

LA SOLUZIONE DI BUSINESS INTELLIGENCE



INDICE

EXECUTIVE SUMMARY	3
PROBLEMA.....	4
SOLUZIONE	5
La suite InfoBusiness	6
COMPONENTI SUITE.....	6
InfoVision.....	6
InfoReader	8
InfoPublisher.....	8
IB Web	9
InfoDesign.....	9
VANTAGGI.....	12
Referenze.....	13
CONCLUSIONE	15
GLOSSARIO	16
KEY POINT	18

EXECUTIVE SUMMARY

Il 2011 è stato sicuramente un anno di successi per la business intelligence, ma IDC prevede una continua ascesa in questo mercato anche per il 2012 e nei prossimi anni.



Business Analytics è sempre più sinonimo di crescita. Il momento è magico per questo mercato che nel 2011 aveva chiuso in forte rialzo e le previsioni, anche per quest'anno, sembrano essere rosee.

Non solo. C'è chi ipotizza che anche nei prossimi anni il mercato diventerà ancora più ricco, sulla spinta di nuove applicazioni e un maggior coinvolgimento delle "line of business" nei progetti di Business intelligence (BI) e soprattutto grazie all'esplosione del fenomeno dei Big Data.

IDC ha confermato che l'anno scorso il mercato della Business Analytics è cresciuto in valore a livello mondiale del 14,1%*. E farà segnare una crescita con un tasso composto annuo (CAGR) del 9,8% fino al 2016, anno in cui farà registrare un volume d'affari pari a 50,7 miliardi di dollari.

Dei tre principali segmenti software che compongono il mercato della Business Analytics, nel 2011 sono balzate in avanti le piattaforme di data warehousing (+15,2% anno su anno), le applicazioni analitiche (+13,3%) e i tool di BI e analitici (+13,2%).

Fonte IDC: mercato Worldwide 2011 delle Analytics Apps pari a 90 mld di dollari. Ci interessa però dell'indagine di IDC constatare che il 21% è dato dall'hardware impiegato per ospitare soluzioni di BI, il 33% dalle licenze software e ben il 46% dai servizi a valore aggiunto che sono connessi. La previsione a livello mondiale segnala un mega-trend con una crescita intorno al 7,5% annuo, che porterà entro il 2015 il volume di affari a superare i 120 mld di dollari.

Fonte Osservatorio BI del Politecnico di Milano: nonostante il periodo piuttosto complesso il triennio 2009-2011 ha visto una crescita degli investimenti in BI del 7%. Anche nel triennio 2012-2014 le prospettive di sviluppo continuano ad essere favorevoli. Gli investimenti in questa area risultano essere decisamente superiori alla media degli investimenti complessivi in ICT. E ciò si spiega in ragione del contributo che la BI offre al miglioramento dei processi decisionali, all'aumento dei ricavi, all'ottimizzazione delle prestazioni e alla riduzione dei costi.

* Studio Worldwide Business Analytics Software 2012-2016 Forecast and 2011 Vendor Shares



PROBLEMA

Interrogiamoci:

- Senti di poter dare risposta precisa a ogni domanda sulla tua attività?
- Spendi più tempo a ricavare informazioni che ad analizzarle?
- Hai in mente un'immagine chiara dell'andamento del tuo business nell'ultimo anno?
- Quante risposte dipendono da informazioni di cui non disponi direttamente?

e ancora ...

- I numeri che stai presentando sono corretti?
- Temi che ti vengano fatte domande di approfondimento?
- Succede che lo stesso concetto venga interpretato diversamente da più persone pur avendo lo stesso "nome"?
- Sei certo che tutte le informazioni importanti per il tuo business siano "nei numeri"? Spesso quanto non è accaduto, conta di più di quanto è successo.

I sistemi software per la gestione del business (gestionali, CRM, gestione documentale ecc.) non sono in grado di rispondere a queste domande in modo efficace: solo un'ottima soluzione di Business Intelligence può dare le risposte che si stanno cercando.

Come anticipato, **la Business Intelligence sta vivendo un momento di crescita a dir poco inarrestabile.** Il mutamenti rapidi e dilaganti del business richiedono strumenti capaci di evidenziare cosa cambia, dove cambia, con quale intensità avviene il cambiamento e soprattutto con quale velocità.

La comprensione di questi elementi permette di capire come si deve reagire: nell'attuale momento economico la Business Intelligence può essere un'opportunità per scoprire, per esempio, quali segmenti di clienti sono più dinamici e quindi da curare con più attenzione, rispetto ad altri meno ricettivi, ma anche identificare i migliori fornitori e comprendere a fondo il nuovo ritmo che hanno le vendite, e così via.

Dove la Business Intelligence ha avuto il più ampio impiego?

Il settore finanziario e assicurativo in primis, seguiti dalle Telecomunicazioni, dai media, poi ancora dalle utilities ed infine dal segmento del retail. Cosa hanno in comune questi settori merceologici? Poco e niente, dal punto di vista dei prodotti che vendono, mentre molto dal punto di vista delle condizioni in cui le



aziende di questi comparti hanno operato negli ultimi anni. La forte concorrenza esercitata in questi mercati è stata il principale sponsor per un ricorso alla Business Intelligence in dosi massicce.

Oggi questa è una situazione normale, quotidiana in cui operano tutte le aziende, dai servizi alle manifatturiere.

In una parola: è viva l'esigenza di ottimizzare le performance a fronte di margini in riduzione. Inoltre, la crescente varietà e qualità dei dati, ma anche la loro quantità sempre in aumento (si parla ormai di Big Data), pongono una sfida troppo grande da affrontare senza strumenti di comprensione adeguati.

