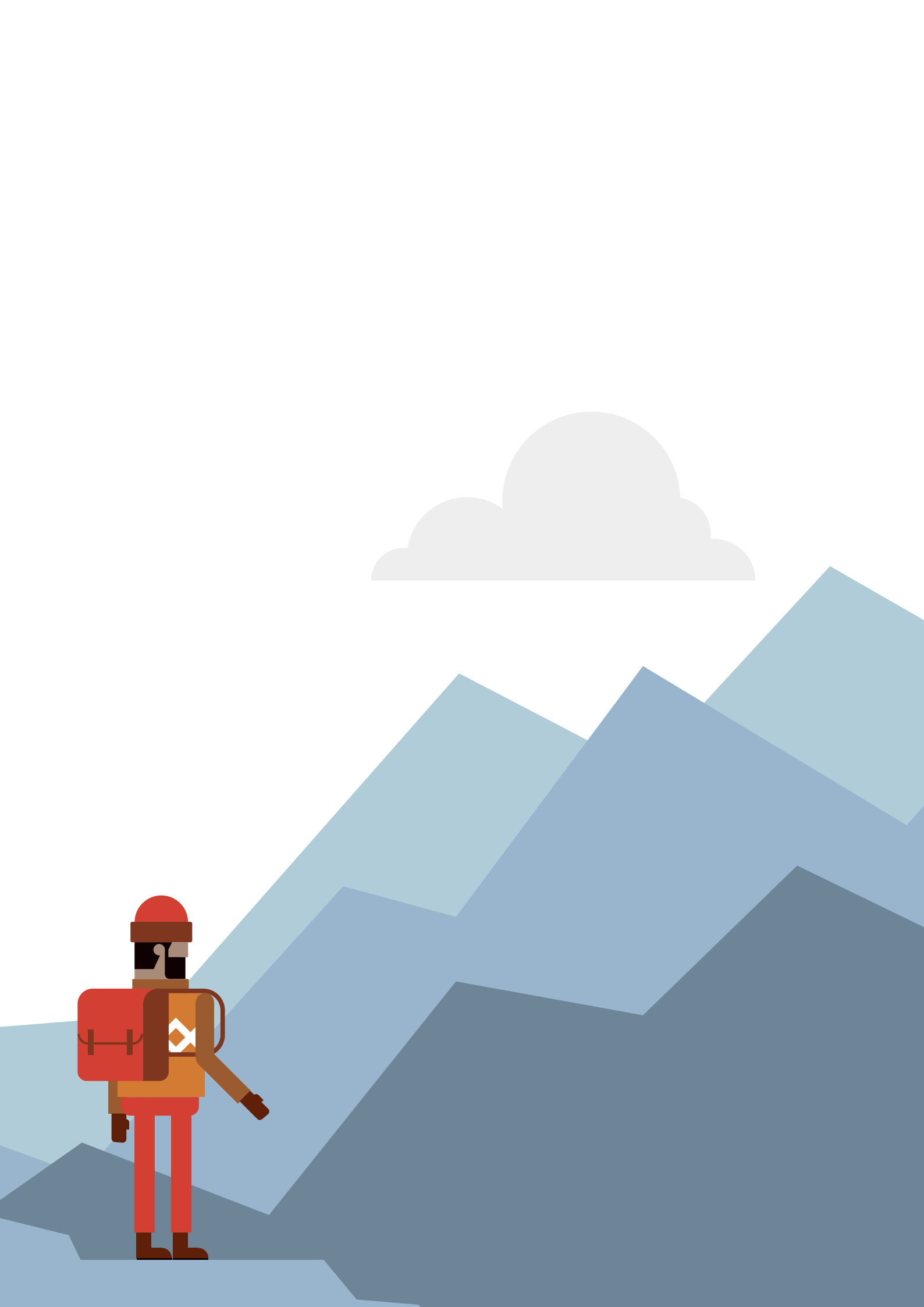


# 4 MOTIVI PER CUI NON PUOI PIÙ FARE A MENO DELLA DATA VISUALIZATION



sas

THE  
POWER  
TO KNOW.



# 4 MOTIVI PER CUI NON PUOI PIÙ FARE A MENO DELLA DATA VISUALIZATION

# INDICE

La semplicità nell'era dei Big Data

05

**01.**  
Data Visualization: cos'è e a cosa serve

08

**02.**  
Perché il cervello ha bisogno della  
Data Visualization

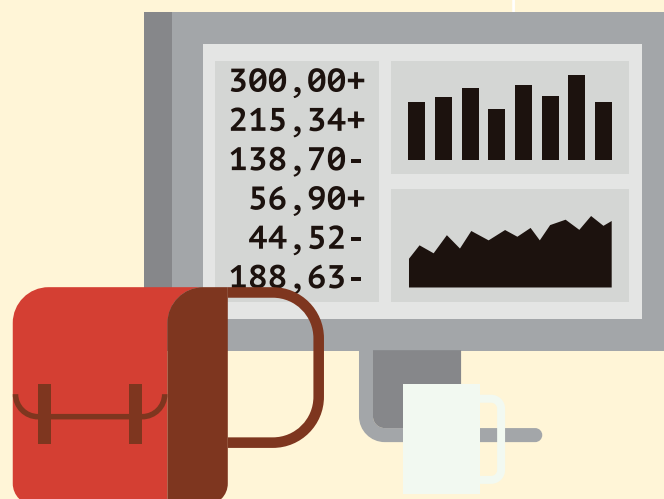
14

**03.**  
4 motivi per cui la Data Visualization  
è indispensabile per le aziende

18

**04.**  
Visual Analytics: decisioni data driven  
per far crescere le imprese

24



# LA SEMPLICITÀ NELL'ERA DEI BIG DATA

Termini come Big Data e Internet of Things, solo pochi anni fa sconosciuti ai più, sono entrati nel vocabolario comune non solo di top manager e imprenditori, ma anche di tutta la piramide allargata dell'organizzazione aziendale.

