

I 10 trend della business intelligence per il 2019

Il ritmo a cui si stanno sviluppando le soluzioni di business intelligence implica che ciò che ora funziona, domani potrebbe avere bisogno di essere perfezionato. Nel fare piani per il futuro, i leader valutano i trend e le tecnologie emergenti che orienteranno il settore della business intelligence, creando nuove opportunità. Elaborate sulla base di interviste che abbiamo realizzato con esperti del campo, ecco le nostre previsioni collettive sui 10 trend da tenere d'occhio per il 2019 e oltre.

01

L'ascesa dell'explainable AI

Nel momento in cui le organizzazioni si affidano sempre di più all'intelligenza artificiale e ai modelli di apprendimento automatico, come possono garantirne l'affidabilità?

I leader chiedono ai team di data scientist di utilizzare modelli di intelligenza artificiale più comprensibili e di fornire documentazione o l'audit trail di come questi modelli sono stati costruiti. L'AI deve essere affidabile per poter avere un impatto importante sull'azienda, e le conclusioni prodotte devono essere comprensibili, fattibili e facili da capire, per aiutare le persone a comprendere meglio i propri dati. Questo bisogno di trasparenza sta portando alla crescita dell'explainable AI, che permette di comprendere e presentare una visione trasparente nei modelli di apprendimento automatico.

L' **85%**
dei CIO proveranno
programmi di
intelligenza artificiale
attraverso una
combinazione di
opzioni di acquisto,
sviluppo e outsource.

“

L'analisi e l'AI dovrebbero aiutare, ma non
sostituire completamente, le competenze e
la comprensione dell'uomo.

Richard Tibbetts, Product Manager for AI, Tableau

02

Il linguaggio naturale rende i dati più umani

I progressi nei sistemi di NLP consentono a tutti di avviare una conversazione naturale con i dati.

I fornitori di BI inseriscono nelle loro piattaforme l'elaborazione del linguaggio naturale (NLP), offrendo un'interfaccia di linguaggio naturale alle visualizzazioni, in modo che le persone possano interagire con i propri dati come con una persona, con la possibilità di fare domande più approfondite. Gli sviluppi della tecnologia supporteranno la conversazione analitica, quella che un essere umano ha con il sistema riguardo i propri dati, sfruttando il contesto per comprendere l'intenzione dell'utente e proseguire il dialogo, creando un'esperienza di conversazione più naturale. Grazie a questa evoluzione cadranno gli ostacoli per l'adozione dell'analisi e nei luoghi di lavoro le attività saranno sempre più basate sui dati e self-service.

Si prevede che entro il 2023 il mercato della generazione del linguaggio naturale sarà di **825,3 milioni di dollari** (Markets and Markets)

“

Il linguaggio naturale è un modo per portare qualsiasi tipo di tecnologia ad un pubblico più ampio. Riduce la barriera tecnologica, per cui non è più necessario imparare a utilizzare il software. Non è nemmeno necessario studiare l'analisi. Basta conoscere il contesto aziendale per fare la domanda giusta.

Stephanie Richardson, Senior Director of Product Marketing, Tableau

03

L'actionable analytics contestualizza i dati

Le piattaforme di BI permettono di collocare i dati nello spazio in cui le persone vogliono eseguire un'azione.

Chi lavora con i dati ha bisogno di accedere ai propri dati e compiere un'azione nello stesso flusso di lavoro. I fornitori di piattaforme di BI rispondono offrendo funzionalità come l'analisi mobile, l'analisi incorporata, estensioni della dashboard e API. L'analisi incorporata colloca i dati e le informazioni dove le persone stanno già lavorando, in modo che non debbano navigare in un'altra applicazione o su un server condiviso, mentre le estensioni della dashboard offrono l'accesso ad altri sistemi direttamente dalla dashboard. Mentre queste funzionalità uniscono azione e informazione in una piattaforma o uno strumento, l'analisi mobile permette agli utenti di accedere ai propri dati ovunque si trovino e offre a diversi team dell'azienda e ai team verticali dati on-demand inseriti nel contesto.