Le imprese ogni giorno per andare avanti devono continuamente saltare su lame affilate di rasoi.

SOLUZIONE

Perché un software di Business Intelligence possa portare vantaggi è necessario disporre anche di informazioni ben strutturate in concetti di analisi. Disporre di un potente strumento di business intelligence senza disporre anche di concetti da utilizzare per comporre le proprie analisi non porta alcun vantaggio.

La strategia di **InfoBusiness** ha da sempre accompagnato i clienti nel percorso utile ad arrivare a miglioramenti tangibili nella fruizione delle informazioni aziendali. In alcuni casi la disponibilità di concetti di analisi utilizzabili da subito, o la notevole esperienza maturata permettono di velocizzare il percorso e quindi di avere un ritorno dell'investimento in tempi brevi.

Gli **IB Connector** sono la risposta **InfoBusiness** al problema della disponibilità di concetti. Avere a disposizione tavolozza, colori e pennelli significa saper dipingere? No, ecco perché oltre agli strumenti software **InfoBusiness** e agli **IB Connector**, la strategia **InfoBusiness** si fonda anche su strumenti che permettano di diffondere la cultura dell'analisi delle informazioni di Business.

Le **InfoBusiness** Analytic Applications propongono metodologie di analisi per argomenti tipici, allo scopo di fornire visioni sistematiche che permettano di sfruttare appieno le potenzialità della soluzione, e nel contempo proporre visioni significative ed efficaci di problematiche di business.

Con gli strumenti messi a disposizione da **InfoBusiness**, gli **IB Connectors** / Progetti **IB** e le **Analytic Applications** puoi puntare dritto all'obiettivo, sapendo di poterlo raggiungere

La Business Intelligence è quindi diventata da tempo una componente fondamentale per il business ed uno strumento di lavoro quotidiano non solo per manager e professionisti, ma per tutte quelle persone che in azienda hanno bisogno di dati affidabili e aggiornati. Inoltre, la diffusione dei dispositivi mobili ha reso la BI una pratica ancora più importante e utile al fine di consentire la fruizione dei dati aziendali sempre e ovunque.





Ora le informazioni analizzabili in **InfoBusiness** possono essere rese disponibili per la consultazione anche su dispositivi Mobile. I report generati e utilizzati su dispositivi desktop sono visualizzabili su Mobile senza alcuno sforzo, esattamente nella stessa forma grafica, accedendo come con qualsiasi strumento desktop alla piattaforma Web di **InfoBusiness**. Dashboard, grafici, mappe, tabelle, con la possibilità di richiedere l'aggiornamento delle informazioni e la valorizzazione di filtri anche da Mobile, con la stessa sicurezza ed efficacia tipiche della soluzione **InfoBusiness**.

La suite InfoBusiness

Con la potenza, la semplicità e l'efficacia di **InfoBusiness** è possibile avere il governo della situazione: è possibile costruire facilmente analisi partendo da zero, navigare le informazioni, creare formule, proiezioni, confronti; sfruttare inoltre le funzionalità di planning ed analisi what-if, nonché utilizzare strumenti grafici, mappe, creare cruscotti e navigare dal macro al dettaglio senza limiti.

Tutto questo con un unico strumento, completo e facile da utilizzare.

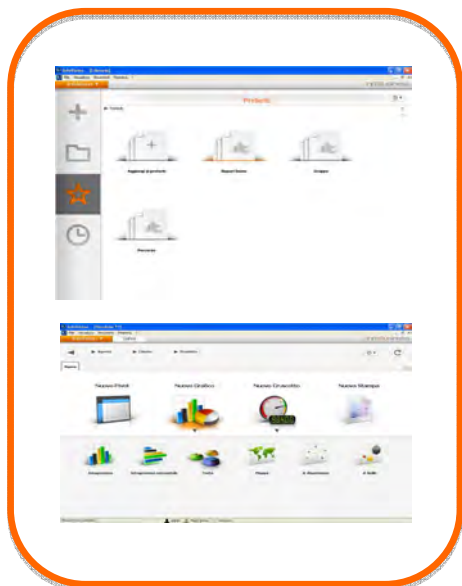
InfoBusiness raccoglie i dati che in azienda sono sparsi nei diversi sistemi, in database, file excel ecc., li organizza e li mette a disposizione della persona giusta, nel momento e nel formato più idoneo. Inoltre, raccoglie le informazioni integrate nei software già presenti in azienda fornendo funzionalità di analisi potenti, ma estremamente semplici da utilizzare.

Con **InfoBusiness** si evita la dispersione di informazioni e conoscenza e si ha la certezza di avere risultati sempre attendibili, aggiornati e facilmente interpretabili. Finalmente è possibile utilizzare in maniera intelligente i dati aziendali e trasformarli in un flusso di informazioni utili per conoscere l'andamento aziendale ed ottimizzarne la performance, indirizzare con maggiore efficacia le azioni da intraprendere e prendere le giuste decisioni, avendo il pieno governo dell'informazione.

COMPONENTI SUITE

InfoVision

InfoVision è il modulo principale della suite **InfoBusiness** che integra tutte le funzionalità tipiche di un prodotto di Business Intelligence e consente di effettuare Query, Analisi, Reportistica, Dashboard, Data Modeling.



