servizio SAS

di Luigi Pantarotto, SAS

Se da anni ormai la capacità di trasformare in intelligenza l'informazione presente nei sistemi transazionali è considerata una priorità, mai come ora è importante un approccio di business all'applicazione delle tecnologie di BI. A fronte di una crisi epocale e dei primi timidi accenni di ripresa, appare risolutiva la capacità di muovere la leva dell'IT tramite Business Case più strategici per l'azienda, di analizzare criticamente le modalità con cui il marketing e le altre funzioni aziendali gestiscono l'informazione, di occuparsi dell'efficacia e dell'efficienza dei processi analitici e di garantire lo stretto allineamento tra processi e innovazioni IT. Per questo SAS ha recentemente introdotto anche in Italia il nuovo servizio di Business Advisory, che offre alle aziende un patrimonio di metodologie, competenze e risorse finalizzate a trovare l'adeguata applicazione delle tecnologie SAS rispetto ai processi di business della singola azienda.

I risultati sono rapidi e tangibili

In questo senso, il servizio di Business Advisory si differenzia dal management consulting in senso lato e dalla consulenza finalizzata alla messa in opera di applicazioni BI. Il Business Advisory, infatti, produce risultati, in termini di studio e di documentazione, focalizzati sulle precise problematiche del cliente e presentati con taglio direzionale; e lo fa con un impegno specifico, intenso nei risultati ma limitato nei tempi, perché può attingere all'ampia base di conoscenze che deriva dalla leadership trentennale di SAS nella BI ed al pool di consulenti ed esperti di SAS Italia. Il servizio di Business Advisory fa parte della vasta gamma di servizi offerti dalla divisione Professional Services di SAS Italia da cui trae le professionalità da mettere in campo: tipicamente un Business Advisor, un Business Specialist e/o un Functional Specialist. I servizi di Business

Advisory si muovono schematicamente lungo tre direttrici di intervento: Business Case, Assessment e Business Process Design, classificati in Figura 1 sulla base del maggiore o minore coinvolgimento delle funzioni aziendali primarie e del ricorso a competenze analitiche avanzate.

Il Business Case: una valutazione condivisa dei costi e dei benefici della soluzione

Alcuni studi recenti mostrano che proprio i Business Case relativi alla Business Intelligence in senso lato sono i più complessi da valutare nell'ambito degli investimenti IT. È questo il motivo che ha spinto SAS a elaborare la metodologia di Discovery Value Assessment, applicata con successo nelle più diverse situazioni di mercato. La metodologia, rappresentata in Figura 2, prevede un insieme di esercizi fortemente interattivi finalizzati a identificare i benefici della soluzione e a favorire la loro quantificazione consensuale da parte degli stake-owner. Uno degli elementi di novità della metodologia, che pure comprende le classiche misurazioni del ritorno dell'investimento (come Net Present Value, Payback, Investment Return Rate), è la capacità di effettuare una valutazione completa e condivisa dei costi e dei benefici che, tramite tecniche analitiche, può tener conto anche della aleatorietà intrinseca delle stime prodotte.

Gli Assessment: massimizzare il ritorno degli investimenti in tecnologia

Progettati per aiutare le aziende a mas-

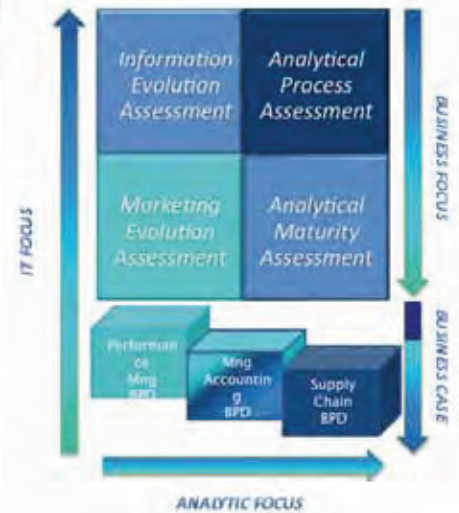


Figura 1 - I servizi di Business Advisory

simizzare il ritorno degli investimenti nella tecnologia SAS già esistente o da acquisire, i servizi di Assessment sono accomunati da un approccio orizzontale alla struttura in esame e da un insieme di approfondimenti che vengono definiti in base alle specifiche esigenze del cliente, si tratti di focus su problematiche di business o su tematiche specificamente attinenti all'IT. In ogni caso, il documento di Assessment permette all'azienda di acquisire una 'fotografia' della realtà esistente prodotta da un osservatore esterno qualificato, di effettuare un confronto rispetto a benchmark esterni e di ottenere una visione prospettica della direzione futura, insieme al piano necessario per concretizzarla in base alle priorità stabilite.