Spesso ci sorprendiamo di come le cose cambino a una velocità che supera la nostra capacità di apprendimento e comprensione. E, altrettanto spesso, le dinamiche aziendali e il contesto in cui ci muoviamo ci appaiono troppo macchinosi, troppo costosi, troppo complessi. Troppo.



Il paradosso è che in piena era dei 'big data', ciò che occorre di più è avere meno. Si ha un grande bisogno di semplicità e immediatezza. Di valore immediatamente comprensibile. Chi lavora in azienda lo sa bene. Non si ha certo bisogno di più informazioni, piuttosto di informazioni più utili, di qualità. E nei tempi giusti.

L'analisi del dato e le soluzioni di Business Analytics non potevano rimanere a guardare di fronte ad un contesto mutevole, ma anche già mutato.

La risposta della scienza si chiama Data Visualization, un concetto che intreccia lo studio del comportamento e della percezione dell'essere umano, rispetto a scelte aziendali che si rivelano cruciali per il business di oggi e di domani.



*La Data Visualization è un insieme di tecniche che permettono a tutte le figure aziendali che hanno bisogno di informazioni utili al proprio business di ottenere valore immediato dai dati, interni ed esterni all'azienda, grazie a una nuova modalità di visualizzazione ed esplorazione dei dati.*

La Data Visualization permette all'azienda di:



CONOSCERE



DECIDERE



PREVEDERE

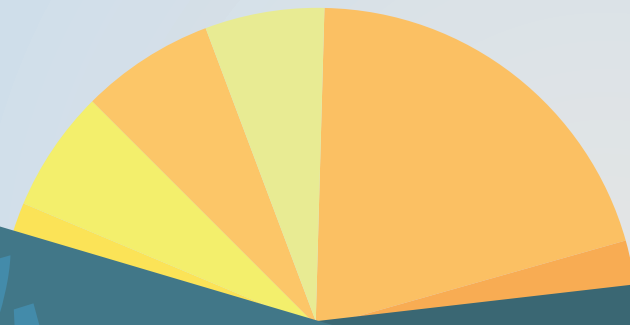


CONDIVIDERE



INNOVARE

01.



# DATA VISUALIZATION: CHE COS'È E A COSA SERVE





*La Data Visualization è definita come l'esplorazione visuale/interattiva e la relativa rappresentazione grafica di dati di qualunque dimensione (small e big data), natura e origine. Permette, in estrema sintesi, di identificare fenomeni e trend che risultano invisibili ad una prima analisi dei dati.*

La Data Visualization non è un fine, ma uno straordinario mezzo per comprendere fenomeni, suggerire punti di vista e letture differenti di dinamiche e situazioni di business, grazie all'incrocio di variabili e dati.

Sono numerosi i settori e le divisioni aziendali in cui la Data Visualization può apportare significativi vantaggi al business. Si va dal finance al consumer goods, dai servizi alla manifattura, dal marketing alla ricerca scientifica, dai servizi pubblici alla telefonia, fino ai trasporti e alla logistica/geolocalizzazione, passando per le utility.

### **La Data Visualization può essere applicata secondo quattro principali modalità:**



analisi di dati al fine di creare e condividere report univoci e consistenti;



esplorazione dei dati, anche da parte di non esperti IT;



ottimizzazione dei processi aziendali;



previsioni analitiche per identificare e anticipare trend futuri.

Potendo contare su tre driver principali:

- 1 **Visual:** i dati vengono rappresentati in un formato grafico/visuale che può essere cambiato e personalizzato da chi lo usa.
- 2 **Insight:** la Data Visualization oltre a permettere una immediata comprensione dei dati, fornisce anche consigli e suggerimenti sulle possibili azioni che il manager può intraprendere.
- 3 **Condivisone:** l'immediata comprensione dei dati e delle analisi permette una rapida condivisione dei report in azienda. Con una conseguente e positiva ricaduta sui processi di decision making.

| Perché un grafico dice **di più** del semplice dato.

La Data Visualization utilizza un approccio 'sexy' e grafico per descrivere informazioni quantitative e qualitative. Si tratta in alcuni casi anche di dati destrutturati provenienti da social media, sentiment analysis, dati transazionali e altro. L'analisi viene portata il più vicino possibile ai dati, diminuendo i tempi di processo e di elaborazione a pochi secondi. I manager e i decisori di business hanno così accesso istantaneo ai dati e la possibilità di funzionalità analitiche avanzate, senza le complessità inerenti alle strutture dati.