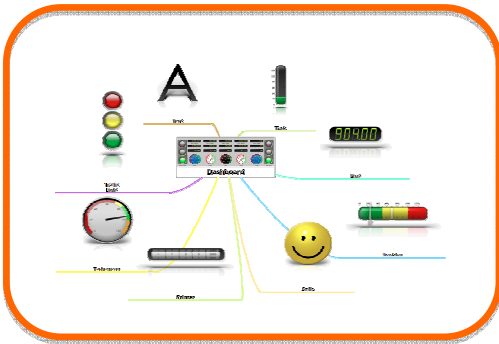
Si possono stabilire quali dati estrarre per prendere decisioni sul business aziendale, nonché creare analisi immediate utilizzando formule e funzioni avanzate con il nuovo motore OLAP che permette nuove potenzialità espressive e soluzioni.

Le analisi dei dati possono essere svolte attraverso grafici o formati tabellari con una interfaccia grafica di grande usabilità, che permette inoltre di navigare nei dati con assoluta libertà e di



generare stampe dettagliate, di condividere analisi tra più utenti anche esportando in formati diversi le analisi fatte.

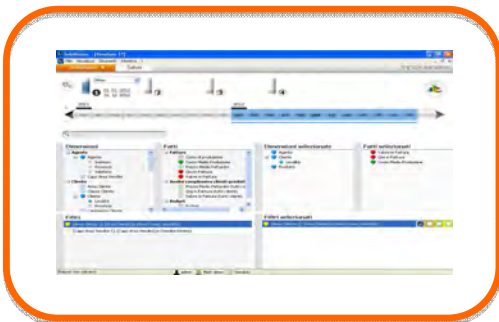
Vi è la possibilità di costruire report da utilizzare periodicamente o eventualmente da distribuire, avvalendosi inoltre di comodi cruscotti sintetici e dinamici gestiti tramite Drag & Drop, nonché navigare in modo attivo in mappe geografiche.



InfoVision consente di concentrarsi sulle proprie necessità, senza preoccupazioni di traduzioni in linguaggio tecnico. Le richieste possono essere infatti inoltrate al sistema utilizzando parole chiave del business aziendale. La selezione degli oggetti avviene facendo doppio click sul nome dell'oggetto o trascinando l'oggetto in una sezione o, ancora, dal menù contestuale visualizzabile tramite tasto destro del mouse. Quindi semplicemente selezionando le parole chiave.

InfoVision sfrutta la visione multi-dimensionale per analizzare in modo dinamico, veloce ed intuitivo le informazioni e per confrontare grandi quantità di dati aggregati.

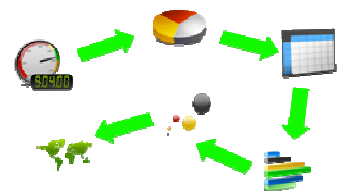
La creazione di un'interrogazione (Query) consiste semplicemente nella selezione grafica di un insieme di fatti e dimensioni. Il report è così il risultato dell'esecuzione di una interrogazione e consiste nel pacchetto di informazioni richieste sulle quali è possibile sfruttare tutte le funzionalità di analisi dinamica, reportistica ed esportazione di InfoVision.



InfoVision cambia il modo di fruire delle informazioni: tutto in un unico strumento, in un'unica interfaccia, in modo semplice ed intuitivo.

Trasforma i dati in informazioni rendendoli disponibili per:

- ✓ creare e trovare correlazioni tra valori;
- ✓ navigare nel patrimonio informativo senza costi di apprendimento;
- ✓ disporre di informazioni comprensibili da chiunque conosca il proprio business.

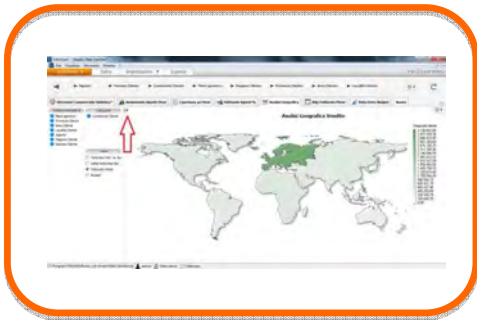


InfoReader

InfoReader è il modulo della suite **InfoBusiness** che offre funzionalità di analisi e reportistica ad agenti, filiali e dipendenti, anche via web. Consente di visualizzare ed analizzare le informazioni generate con InfoVision.

Possibilità di interagire attivamente disponendo di informazioni comprensibili in quanto organizzate utilizzando il “vocabolario di concetti” proprio dell’azienda.

Come per il modulo InfoVision si dispone di strumenti di analisi tabellari o grafici per trovare correlazioni tra i valori, ragionare su informazioni aggregate o effettuare analisi dettagliate, nonché di strumenti per aggiungere formule avanzate, filtri e nuove visioni.



Le funzionalità di reportistica per stampare ed esportare le informazioni sono sempre a disposizione, così come i cruscotti sintetici e dinamici realizzabili tramite Drag & Drop e la navigazione dinamica in mappe geografiche.

InfoPublisher

InfoPublisher è il modulo della suite **InfoBusiness** che permette di aggiornare e distribuire automaticamente le informazioni in modo intelligente, attuando una distribuzione verso destinazioni di diverso genere: indirizzi e-mail, destinazioni ftp, cartelle locali o di rete ecc.

Sfruttando funzionalità avanzate di filtri-utente, in modo da contenere al minimo il numero di report da gestire e basando l’aggiornamento e l’invio su pianificazioni temporali oppure al verificarsi di determinate condizioni, è possibile pubblicare i report nella suite **InfoBusiness** oppure esportarli in qualsiasi formato disponibile.



È possibile pubblicare contenuti dinamici su portali e fornire funzionalità di analisi e reportistica direttamente online, tramite plug-in InfoReader Web.