Entro il 2022, **il 50%**
delle piattaforme di
tecnologia di business
digitale consentirà di
collegare gli eventi ai
risultati dell'azienda.
(Gartner)

“

Per fare in modo che l'analisi sia attuabile,
dobbiamo essere sicuri di fornire il
messaggio giusto alla persona giusta, al
momento giusto, in modo comprensibile.

Peter Benson, Head of Strategic Alliances, Automated Insights

04

Il data collaborative aumenta l'impatto sul bene comune

L'impegno mirato da parte di organizzazioni pubbliche e private rafforza il movimento "data for good".

I dati hanno trasformato il modo in cui le organizzazioni non governative (ONG) e non profit. Un esempio pratico è l'emergere dei data collaborative, piattaforme per la condivisione dei dati e la collaborazione tra le organizzazioni per raggiungere un obiettivo comune. Ha anche avviato una riflessione sui fattori che creano fiducia all'interno di queste collaborazioni, incluso gli standard di governance e l'uso responsabile dei dati. I progressi in campo tecnologico, l'aumento dell'alfabetizzazione dei dati e un focus sulla collaborazione stanno creando un ambiente propizio per risolvere alcuni dei problemi più difficili del mondo.

Le menzioni sui social media di "data for good" sono aumentate del **68%** nel corso dell'ultimo anno.

“

I data commonwealth permettono alle organizzazioni di condividere i dati tra loro e con il mondo in modo sicuro, proteggendo la privacy di ciascun individuo di cui raccolgono i dati.

Neil Myrick, Global Head di Tableau Foundation

05

I codici etici e i dati

L'impegno mirato da parte di organizzazioni pubbliche e private rafforza il movimento "data for good".

Con i regolamenti sui dati come il GDPR, le organizzazioni si interrogano in modo approfondito sull'etica dei dati e sulla privacy nel contesto delle loro pratiche commerciali quotidiane. I Chief Data Officer inseriscono i codici etici nei processi di trasformazione digitale, creando così un quadro per le future decisioni in materia di infrastrutture, governance e personale. Parallelamente, le aziende riesaminano l'intero ciclo di vita dei propri dati, per garantire il rispetto sia dei regolamenti esterni che dei codici etici interni. Poiché le piattaforme di BI moderna hanno reso l'analisi più democratica, sempre più figure professionali avranno la responsabilità di seguire i principi dell'etica dei dati, e l'etica dei dati costituirà una parte fondamentale del lavoro di alfabetizzazione nel campo dei dati.

Le menzioni sui social media di "data for good" sono aumentate del **68%** nel corso dell'ultimo anno.

“

L'etica dei dati aiuta gli esperti a fare un passo indietro e valutare la situazione dal punto di vista etico. In buona sostanza, l'etica dei dati ci dà il tempo di fermarci a riflettere sul nostro lavoro per capire come affrontare certi dilemmi, sia personalmente che professionalmente.

Bridget Cogley, Senior Consultant, a Teknion Data Solutions

06

La gestione dei dati incontra le piattaforme di BI moderna

Una data curation controllata colma il divario tra dati e impresa.

Poiché le sorgenti dati sono sempre più complesse e diversificate, e sempre più persone utilizzano i dati per prendere decisioni, la gestione dei dati è diventata fondamentale. Le aziende si rivolgono alla data curation, che comprende l'acquisizione, pulizia, definizione e ordinamento di dati diversi, per colmare il divario tra i dati e le loro applicazioni nel mondo reale. Gli strumenti e i processi di data curation (come i cataloghi di dati e la governance semantica) si uniscono alle piattaforme di BI per collegare i dati con il contesto aziendale e adattare la governance. Infine, una data curation controllata offrirà una base ancora più solida per l'intero processo di analisi, aiutando gli utenti a porre non solo domande ai propri dati, ma anche alla propria azienda.

I dati digitali
cresceranno a un tasso
annuo di crescita
composto (CAGR) del
42% nel 2020

(IDG)

“

La data curation è il processo con cui si identificano le sorgenti dati necessarie, inserendo i dati nel contesto aziendale, così che gli utenti possano interagirvi, comprenderli e utilizzarli per creare l'analisi.

Mike Hetrick, Senior Product Marketing Manager, Tableau

07

Lo storytelling dei dati è il nuovo linguaggio delle società

Scoprire e comunicare informazioni sui dati è diventato uno sport di squadra.