# Perché è fondamentale Sfruttare i Big Data

I Big Data possono essere descritti come raccolte di grandi volumi di dati, così grandi e complessi da essere difficilmente processati e analizzati utilizzando i normali processi e programmi di indagine/analisi. Sono caratterizzati da tre fattori:



Volume



Varietà



Velocità

a cui si possono aggiungere:



Variabilità

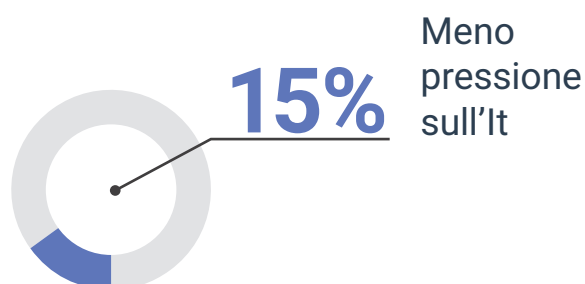
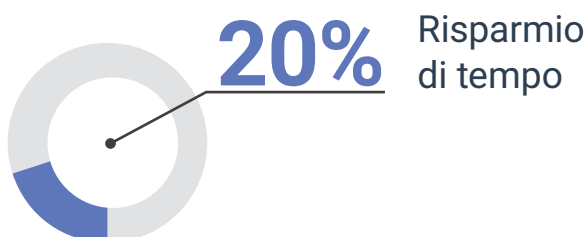
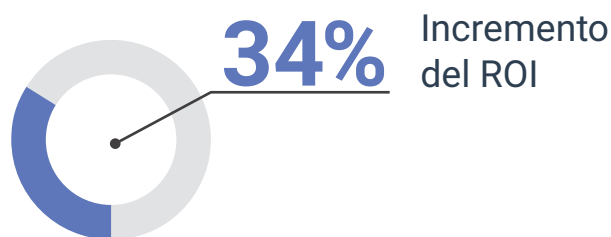
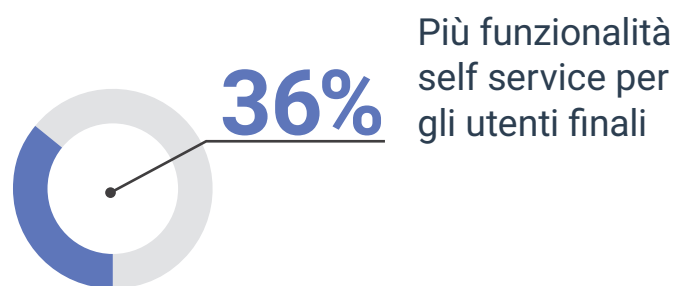
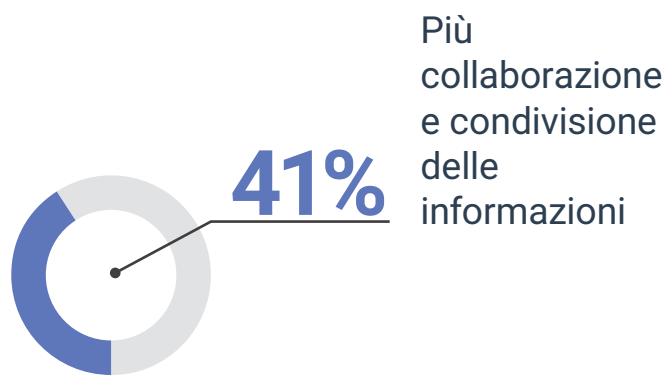
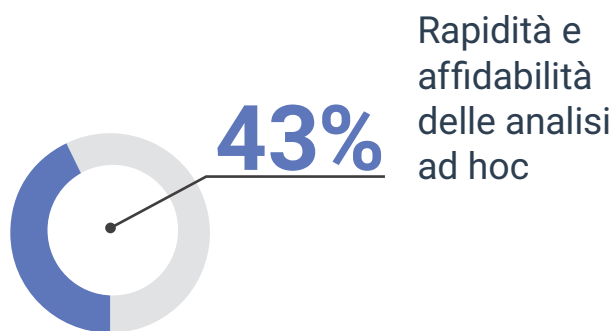
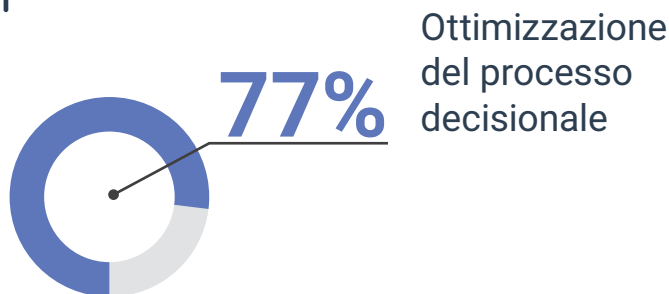


Complessità

I Big Data possono essere gestiti tramite strumenti di Business Intelligence, i quali però non sempre rendono i dati perfettamente intelligibili. Entra in azione quindi la Data Visualization che ne semplifica la comprensione generando il vero valore per il business.