Grazie a InfoPublisher è possibile gestire con semplicità grossi volumi di distribuzione, per disporre di informazioni sempre aggiornate oppure per popolare un portale web di contenuti statici o dinamici.

IB Web

InfoBusiness Web rappresenta l'evoluzione verso il web della Business Intelligence Zucchetti.

Grazie all'architettura orientata ai servizi web, i moduli offrono la possibilità di governare tutto il patrimonio delle informazioni aziendali interamente online.

Ogni utente avrà accesso alle informazioni di propria competenza e potrà organizzare le proprie analisi in cartelle, generarne di nuove o richiedere l'aggiornamento delle informazioni.

InfoBusiness Web permette di disporre delle funzionalità della suite da ogni luogo, in ogni momento ed in tutta sicurezza.



Dispositivi Mobile

L'utenza, è sempre più "mobile" attraverso l'utilizzo di smartphone e tablet. In alcune realtà la forza vendita ormai si basa esclusivamente su questi strumenti, rendendo importantissima la reperibilità di informazioni in tempo reale. **InfoBusiness** è dunque disponibile su questi supporti, con identica visualizzazione e funzionalità leggermente limitate, in quanto alcune azioni risulterebbero comunque scomode o poco realizzabili attraverso, ad esempio, un telefono. I dati sono però

assolutamente visibili allo stesso modo ed aggiornabili. Lo strumento è multi piattaforma, funzionante con Iphone, Ipad, IOS, Android, o qualsiasi altro sistema operativo, presentando, come già detto, lo stesso report sia lato client/server sia web.

InfoDesign

InfoDesign è il modulo che genera l'InfoMart, ovvero il "luogo" in cui nasce il vocabolario di concetti che verranno utilizzati dagli utenti. Grazie all'InfoMart è possibile creare dal nulla e in autonomia le estrazioni, senza la necessità di conoscere alcun concetto relativo ai database e ai linguaggi di interrogazione.

L'InfoMart è il metadato, un puro strato logico di informazioni che attua la traduzione tra paradigma relazionale e multi-dimensionale.

L'architettura HYBRID-OLAP di **InfoBusiness** è basata sull'esistenza di un Data Warehouse relazionale (su sistemi database di qualsiasi tecnologia) e dell'InfoMart. L'informazione non viene replicata in strutture multi-dimensionali persistenti (che occupano notevole spazio e richiedono sistemi dedicati). Il processo di creazione degli iper-cubi OLAP non necessita della gestione di alcun utente tecnico o utilizzatore finale, ma sul client sono comunque disponibili tutte le funzionalità di analisi e reportistica multi-dimensionali di **InfoBusiness**. Ciò permette di gestire ingenti volumi di dati e numerose utenze senza ingigantire le infrastrutture, con la possibilità di sfruttare al meglio le risorse hardware e software già esistenti.



Oltre la Bi tradizionale con le nuove funzionalità di 'DATA MODELING'

Con **InfoBusiness**, sono state introdotte nuove funzionalità che vanno oltre la tradizionale Business Intelligence, raggruppate sotto il nome di 'DATA MODELING'.



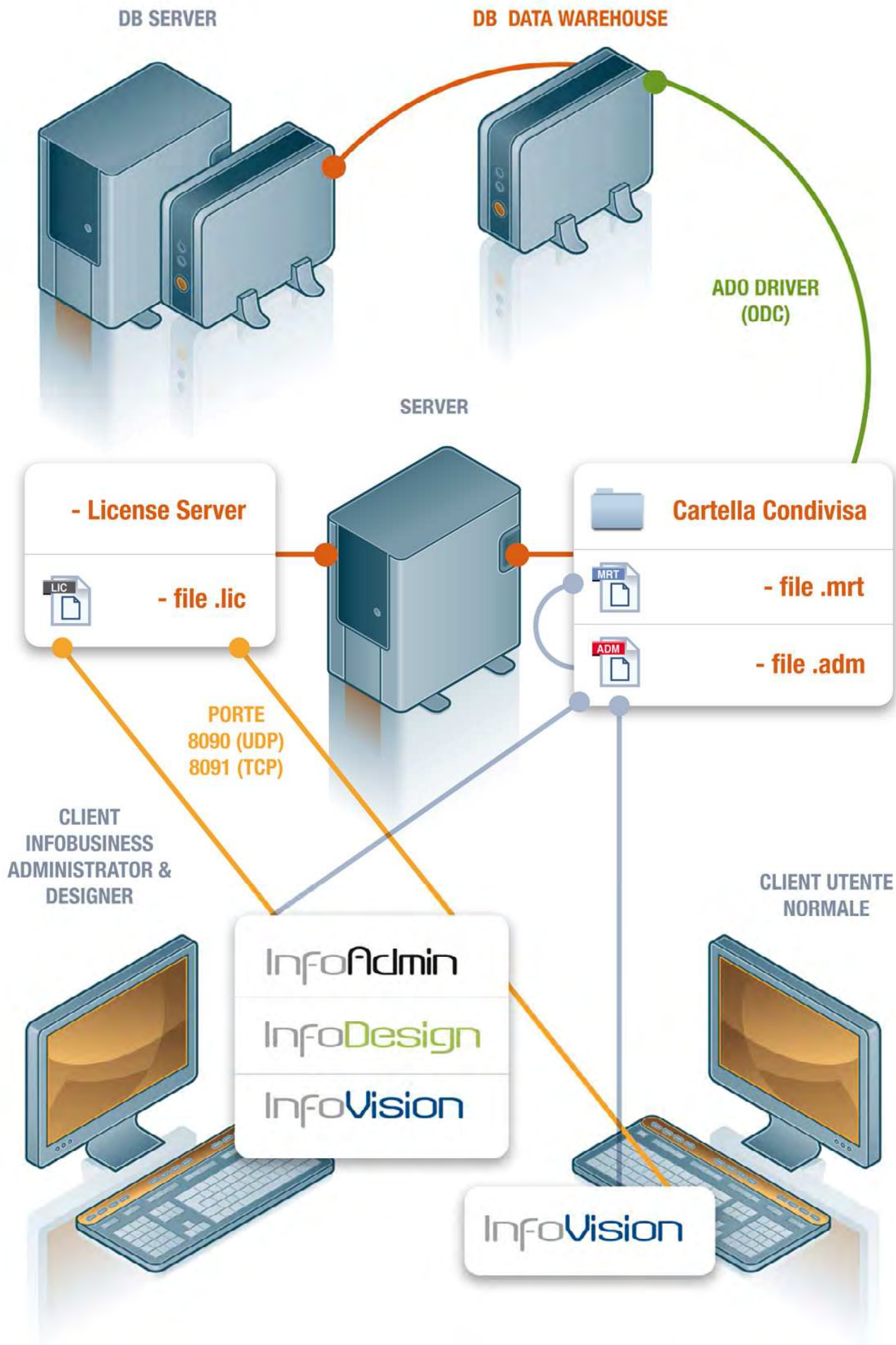
Grazie a queste funzioni l'utente ha un'interazione attiva con le informazioni a partire da dati consolidati, può generare simulazioni e creare nuovi concetti di analisi, generare revisioni dei concetti generati e modificare i dati, anche grazie a preziosi suggerimenti: tutto in **massima libertà e semplicità**. Il data modeling di **InfoBusiness** prevede funzioni di planning, analisi what-if, budgeting e forecasting.