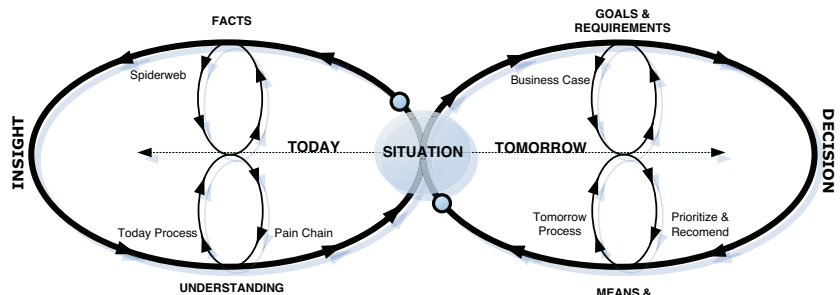


Figura 2 - Metodologia DIVA per il Business Case

orientato al business

SAS Business Advisory, l'iniziativa internazionale con cui SAS nei principali paesi del mondo, offre al cliente un patrimonio di metodologie e competenze di business. Per trovare l'adeguata applicazione delle tecnologie SAS rispetto alle problematiche di business e per risolverle insieme.

Per saperne di più

- l.pantarotto@ita.sas.com;
- www.sas.com/italy/servizi/consulenza/business-advisory.html;
- <http://www.sas.com/italy/servizi/consulenza/download/brochure.pdf>;
- Corsi Knowledge Base Series a cura del Business Advisory
<http://www.sas.com/italy/servizi/formazione/bks.html>

L'Information Evolution Assessment: la valorizzazione degli asset informativi

valorizzazione degli asset informativi, l'Information Evolution Assessment utilizza una metodologia proprietaria SAS che è stata adottata con successo da numerose aziende per verificare la maturità nella gestione dell'informazione in ambito aziendale o in una specifica struttura. La metodologia è in grado di valutare sia le classiche componenti IT, come l'infrastruttura applicativa, sia gli ambiti meno 'tangibili', come il capitale umano o la cultura aziendale. In particolare, consente di indirizzare una varietà di problemi operativi, come la necessità di riorganizzare le attività di un ufficio, la dismissione degli applicativi legacy, la volontà di ottimizzare il data warehouse aziendale, l'esigenza di mappare il complesso dei flussi informativi. Nel documento di Assessment, e questo è il valore aggiunto offerto dalla metodologia, il cliente trova non solo la soluzione dei propri problemi operativi ma anche una visione strategica su come ricavare i massimi benefici dai processi di gestione dell'informazione in un arco temporale più ampio.

Il Marketing Evolution Assessment: introdurre gli Analytics nel cuore del marketing

Il Marketing Evolution Assessment capitalizza le competenze acquisite da SAS nell'ottimizzazione dei processi di marketing, dalle tecniche di segmentazione, targeting e posizionamento all'integrazione delle comunicazioni inbound e outbound in contesti multicanale. Come nel caso degli asset informativi, il Marketing Evolution Assessment valuta il livello di maturità, attuale e desiderato, delle attività e definisce un piano di intervento che ne favorisca l'evoluzione, con una serie di interviste finalizzate all'analisi su dimensioni e livelli specifici per il marketing.

Gli Analytical Assessment: competere con gli analitici in modo efficiente

Per supportare l'azienda nell'adozione dei modelli analitici nello specifico contesto di business, SAS utilizza due metodologie: l'Analytical Maturity Model, volto a promuovere l'applicazione degli Analytics nelle diverse aree aziendali, e l'Analytical Process Model, destinato a supportare la funzione IT nella automazione dei processi analitici. Gli assessment che ne derivano rappresentano il mezzo più pratico ed efficiente per ricavare il massimo beneficio dagli Analytics e imboccare la strada verso la costituzione di un Analytical Center of Excellence, l'elemento differenziante per acquisire reali vantaggi competitivi.

I Business Process Design: migliorare e ottimizzare i processi esistenti

Il servizio di Business Process Design, che si rivela particolarmente efficace quando precede o accompagna la messa in opera di soluzioni SAS particolarmente sensibili al ridisegno dei processi, adotta una metodologia consolidata per esaminare, insieme agli attori coinvolti, il processo attuale e proporre una versione evolutiva e perfezionata. L'approccio SAS prevede una fase di analisi del processo 'ideale' che, da un lato, aiuta a rimettere in discussione input, output, attori e vincoli e, dall'altro, guida il gruppo di lavoro verso un processo futuro certificato da un'analisi strutturata e condivisa. Gli ambiti principali, anche se non unici, di applicazione del Business Process Design sono quelli relativi al performance management con un approccio preferenziale ispirato alle metodologie di Norton e Kaplan, al management accounting, con attenzione particolare al processo di budgeting, all'Activity Based Costing e alla supply chain dove, alle indicazioni delle filosofie Lean, Six Sigma e Total Quality, si unisce l'esperienza SAS nell'applicazione industriale di algoritmi di ottimizzazione e di forecasting. ♦