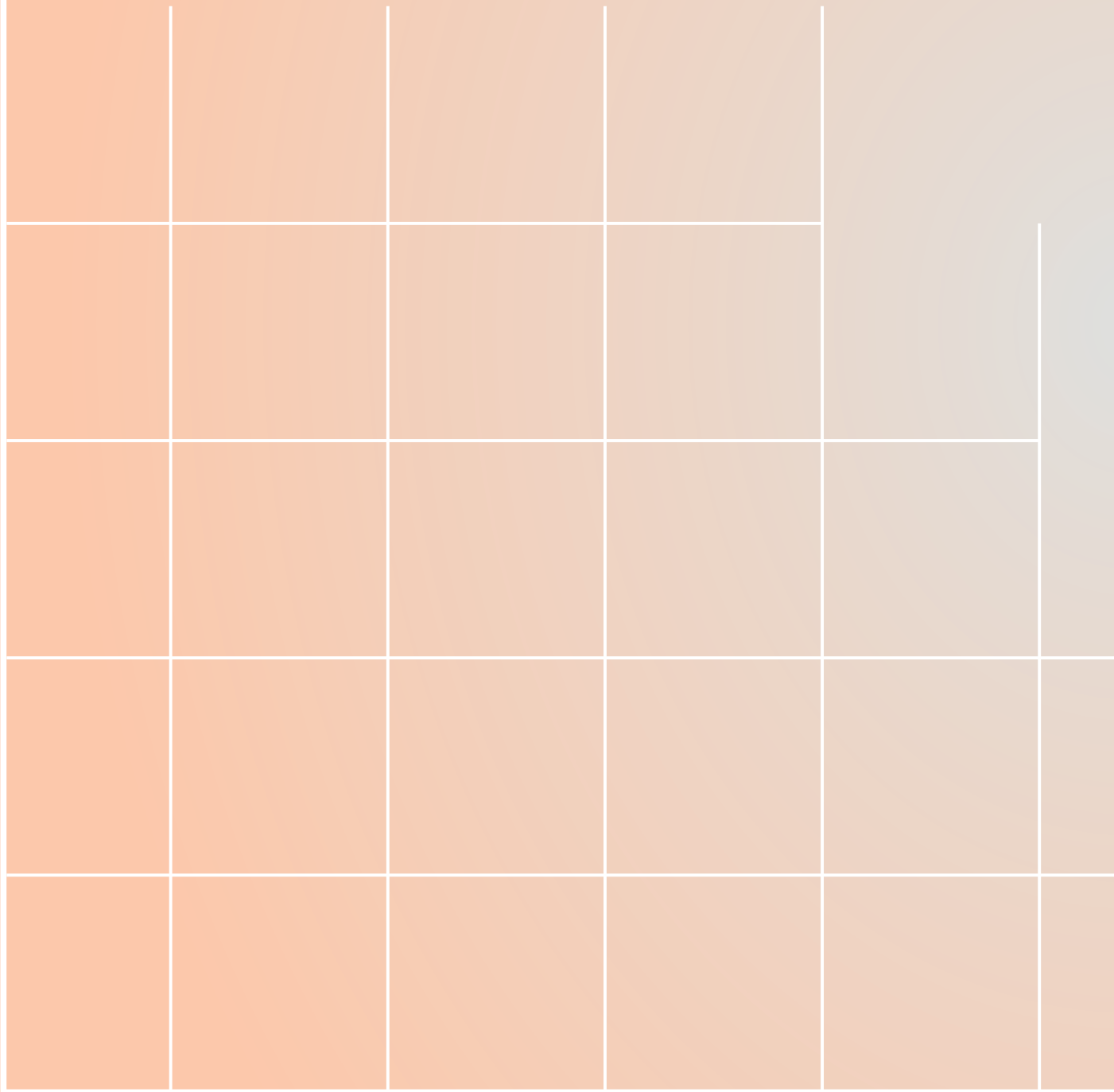
# I vantaggi della Data Visualization: La parola agli utenti

Ecco i principali benefici citati dagli intervistati in una ricerca condotta da IDG



SOURCE: IDG RESEARCH SERVICES, AGOSTO 2012

02.



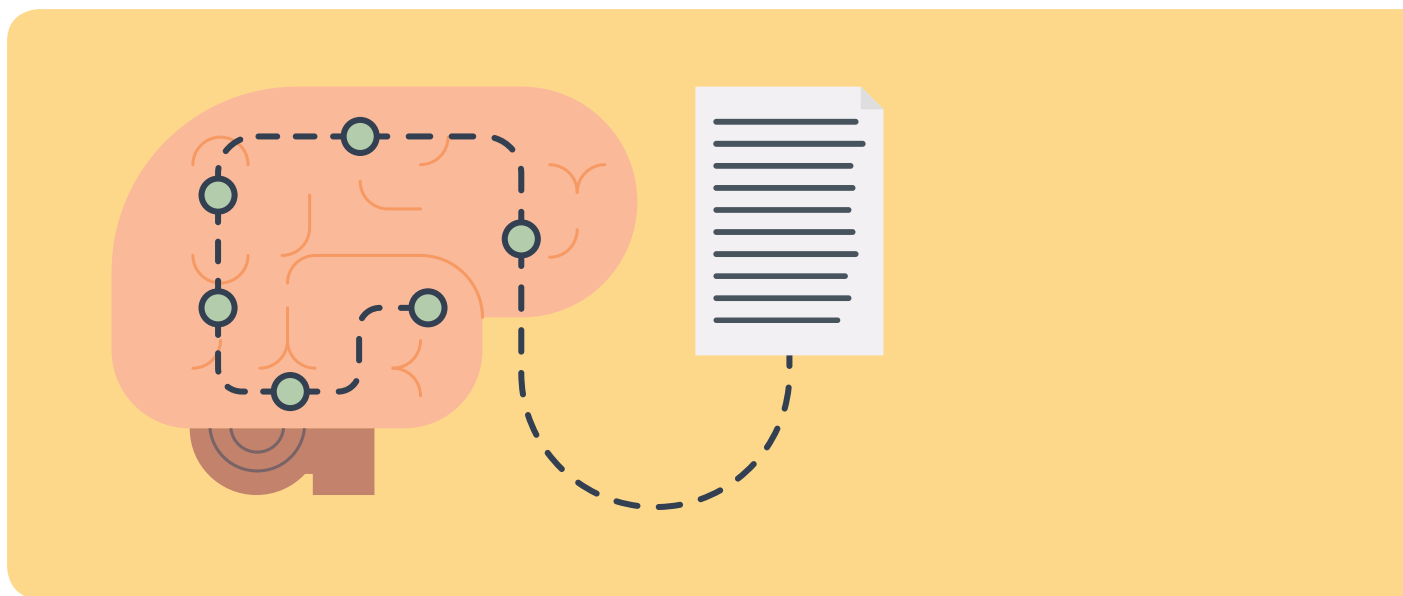
# PERCHÉ IL CERVELLO HA BISOGNO DELLA DATA VISUALIZATION



Il nostro cervello non funziona come un calcolatore e non è in grado di processare in parallelo le centinaia di migliaia di dati generati in azienda.