Le funzionalità permettono di:

- ✓ Migliorare l'attività di pianificazione e controllo (budgeting ed al forecasting), ottimizzando le attività e le risorse impiegate ed i processi di gestione delle informazioni previsionali tra le varie funzioni dell'azienda.
- ✓ Migliorare il supporto fornito dai sistemi informativi, ottimizzando le attività attualmente gestite nel processo di pianificazione e controllo aziendale e integrando e completando le attività ancora non gestite.
- ✓ Migliorare la qualità e l'efficienza del servizio fornito dalla funzione pianificazione e controllo alle altre aree dell'azienda.
- ✓ Fornire un supporto efficace al processo decisionale in termini di affidabilità, tempestività e coerenza di dati e di informazioni di tipo economico-finanziario e quantitativo.
- ✓ Costruire un adeguato sistema di misurazione delle performance, fondato sia su indicatori complessivi aziendali, sia su indicatori più specifici propri di ciascuna area di riferimento.



ARCHITETTURA



VANTAGGI

InfoBusiness è la soluzione di Business Intelligence Zucchetti per:

- il supporto alle decisioni;
- il controllo delle performance aziendali;
- il governo dell'informazione.

Tutte le funzionalità di business intelligence utili allo studio e alla valutazione dei risultati sono disponibili in un unico ambiente. E' possibile creare semplici interrogazioni utilizzando formule e funzioni avanzate e visualizzare i report in diversi formati: tabelle pivot, grafici e cruscotti dinamici.

Una stessa informazione può essere analizzata da più punti di vista, e con strumenti diversi, per suggerire percorsi di analisi nuovi e dare nuova luce ai dati. Governare l'informazione significa non solo analizzare cosa sta accadendo o è accaduto, ma anche prevedere cosa accadrà: con **InfoBusiness** l'analisi "what if" e la definizione di "budget e forecast" sono un gioco da ragazzi.

La business intelligence Zucchetti rende semplici anche le analisi più complesse: è intuitiva e non richiede competenze informatiche. È possibile dimenticare cosa siano campi, tabelle, database, cubi e lasciare che alla mente rimangano energie da dedicare alle informazioni di business. Grazie ai comodi cruscotti e alle funzioni di Drag & Drop e filtro intelligente, è possibile aggregare dinamicamente i dati in nuove "viste" e scoprire nuovi mondi nascosti: nascono nuove domande non previste all'inizio dell'analisi che promuovono un'ulteriore conoscenza. **InfoBusiness** permette di operare dinamicamente sui dati creando analisi e report totalmente personalizzabili.

InfoBusiness azzerà i costi relativi a tutti i processi ripetitivi e privi di valore aggiunto necessari alla preparazione e alla distribuzione delle informazioni. Dati affidabili, aggiornati e profilati, automaticamente e senza impegno di risorse sono sempre a disposizione. Sono definibili profili specifici in modo che ognuno possa disporre solo delle informazioni di propria competenza, per diffondere informazioni certificate e usufruire in tutta sicurezza di strumenti di analisi, utilizzabili sia dai vertici sia dai livelli più operativi. Con semplicità si sceglie il livello di interattività del quale ogni gruppo di utenti potrà disporre sulle informazioni: dalla sola visualizzazione, all'interazione, fino alla creazione.

Con **InfoBusiness** si è totalmente autonomi nell'analisi delle informazioni e nella creazione di report perché si accede direttamente ai dati di cui si ha bisogno, si formulano le domande desiderate e si ottengono risposte immediate. La conoscenza non rimane nelle mani dei tecnici, ma è possibile da subito accedere alle informazioni e analizzarle senza dover dipendere da un collega o da un collaboratore. In questo modo viene ridotto drasticamente il tempo necessario per eseguire un'analisi, senza attese, offrendo risultati e risposte immediate.

