

Lo studio di Nomisma sui Big Data

Sfruttando i big data tre aziende su quattro (71,4% delle risposte) riescono ad aumentare la produttività o il fatturato e a sviluppare nuovi processi e prodotti, ma per ottenere questi risultati è necessario aspettare almeno due o tre anni. È quanto emerge da uno studio sull'utilizzo dei big data realizzato da Nomisma commissionato da Aster per la Regione.

La ricerca, presentata durante Research to Business, evidenzia che le aziende di produzione e servizi utilizzano i big data prevalentemente per effettuare analisi di mercato e della clientela (83,3% delle risposte), per sviluppare nuovi prodotti/servizi e per migliorare la produzione (75% ciascuna) e per gestire le attività post vendita (41,7%). Dall'altro lato, le imprese di ICT utilizzano i big data per migliorare la produzione (64,7%), per sviluppare prodotti e servizi (58,8%), ma anche per analizzare i mercati e i comportamenti della clientela (41,2%) e per gestire le attività di post vendita (47,1%).

La ricerca ha evidenziato gli **ostacoli** che le imprese incontrano nel raggiungimento degli obiettivi fissati nei progetti. Si tratta di **fattori culturali** per il 60% delle aziende ICT e l'81,8% di quelle produzione e servizi: gli operatori non sanno spesso come utilizzare le procedure di analisi e non sanno capirne né le funzionalità né le finalità.

In alcuni casi vi è anche un problema a livello manageriale che, in assenza di adeguata formazione sul tema, si trova spesso a gestire in modo inadeguato i progetti di big data analytics.

Diversi sono gli obiettivi strategici che le imprese intervistate nello studio commissionato da Aster vorrebbero raggiungere utilizzando tecniche avanzate di data analytics. Le imprese di produzione e servizi, per non divulgare dati che potrebbero contenere informazioni sensibili preferiscono (82%) fare la prima analisi internamente e puntano principalmente a ottenere un aumento del fatturato e a sviluppare nuovi processi e prodotti (78,6% per ognuna delle opzioni). Altrettanto importanti sono lo sviluppo delle relazioni con i clienti e il marketing (71,4%), l'efficientamento dei processi esistenti (50%), l'aumento della produttività e l'individuazione di nuovi mercati (42,9% ciascuna). Gli obiettivi delle imprese ICT sono invece prevalentemente orientati all'aumento del fatturato (90%), all'aumento della produttività e all'efficientamento dei processi (70% ciascuna).

Le aree aziendali che più di tutte beneficiano dell'utilizzo dei big data nelle imprese di produzione e servizi sono il "business" (54,6%), l'IT (36,4%), il "marketing" e la ricerca e sviluppo (27,3% ciascuna), e la divisione produzione (18,2%).