Ciò significa che imprenditori e manager prendono ogni giorno delle decisioni fondamentali per il business senza conoscere tutte le informazioni che si nascondono tra i dati aziendali.

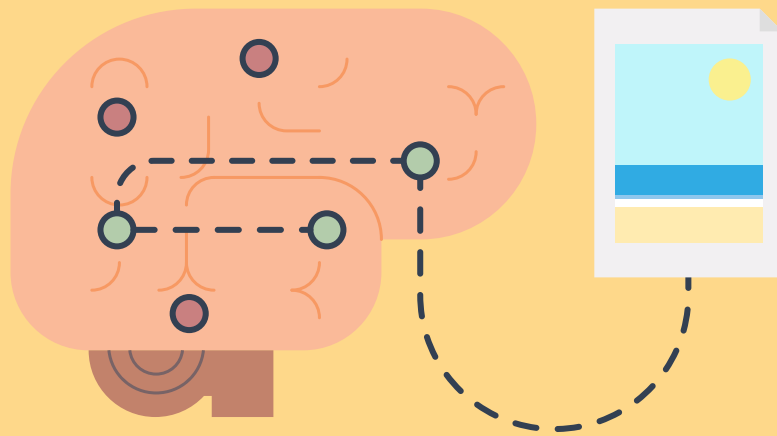
Solo grazie alla visualizzazione, il cervello riesce ad elaborare, assorbire ed interpretare contemporaneamente grandi quantità di informazioni.



Ecco perché è nata la Data Visualization: per esplorare e analizzare i dati in maniera visuale e avere una vista di sintesi sul business, che solo all'occorrenza può essere approfondita. In questo modo gli utenti privi di conoscenze tecniche possono fruire dei dati in maniera intuitiva e rapida, mentre gli utenti più esperti possono esplorare le variabili con il massimo livello di granularità, attraverso tecniche di *slice & dice*.

La Data Visualization ripensa l'intero paradigma dell'analisi, soffermandosi non solo su ciò che è stato, ma anche su ciò che sarà. Passando dalle tabelle a grafici dinamici e interattivi, il cervello umano riesce ad acquisire una visione d'insieme dei fenomeni. La comprensione a colpo d'occhio, inoltre, permette di colmare i gap decisionali che spesso esistono tra le diverse aree di business e di risparmiare tempo e risorse umane, che prima erano costrette ad esaminare milioni di righe senza acquisire una reale conoscenza delle variabili in gioco.

Mese dopo mese, il flusso di dati aziendali continuerà a crescere in modo esponenziale; il tempo e le risorse per interpretarli sarà sempre meno e la Data Visualization diventerà uno dei pochi strumenti che potranno aiutarci a vincere la sfida della complessità. Anche in mobilità.



03.



# 4 MOTIVI PER CUI LA DATA VISUALIZATION È INDISPENSABILE PER PMI E GRANDI AZIENDE

La Data Visualization rappresenta, oggi più che mai, un approccio semplice e intuitivo per interpretare i dati e prendere decisioni di business, in poco tempo.

Possiamo riassumere in 4 punti i motivi per cui adottare un approccio di Data Visualization può migliorare il nostro modo di fare business e ridurre i rischi correlati al mestiere.



La Data Visualization permette di prevedere i trend di mercato e ottenere utili linee guida per lo sviluppo del proprio business.

La Data Visualization permette a manager e imprenditori di cogliere i trend del proprio mercato e settore, attraverso previsioni attendibili basate sulla raccolta di dati aziendali e di scenario.

Tramite insights specifici è possibile ottenere vantaggi competitivi e la possibilità di differenziarsi nel proprio mercato di riferimento. Comprendere le dinamiche del proprio business e le logiche che ne stanno alla base è un passo necessario per il successo nel lungo periodo.

La Data Visualization permette di conoscere le dinamiche del proprio mercato come mai prima d'ora.

I vantaggi della Data Visualization hanno una positiva ricaduta sulla lettura 'intelligente' del mercato di riferimento. È possibile quindi mappare la propria posizione rispetto all'andamento del settore, piuttosto che confrontarsi su alcune singole caratteristiche del proprio business (prezzo, ricavi, profitti).

Gli insights permettono, da un lato, di definire al meglio le caratteristiche maggiormente apprezzate dei propri prodotti e di muoversi di conseguenza in fase di sviluppo. Oltre che di aumentare i ricavi, unendo informazioni relative alla vendita con informazioni sulla natura e preferenze dei consumatori.

La Data Visualization permette di conoscere le esigenze di ogni cliente e di agire di conseguenza.

La Data Visualization diventa determinante nelle attività di sales&marketing. La possibilità di tracciare e comprendere al meglio i flussi di business dei propri canali di relazione con il cliente porta a un progressivo aumento dell'efficacia delle proprie azioni di vendita.