I dati sono accessibili in tempo reale sia via web, attraverso un semplice collegamento Internet, sia attraverso dispositivi mobile, per avere le risposte in qualunque luogo e momento.



Referenze

	 Assoservizi S.p.A.	 LIFEGATE [®] people planet profit		 TUCANO	 UNIRADE	 CARTEMANI
 Comestergroup Competitive Through Innovation	 neWave	 BioNire SALUTE E BENESSERE	 CANSIGLIO	 SOCIETÀ DI MUTUO SOCCORSO CESAREPOZZO servizi di integrazione sanitaria	 C.F.M.	 FIDA
 FINPOLO SOSTENIBILE	 GV GV Macero S.p.A.	 icila	 LONGINI & CARDENALI	 PERLETTI OMBRELLI PER PASSIONE		

STORIA DI SUCCESSO - Finpolo S.p.A.

InfoBusiness: una visione illuminante dei dati aziendali

Informazioni Generali

Settore merceologico: Commercio all'ingrosso
 Numero dipendenti: 150 dipendenti e 40 agenti
 Fatturato 2009: 52 milioni di euro
 Sito internet: www.finpolo.net



Profilo del Cliente

Finpolo è un grossista di materiale elettrico che opera nel panorama distributivo italiano da oltre 30 anni: nata nel 1974 dall'idea di alcuni artigiani reggiani, si è trasformata gradualmente nell'attuale forma di SPA nel 1998, realizzando la propria sede centrale e logistica a Cella (Reggio Emilia) con una superficie interna di circa 8.000 mq. A seguito di successive espansioni, Finpolo conta oggi 9 punti vendita dislocati nel nord e centro Italia, specializzati in 4 settori: generalista (civile e industriale), solare, automazione industriale, illuminotecnica e domotica, cavi.

Esigenze del Cliente

Finpolo è stata protagonista negli ultimi anni di una forte espansione, tanto che l'azienda può vantare oggi 9 punti vendita, circa 4.000 clienti, oltre 400 fornitori e un magazzino con oltre 50.000 articoli.

Gli oltre 400 fornitori di Finpolo comprendono multinazionali produttrici di componentistica per i settori civile, industriale e automazione, marchi di design dell'illuminotecnica d'arredo e produttori di cavidotti. In particolare il settore dei cavidotti rappresenta il 20% del fatturato di Finpolo e la particolarità dei prodotti



con componente rame generano difficoltà nella gestione dei listini prezzi e degli stock di magazzino, a causa della forte variabilità del prezzo. Inoltre, il grande numero di clienti rende difficile la gestione delle vendite, soprattutto per quanto riguarda le dilazioni sugli incassi, che mediamente superano i 120 giorni.

A fronte di tale complessità aziendale, Finpolo avvertiva l'esigenza di analizzare dettagliatamente il ciclo attivo e passivo, scoprire i punti deboli e ottimizzare i processi; voleva inoltre fornire alle varie funzioni aziendali una reportistica con visioni sintetiche e analitiche delle varie aree, a supporto delle decisioni strategiche.

Progetto Realizzato

Per risolvere queste difficoltà gestionali, Finpolo ha deciso di affidarsi alla consulenza di Gestio, Partner Zucchetti specializzato nella consulenza di gestione. Gestio ha operato una riclassificazione del bilancio aziendale in ottica gestionale, impostando allo stesso tempo una contabilità analitica per singolo punto vendita.

La prima esigenza è stata quella di analizzare secondo diverse chiavi di lettura il fatturato suddiviso per singola filiale. Successivamente Gestio, alla luce della complessa struttura di vendita, ha individuato le aree che necessitavano di essere monitorate ed analizzate per poter individuare le criticità: le performance di agenti e filiali in termini di volumi e redditività, l'andamento della consistenza dei crediti nel corso del tempo, l'andamento del magazzino e le relative rotazioni, le politiche di acquisto con i fornitori in relazione alle promozioni in corso.

Per poter monitorare l'andamento di tutte le aree di criticità individuate, Gestio ha integrato il software gestionale di Finpolo con **InfoBusiness**, la soluzione di business intelligence Zucchetti: i dati del gestionale sono stati configurati in modo da renderli disponibili alle varie funzioni aziendali attraverso analisi multidimensionali e cruscotti sintetici, che permettono di avere una visione sintetica dell'area e al contempo di scendere nel dettaglio.

Perché Zucchetti

*Risponde il Dott. **Rudi Marconi** - Responsabile amministrativo di Finpolo*

Ci siamo rivolti a Gestio perché avevamo la necessità di una consulenza gestionale approfondita e di uno strumento di analisi efficiente, che ci permettesse di confrontare i dati aziendali e capire a fondo le dinamiche degli acquisti e delle vendite, in modo da poter intervenire sui punti deboli del processo.

Grazie all'integrazione del nostro software gestionale con **InfoBusiness** Zucchetti, realizzata sotto la guida di Gestio, oggi possiamo distribuire alle varie funzioni aziendali cruscotti sintetici con dati e informazioni significative sulla propria area di competenza.

Siamo riusciti a porci le domande giuste e a prendere le opportune decisioni, raggiungendo così il nostro obiettivo di ottimizzare i processi e ottenere una maggiore efficienza aziendale.



CONCLUSIONE

Perché la soluzione Zucchetti sta avendo successo?