Per gli analisti ormai è fondamentale essere in grado di raccontare il percorso che ha portato alle informazioni contenute nei dati, in un modo che sia attuabile e facile da comprendere. È ciò che viene chiamato "storytelling dei dati". Mentre le organizzazioni creano una cultura dell'analisi, la definizione di storytelling dei dati cambia. Invece di presentare una singola conclusione, i metodi di storytelling dei dati di oggi si concentrano sullo sviluppo di conversazione e collaborazione. In questo modo si prendono in considerazione prospettive differenti, prima di prendere una decisione a livello aziendale. La diffusione dello storytelling dei dati tra diverse figure professionali amplificherà il potenziale di impatto sull'azienda, nel momento in cui i dati vengono utilizzati per coinvolgere, informare e testare idee su scala aziendale.

Secondo uno studio di mercato realizzato da Dresner nel 2018, il **75%** degli intervistati considera lo storytelling dei dati fondamentale o importante per le proprie iniziative di business intelligence.

“

Come membri del pubblico dobbiamo essere disposti a essere informati, capaci di interpretare, dobbiamo avere una conoscenza dell'argomento. Se non l'abbiamo, allora il designer deve assumersi la responsabilità di fornirci un'idea di cosa significa tutto ciò.

Andy Kirk, Founder, [VisualisingData.com](https://visualisingdata.com)

08

Le imprese adottano l'analisi in modo più intelligente

Cosa succede quando i leader si concentrano meno sull'adozione e più sul coinvolgimento?

Il presupposto che tutti stiano beneficiando di una piattaforma di BI solo perché vi possono accedere può essere un ostacolo per il progresso dell'analisi. Aprire un report di tanto in tanto non significa che stia influenzando un'azione. Invece, i leader dovrebbero concentrarsi sull'impatto e sul capire se una piattaforma di BI modifica oppure no il modo in cui le persone prendono le decisioni. Questo coinvolgimento è la vera adozione. Uno dei modi in cui le aziende stanno aumentando il coinvolgimento sono le community interne, che aiutano a portare gli utenti sulla piattaforma, diffondere buone pratiche e allineare le persone sulle definizioni dei dati. Il risultato sarà un aumento dell'impatto e un ritorno dell'investimento sulla soluzione di BI, una forza lavoro con maggiori conoscenze nel campo dei dati e un'organizzazione più competitiva.

Il 60% dei CIO prevedono di aumentare la spesa per l'analisi nei prossimi 12 mesi.

(IDG CIO Tech Poll: Tech Priorities 2018)

“

Dobbiamo ripensare al modo in cui misuriamo i benefici della BI. Non si tratta solo di chi vi ha accesso. Dovremmo considerare come le persone utilizzano effettivamente l'analisi nei loro processi decisionali. Questa è l'adozione.

Josh Parenteau, Market Intelligence Director, Tableau

09

La democrazia dei dati migliora il data scientist

I data scientist sviluppano competenze relazionali per stimolare il cambiamento organizzativo.

L'aumento dei reparti e delle figure professionali che lavorano con i dati ha portato a un aumento dell'alfabetizzazione dei dati, modificando la definizione di scienza dei dati e sfumando le differenze tra competenza tradizionale nell'ambito dei dati e conoscenza del dominio aziendale. Oggi, i data scientist devono avere conoscenze avanzate nel campo della statistica e dell'apprendimento automatico, unite a capacità strategiche per l'azienda e una profonda conoscenza del settore.

Invece di consegnare i risultati, ora i data scientist hanno un ruolo fondamentale nel modo in cui questi risultati vengono applicati all'azienda. I data scientist inizieranno a distinguersi in base alla loro capacità di comunicare i propri risultati alla leadership e di collaborare con altre persone che lavorano con i dati per ottenere un impatto.

I ruoli di data scientist sono cresciuti **del 650%** dal 2012 (LinkedIn)

“

La modellazione statistica e l'apprendimento automatico sono fondamentali per diventare data scientist. La differenza sta nella capacità di chi lavora nel campo di comunicare le proprie scoperte in modo semplice, ma attuabile.