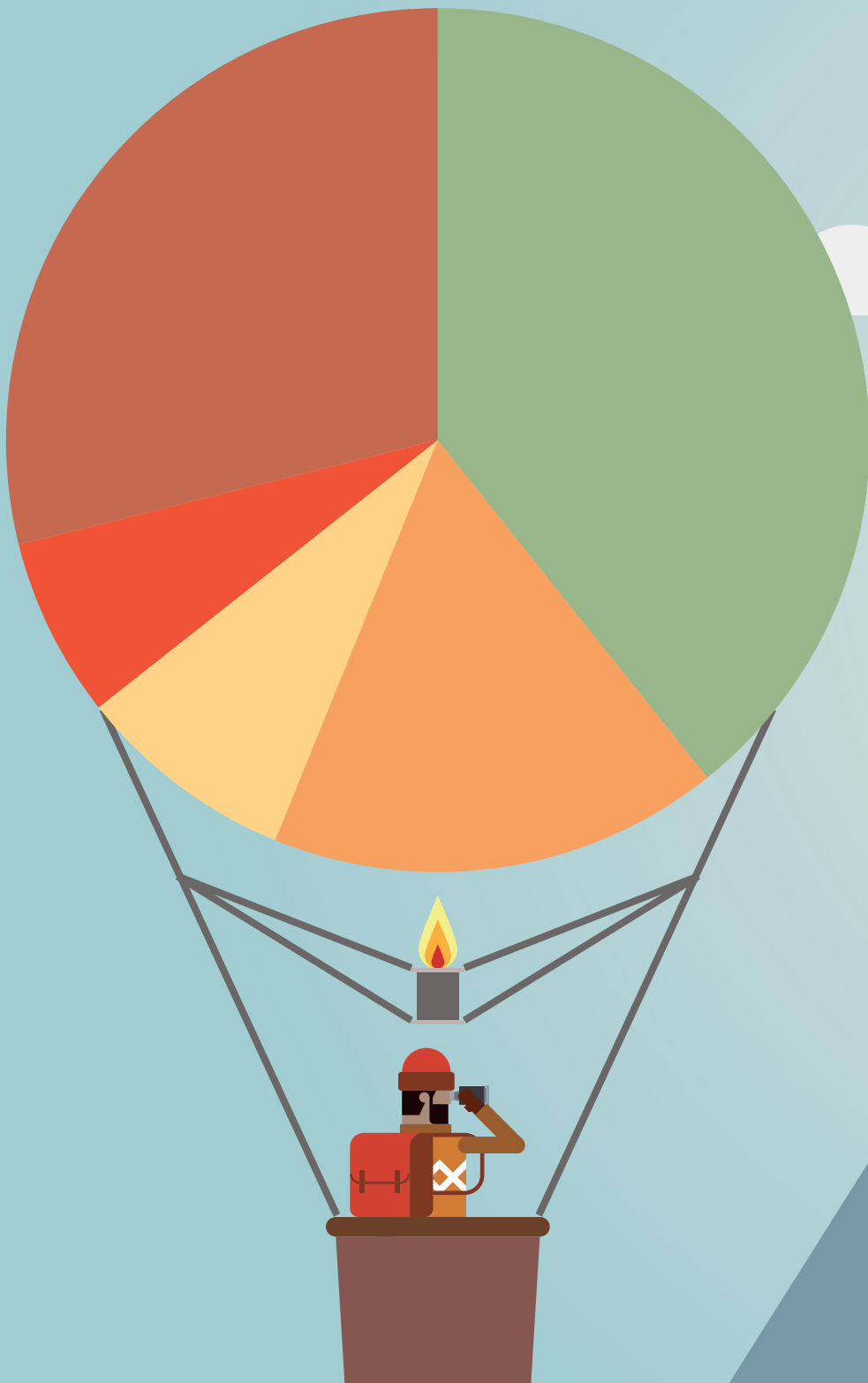
È possibile, ad esempio, esplorare e analizzare i dati relativi a ogni touchpoint di contatto con il cliente: negozio fisico, sportello, call center, sito web, e-commerce e social. Le stesse informazioni sono integrate e integrabili con i sistemi di CRM già presenti in azienda e possono arrivare al dettaglio del singolo cliente.

La Data Visualization permette di prendere decisioni giuste al momento giusto.  
E di condividere velocemente l'informazione.

Manager e imprenditori hanno accesso a informazioni facili da comprendere e condividere. I KPI aziendali sono costantemente tenuti sotto controllo. Si passa quindi da informazioni (di qualsiasi qualità) provenienti dalle più svariate fonti interne ed esterne, a un unico posto di condivisione dell'informazione.

Non stiamo parlando di una visualizzazione precostituita e standardizzata, ma di una rappresentazione esplicita dei dati analizzati in un formato semplice e condivisibile. Oggi si sente spesso parlare di **"data driven innovation"**, riferendosi alla capacità di utilizzare le informazioni che si ricavano dai dati per innovare processi, servizi, prodotti.

04.



# VISUAL ANALYTICS: DECISIONI DATA DRIVEN PER FAR CRESCERE LE IMPRESE



Mai come oggi manager e imprenditori devono muovere le proprie aziende nella giusta direzione basandosi su dati certi e scovando, nella massa dei dati sempre più numerosi, solo quelle informazioni utili e vitali per il proprio business. Il cambiamento permanente è la norma.



**SAS Visual Analytics** è nato per supportare chi deve prendere le migliori decisioni di business, in tempi brevi. Basandosi su dati certi. La soluzione unisce alla potenza degli **high performance analytics** e della tecnologia **in-memory**, la semplicità di un'interfaccia semplice, sexy e intuitiva.

Due concetti, quello dell'high-performance analytics e dell'in-memory, apparentemente difficili ma che nascondono tutta l'innovazione e la potenza di questa soluzione.

La visualizzazione ha senso solo se 'sotto' esiste un software capace di analizzare milioni di dati, strutturati e non.

La soluzione, fruibile anche da mobile, permette all'utilizzatore (non necessariamente con competenze analitiche-tecniche) di monitorare giorno per giorno gli elementi chiave del business e di intuire e anticipare i trend di mercato emergenti.