Semplicità e alta accessibilità. È un concetto derivato dal mondo consumer, che trova facile applicazione e ha valore anche in un contesto business: non deve essere difficile costruire relazioni di significato tra i dati, ricavarne le informazioni e accedervi nel preciso momento in cui se ne ha bisogno. **InfoBusiness** si presenta facile da utilizzare per gli utenti e in riguardo i prodotti Zucchetti, le relazioni di senso sui dati gestionali sono inoltre già precostruite e disponibili a bordo della soluzione.

Efficacia e Rapidità di risultato. Semplicità unita a potenza dello strumento permettono di realizzare un'implementazione della soluzione in tempi rapidi (in rapporto alla minore o maggiore complessità del progetto). Questo vantaggio competitivo si riflette positivamente anche nell'operatività quotidiana dell'utente, ossia nel focalizzare le dimensioni dell'analisi e raggiungere il risultato atteso in breve tempo e con pochi passaggi di mouse.

Rapporto qualità/prezzo favorevole. La soluzione offre molto a un prezzo che volutamente si mantiene entro limiti accettabili, per favorire la diffusione del prodotto e la cultura della Business Intelligence sul parco clienti. La convenienza rispetto alla concorrenza è particolarmente evidente non solo rispetto ai costi di avviamento iniziale, ma anche al crescere degli utenti.

Governo della strategia di prodotto. È la caratteristica più importante. Zucchetti ha deciso di costruire sul tema della Business Intelligence un business che avesse chiare linee guida:

- Controllo diretto dello sviluppo e della evoluzione del prodotto sul piano tecnologico e applicativo-funzionale.
- Possibilità di decidere in prima persona le politiche commerciali, di distribuzione e di pricing sul cliente finale.
- Strategia di prodotto è non solo pensata in Italia, ma pensata per l'Italia, ovvero per il mercato delle PMI imprese italiane.



GLOSSARIO

DataBase: insieme di dati riguardanti lo stesso argomento (o argomenti correlati), strutturato in modo tale che possano essere utilizzati da applicazioni software. Oltre ai dati, il database contiene informazioni sulla loro rappresentazione e sulle relazioni tra gli stessi.

DataBase Management Systems (DBMS): letteralmente sistemi di gestione dei database, quindi applicazioni software in grado di gestire il database ed i dati in esso contenuti.

DataBase Relazionali: DataBase strutturati secondo il modello relazionale di organizzazione logica dei dati. Il modello è basato su concetti di tabella e relazione: i dati sono immagazzinati nel database sotto forma di tabelle legate tra loro da relazioni logiche.

Data Warehouse: raccolta di dati (è un database) che provengono da altri database utilizzati da applicazioni. In particolare le caratteristiche che distinguono un Data Warehouse dal DataBase di un'applicazione sono le seguenti:

- *Integrato:* contiene dati riguardanti argomenti diversi, ma correlati (metodi di codifica uniformi, omogeneità semantica,...).
- *Subject Oriented:* orientato secondo temi specifici di analisi, oppure alle diverse attività di Business, ma non alle applicazioni.
- *Time Variant:* l'orizzonte temporale dei dati nel DWH è in genere più esteso o diverso dell'orizzonte dei dati gestiti dal gestionale, e anche gli aggiornamenti / inserimenti sono gestiti in modo differente.
- *Non volatile:* i dati in un DWH, una volta caricati, non sono modificabili.

SQL (Structured Query Language): linguaggio per l'accesso ai dati memorizzati in un database.

Query: interrogazione di un DataBase in modo da ottenere una parte dei dati in esso contenuti. Una query relazionale deve essere formulata in linguaggio SQL.

ETL (Extraction, Transformation, Loading): è un processo strettamente legato al caricamento di dati in un Data Warehouse. Nel dettaglio i dati vengono Estratti da database relazionali dedicati ad applicazioni, file, altre fonti dati; vengono Trasformati per realizzarne l'integrazione e per renderli pronti per le analisi; infine vengono caricati nel Data Warehouse.

OLTP (On Line Transaction Processing): insieme di tecniche software finalizzate all'analisi dei dati. Le analisi con tecniche OLTP vengono condotte direttamente sui dati in "produzione". Ciò permette di non costruire "repliche" dei dati e di disporre sempre dei dati aggiornati, ma proprio a causa dell'utilizzo diretto dei dati in "produzione" si hanno forti limitazioni nella tipologia e nella potenza delle analisi nonché prestazioni non soddisfacenti.



OLAP (On Line Analytical Processing): insieme di tecniche software finalizzate all'analisi complessa e veloce di grandi quantità di dati. E' una componente tecnologica fondamentale dell'analisi dei dati di un Data Warehouse.

Data Mining: letteralmente "estrazione da una miniera di dati", si compone di applicativi e tecniche software in grado di estrarre delle "regolarità" in modo automatico da ingenti quantità di dati. Tali regolarità vengono ricercate dagli applicativi software in base a regole di elaborazione introdotte dagli utenti. Tipico esempio di applicazione lo si ritrova nelle grandi catene di distribuzione, che utilizzano le tessere fedeltà per raccogliere dati sulle abitudini di acquisto dei clienti (grande quantità di dati) da mettere in relazione con le caratteristiche del cliente (sesso, età, nucleo familiare ...), allo scopo di indirizzare con tecniche di marketing le abitudini d'acquisto.

Analisi multi-dimensionale dei dati: permette di estrarre dati da un Data Warehouse senza avere conoscenza di linguaggi di interrogazione (SQL), o della struttura relazionale del DataBase. Permette di formulare la richiesta ai sistemi informativi in un linguaggio molto vicino al corrente modo di formulare interrogativi dell'uomo.