Sonic Prabhudesai, Manager of Statistical Analysis, Charles Schwab

10

L'accelerazione della migrazione dei dati nel cloud alimenta l'adozione della BI moderna

I dati si stanno muovendo verso il cloud più rapidamente che mai, spingendo le organizzazioni a ripensare la loro strategia nel campo dei dati.

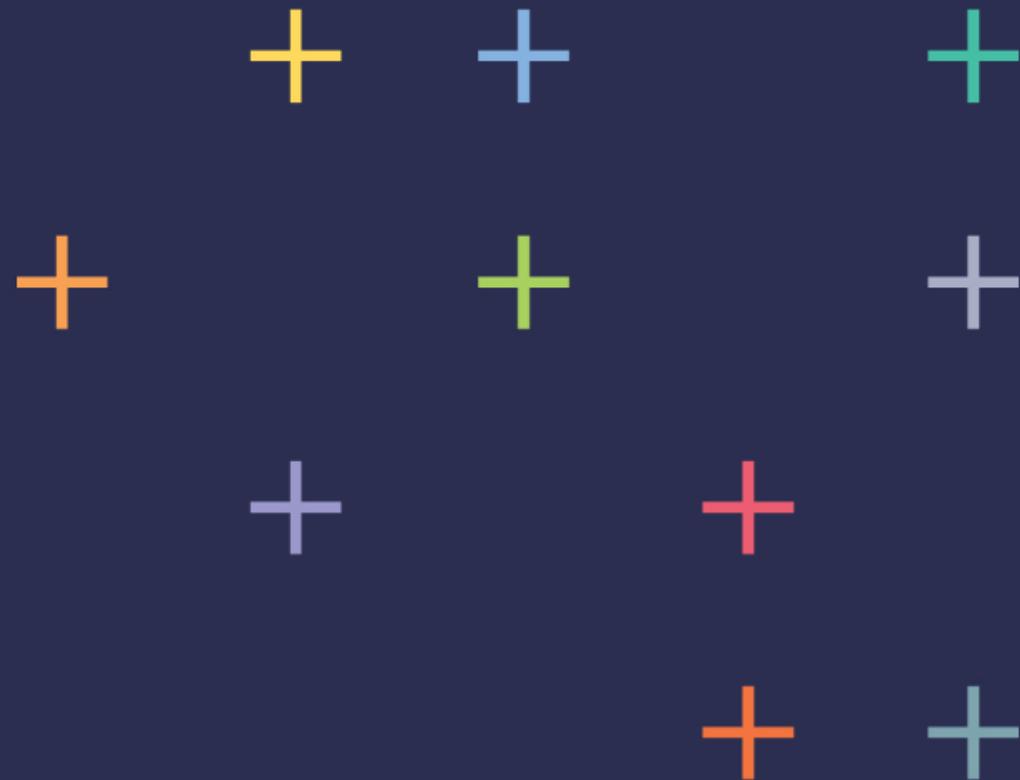
Nel modernizzare la strategia riguardo ai dati, è necessario ripensare a dove i dati vengono archiviati. Per molte aziende, ciò significa trasferire i dati sul cloud, per una maggiore flessibilità e scalabilità a un costo totale di proprietà più basso. Poiché i dati si stanno spostando velocemente sul cloud, anche l'analisi li seguirà in modo naturale, a causa della "data gravity", l'idea per cui i servizi e le applicazioni vengono attratti nella direzione in cui risiedono i dati. Per questo i leader stanno passando dalla BI tradizionale a quella moderna, valutando la possibilità della loro piattaforma di BI di passare a una soluzione cloud completa per l'analisi. Non tutte le aziende sono pronte per questo passaggio, ma nel 2019 sempre più aziende proveranno soluzioni ibride per approfittare di diverse sorgenti dati e dei benefici del cloud.

Il mercato dei servizi di cloud pubblico dovrebbe crescere del 21,4% nel 2018 fino a un totale di **186,4 miliardi di dollari** (Gartner)

“

I leader stanno ripensando completamente le loro strategie di analisi dei dati e come il cloud possa influenzare l'azienda e i risultati.

Sudhir Hasbe, Director, Product Management di Google Cloud



Scopri di più sui trend,
guarda le interviste su:

tableau.com/it-it/reports/business-intelligence-trends