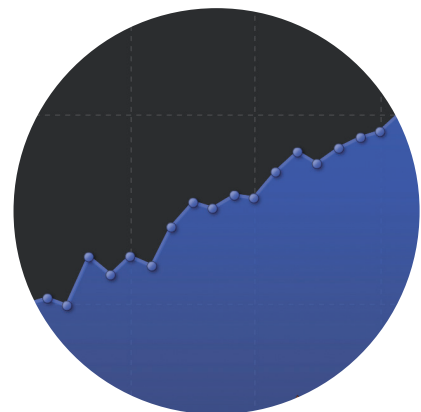
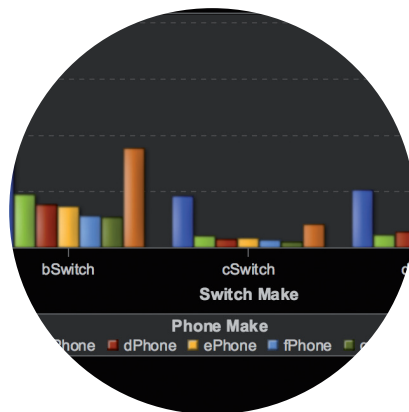


# Più potenza analitica in un'interfaccia sexy

SAS Visual Analytics segna un punto di svolta nel mondo dell'analisi perché permette di: preparare, esplorare e modellare scenari multipli di business utilizzando tutta la mole di dati a disposizione, non solo campioni o cluster. Questo permette un impiego efficace nelle più diverse aree aziendali: dal marketing alle vendite, dall'amministrazione all'IT, dalle Risorse Umane al Rischio.

La soluzione permette di analizzare miliardi di righe in una manciata di secondi e presentare i risultati in maniera facile e accattivante. Dati e informazioni possono essere usati anche in mobilità.

Scopri di seguito i casi di successo di chi ha già provato SAS Visual Analytics.



# Chi usa SAS Visual Analytics? Le aziende, i casi di successo

Scopriamo assieme alcuni casi di aziende e organizzazioni di diversi settori, dimensioni e mercati, che hanno usato SAS Visual Analytics per raggiungere i propri obiettivi e visualizzare il proprio business.



# Investigare con occhi nuovi gli eventi di sicurezza per bloccare i cyber attacchi

Il compito principale di Security Lab è quello di acquisire e sviluppare il know-how indispensabile per affrontare le sfide attuali della cyber security, in termini di comprensione degli scenari di rischio e di identificazione delle tecnologie più idonee a contrastare le minacce emergenti.

*di discriminare i pacchetti forgiati ad arte per scatenare certi attacchi e di trovare in pochi minuti le soglie e i parametri di configurazione adatti per bloccarli.”*

Stefano Brusotti, Responsabile Security Lab, Telecom Italia Information Technology spiega che: *“La strategia messa in atto da Telecom Italia, di cui Security Lab rappresenta un tassello fondamentale, è incentrata sulla proattività: rilevare in modo precoce i trend emergenti e i segnali anticipatori delle minacce per predisporre le contromisure più idonee alla tipologia e all’entità dell’attacco. Il tema di fondo è far emergere dalla mole dei Big Data fenomeni ancora sconosciuti, tendenze in via di consolidamento, indicazioni sulle future evoluzioni. Ed è in questo quadro che acquista tutto il suo valore il progetto che ci ha portato a investire sulla soluzione di data visualization di SAS che ci permette di complementare le logiche tradizionali di analisi. Ma che, soprattutto, permette agli analisti di investigare con occhi diversi le informazioni raccolte per scoprire nuove correlazioni, per caratterizzare fenomeni sconosciuti in passato e codificarli in modo che siano riconoscibili dagli strumenti tradizionali di sicurezza.*

*SAS Visual Analytics ci ha permesso*

## Eccellenza delle operation e pianificazione strategica

Con quasi mezzo milione di atterraggi e partenze e 50 milioni di passeggeri ogni anno, l'aeroporto internazionale di Francoforte è uno degli hub più importanti e più dinamici del mondo, come dimostra la crescita del traffico in costante aumento.

Cuore e motore di questo successo è, sul piano informativo, l'impiego intensivo della tecnologia SAS che da parecchi anni aiuta il management a controllare le complesse variabili del business.

La migrazione di questo ambiente analitico verso gli High Performance e la Data Visualization rappresenta un'evoluzione per certi versi naturale e obbligata. La sfida più grande, infatti, è quella di analizzare in tempo reale eventi imprevisti e situazioni complesse che impattano sull'intera operatività dell'aeroporto e richiedono risposte rapide in tempi brevi.

In questo quadro, la Data Visualization ha un ruolo di primo piano. La capacità di analizzare in tempo reale enormi quantità di dati provenienti dalle attività in corso, di individuare visivamente correlazioni e anomalie e di testare scenari alternativi, abilita non solo l'ottimizzazione delle performance operative, ma anche la pianificazione strategica delle attività. Secondo Dieter Steinmann, Senior

Manager Business Systems: *"Le nuove funzionalità di esplorazione e di visualizzazione ci permettono di analizzare con facilità enormi quantità di dati in tempo reale e di ottenere una visibilità di dettaglio sulle performance dell'intero aeroporto mai raggiunta in passato."*

## Le informazioni critiche sui clienti a disposizione del customer service

Migliorare il customer service e le performance dei prodotti grazie a una visione accurata e tempestiva delle informazioni critiche sui clienti.