I concetti base dell'analisi multi-dimensionale sono:

- **Fatti:** i concetti sui quali centrare l'analisi
- **Dimensioni:** prospettive lungo le quali aggregare i concetti da analizzare
- **Misure:** unità quantificabili dei concetti da analizzare (fatti)

Ciò significa che un'ipotetica domanda simile a questa:

"fatturato in quantità e valore, diviso per mese, agente e categoria prodotto"

viene semplicemente tradotta in una selezione di fatti e dimensioni:

fatti = fatturato valore, fatturato quantità

dimensioni = mese, agente, categoria prodotto

Senza un sistema di analisi multi-dimensionale dei dati, la domanda dell'esempio avrebbe dovuto essere formulata con una frase di linguaggio SQL.

Query multi-dimensionale: selezione di fatti e dimensioni.

Termini propri dell'analisi multi-dimensionale:

- **Drill-Down – Roll-Up:** scendere o salire in profondità di dettaglio d'analisi. Esempio: dalla visualizzazione di dati di vendita per agente passare a una visualizzazione che comprenda anche il dettaglio dei dati di vendita al cliente, suddivisi per agente.
- **Filtro:** nell'analisi multi-dimensionale dei dati è possibile definire filtri su tutte le entità (dimensioni e fatti) coinvolte nella Query allo scopo di concentrare l'analisi solo una parte dei dati. Agisce in fase di estrazione dati dal Data Warehouse.
- **Slice & Dice:** scegliendo uno o più valori di una o più dimensioni, si focalizza l'analisi sui fatti che sono inerenti a tali valori, nascondendo di fatto alla visualizzazione tutto ciò che non interessa. E' una sorta di filtro che agisce solo in visualizzazione, non in estrazione dati dal Data Warehouse.
- **Formula:** è un fatto generato tramite un calcolo (più o meno complesso) a partire da altri fatti.



- **Data Mart:** magazzino di dati a livello dipartimentale, è un segmento del Data Warehouse, è identico al DWH come concezione (può esserne una parte) ma ha finalità più “ristrette”, i dati del Data Mart coprono solo alcune aree aziendali.

KEY POINT

InfoBusiness

1. Installazione Client/Server;
2. Modulo Web;
3. Funzionalità mobile multi-piattaforma.

InfoVision

1. Strumenti di analisi tabellari e grafici;
2. Formule di uso frequente a portata di un click;
3. Creazione formule avanzate tramite Drag & Drop e Correttore Sintattico;
4. Filtri di estrazione, filtri utente, filtri di visualizzazione su dimensioni e misure;
5. Stili di visualizzazione personalizzabili anche in base al contenuto;
6. Gestione a schede di visualizzazioni multiple;
7. Creazione di cruscotti senza necessità di programmazione;
8. Diverse tipologie di grafici navigabili: radar, dispersione, bolle, istogrammi, torta, tag cloud;
9. Mappe geografiche personalizzabili e di diverse tipologie: concettuali, del magazzino ecc.;
10. Funzionalità di data modeling: **planning, forecasting, budget, what-if.**

InfoReader

1. Strumenti di analisi tabellari o grafici per trovare correlazioni tra i valori, ragionare su informazioni aggregate o effettuare analisi dettagliate;
2. Strumenti per aggiungere formule avanzate, filtri e nuove visioni;
3. Funzionalità di reportistica per stampare ed esportare le informazioni;
4. Cruscotti sintetici e dinamici realizzabili tramite Drag & Drop;
5. Navigazione dinamica in mappe geografiche.

InfoPublisher

1. Distribuzione verso destinazioni di diverso genere (indirizzi e-mail, destinazioni ftp, cartelle locali o di rete...);
2. Sfruttando funzionalità avanzate di filtri-utente, in modo da contenere al minimo il numero di report da gestire;
3. Basando l'aggiornamento e l'invio su pianificazioni temporali oppure al verificarsi di determinate condizioni;
4. Pubblicando i report nella suite **InfoBusiness** oppure in qualsiasi formato di esportazione disponibile.



IB Web

1. Gestire via Web l'antologia dei report di ogni utente;
2. Creare e gestire le cartelle per organizzare i report **InfoBusiness** e le esportazioni;
3. Effettuare ricerche anche nel contenuto dei report;
4. Copiare e spostare qualsiasi tipo di file tra le cartelle;
5. Creare, aggiornare o esportare i report;
6. Avere a disposizione tutte le funzionalità di analisi e reportistica di InfoReader Web;
7. Gestire la profilazione dell'utenza con logiche diverse.

Dispositivi Mobile

1. Visualizzazione identica;
2. Multi-piattaforma;
3. Aggiornamento informazioni;
4. Filtri parametrici;
5. Stesso report utilizzato dal Client/Server o dagli strumenti Web.

InfoDesign

1. Interfaccia semplice ed efficiente;
2. Funzionalità di copia ed incolla intelligenti;
3. Informazioni facilmente leggibili;
4. Tempo di formazione ridotto grazie all'intuitività dello strumento.



UNA SOLUZIONE, TRE MODALITÀ DI FRUIZIONE



www.zucchetti.it/InfoBusiness

www.zucchetti.it

Zucchetti S.p.A., Via Solferino, 1 - 26900 Lodi

Tel. 0371 594.24.44 - Fax 0371 594.25.20

InfoBusiness@zucchetti.it

market@zucchetti.it

ZUCCHETTI
IL SOFTWARE CHE CREA SUCCESSO 