È questo l'obiettivo della filiale greca di Assicurazioni Generali Hellas, holding internazionale che si posiziona tra i primi player nel mercato assicurativo europeo. Per sfruttare in modo semplice e rapido i big data provenienti dalle fonti più disparate (interazioni Web, chiamate del call center, documenti testuali, sistemi interni ed esterni), Generali ha scelto SAS Visual Analytics che, come conferma Dionisis Moschonas, IT Manager presso Generali Grecia, permette ai manager di analizzare enormi quantità di dati in tempi minimi, senza l'aiuto del dipartimento IT. Grazie alla semplice interfaccia grafica, i manager sono in grado di monitorare quotidianamente i fattori critici del business e di cogliere tempestivamente le tendenze emergenti. Ciò che influisce positivamente sulla rapidità e affidabilità del processo decisionale.

*"In effetti, la data visualization di SAS trova un impiego intensivo nelle più diverse aree aziendali, in particolare nell'attuariato, per monitorare le performance dei prodotti in portafoglio, nella contabilità, per ottimizzare i processi di billing, e nel customer service, per migliorare le prestazioni del call center.*

*"Con SAS conclude Dionisis Moschonas i dati non hanno più segreti per noi.*

*Possiamo analizzare miliardi di righe in una manciata di secondi e presentare i risultati in maniera graficamente impattante anche in condizioni di mobilità, tramite Web e tablet."*

## Visuale ad alta definizione sulle performance dei prodotti e sulle caratteristiche dei clienti

La sfida maggiore per un operatore della Gdo come Auchan è reagire con successo alla forte pressione promozionale messa in atto dai concorrenti. Il che significa un'attenzione quasi spasmodica a individuare il prezzo giusto dei prodotti e a confezionare un'offerta sempre più calibrata sui bisogni e sulle preferenze dei clienti che frequentano ogni singolo punto vendita della catena.

Edoardo Loasses, Responsabile Marketing Cliente di Auchan e Mathieu Escarpit, Amministratore Delegato di Oney dicono: *“L'esigenza è quella di ricavare da una massa di dati grezzi le informazioni veramente significative e di renderle facilmente intellegibili con una presentazione sintetica. In questo senso, la soluzione SAS di data visualization è per noi lo strumento fondamentale sia per accelerare il processo di elaborazione e di analisi, sia, soprattutto, per rendere autonomi i direttori dei punti vendita nell'esaminare i fattori che influenzano il business. Con le informazioni giuste, il direttore del punto vendita ha tutte le carte in mano per programmare gli interventi più opportuni. Prendiamo il caso dei clienti di nuova acquisizione. Se, come succede, la fascia temporale preferita per gli acquisti è la domenica pomeriggio e l'area*

*merceologica è il non food, il direttore può, ad esempio, rafforzare la presenza del personale, riorganizzare il layout del negozio, potenziare l'offerta nel settore non alimentare o modificare i display. In poche parole, può prendere i provvedimenti più opportuni per migliorare l'esperienza di acquisto del cliente.”*

# Political tweet: l'informazione corre veloce

Mettere in luce in che modo le formazioni politiche utilizzano Twitter per orientare la pubblica opinione.

Era questo l'obiettivo del CRISP, network accademico interdisciplinare finalizzato a condurre ricerche e studi di alto profilo relativi al mondo dei servizi. Per fare questo si sono avvalsi di SAS Visual Analytics.

Mario Mezzanzanica, Direttore Scientifico del CRISP - Università di Milano-Bicocca dichiara: *"SAS ci ha supportato in tutto il ciclo di trattamento del dato: dal crawling per la raccolta delle informazioni, al text mining per l'individuazione delle parole chiave; dalla sentiment analysis per la costruzione delle mappe semantiche, a SAS Visual Analytics per la presentazione e navigazione dei risultati. Un supporto che non si è mai interrotto per l'intero ciclo del progetto. SAS Visual Analytics, in particolare, ci ha permesso di ridurre drasticamente i tempi di visualizzazione e di interrogazione dei risultati. Oltre a garantire l'aggiornamento automatico delle informazioni anche su dispositivi mobile."*

# Analizzare grandi volumi di dati in tempo reale

ZapFi è un operatore belga che propone alle aziende retail una rete wifi gratuita che permette ai clienti di accedere al web, ricevendo in tempo reale sui terminali mobili messaggi e informazioni mirate.

Il cuore dell'analisi di ZapFi risiede su SAS Visual Analytics, che analizza i dati generati dai profili degli utilizzatori di ZapFi e dalle loro attività online. Il risultato è uno strumento potente, fatto di report decisionali, dati segmentati e tableau de bord, che permette all'azienda di targettizzare efficacemente il pubblico per le campagne di marketing via mobile, inviando messaggi pertinenti e utili attraverso la piattaforma di pubblicità ZapFi. *“Grazie a SAS – conferma Gery Pollet Founder e Chief Executive Officer di ZapFi – e alla sua tecnologia analitica tra le più avanzate del mercato, siamo in grado di analizzare grandi volumi di dati in tempo reale, di valutare in modo grafico i risultati e di instradare velocemente messaggi legati agli specifici profili dei consumatori.”*



Segui SAS Italy su:



**THE  
POWER  
TO KNOW.**

SAS INSTITUTE VIA DARWIN, 20/22 20143 MILANO 02 831 341 [www.sas.com/italy](http://www.sas.com/italy)  
WORLD HEADQUARTERS CARY, NC 27513 USA +1 919 677 8000

SAS e tutti gli altri nomi di prodotto o di servizio di SAS Institute Inc. sono marchi registrati o marchi di SAS Institute Inc. negli USA e in altre nazioni. Altri marchi o nomi di prodotti citati sono marchi registrati dei rispettivi produttori. Copyright © SAS Institute Inc. Tutti i diritti riservati.