



## Lab 3 : The Future of data analytics : data monetization ,big data &analytics and Cognitive Computing

Chairman : Ezio Viola



**The Innovation Group**  
Innovating business and organizations through ICT



## LAB 3 – I TEMI CHE ANDREMO A TOCCARE



≈ 15 min

≈ 90'



Le opportunità offerte da Big Data & Analytics; qual'è il ruolo dei dati nel modello di business attuale e quale può essere l'impatto sulla creazione di valore dell'azienda ? Data Monetization : cosa significa e dove stanno le opportunità

Quali sono le sfide e rischi e devono essere affrontati e tenuti in considerazione per attuare una strategia corporate di analytics e big data ?

Come si costruisce L'Enterprise Data Engine : qual è il mix di tecnologie, skills e con quale modello operativo/organizzativo, Quali investimenti sono necessari ?

Da dove si parte per un big data analytics journey di successo ? ) Quale advice per i business leader interessati alla DT con i big data

# I discussant : chi abbiamo coinvolto

## DISCUSSANT



**Roberto Monachino**  
Chief Data Officer,  
**Unicredit**



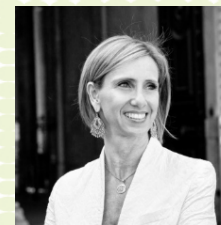
**Tommaso Pellizzari**  
Head of Data & Analytics, **UniCredit Business Integrated Solutions**



**Dario Pagani**,  
Executive Vice President  
Information & Communication  
Technology, **ENI**



**Nicola Ronchetti**,  
Partner, **GfK**



**Elena Rasa**,  
Group Chief Data Officer,  
**ASSICURAZIONI GENERALI SPA**



**Alessandro Zanotti**, Executive  
Director Digital,  
**The Boston Consulting Group**



**The Innovation Group**  
Innovating business and organizations through ICT

# Le Dimensioni di una Strategia di Big Data & Analytics

## Opportunità di Business

- Ottimizzazione dei Processi
- Nuovi Business Model

### Competenze, Trasformazione e Modello Operativo

Organizzazione  
Capabilities  
Skills  
CDO

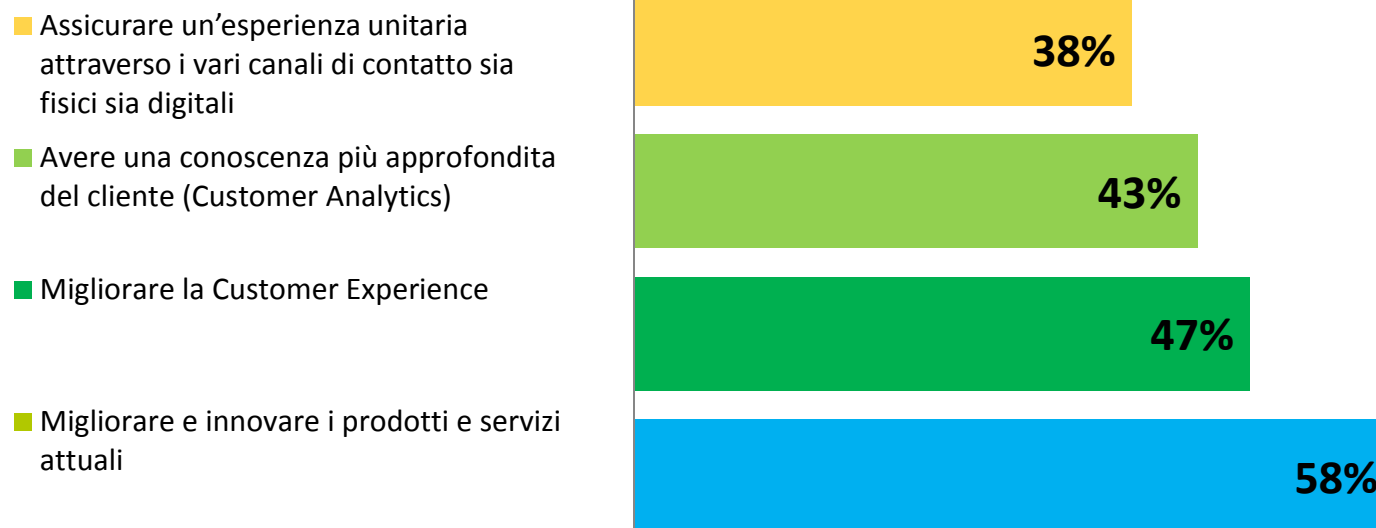
### Tecnologie/ Infrastrutture e Processi

Infrastrutture

Utilizzo/  
Data Governance

## 1. Nei confronti dei clienti

### Quali sono gli obiettivi delle iniziative di Digital Transformation in corso nella sua azienda? Nei confronti dei clienti

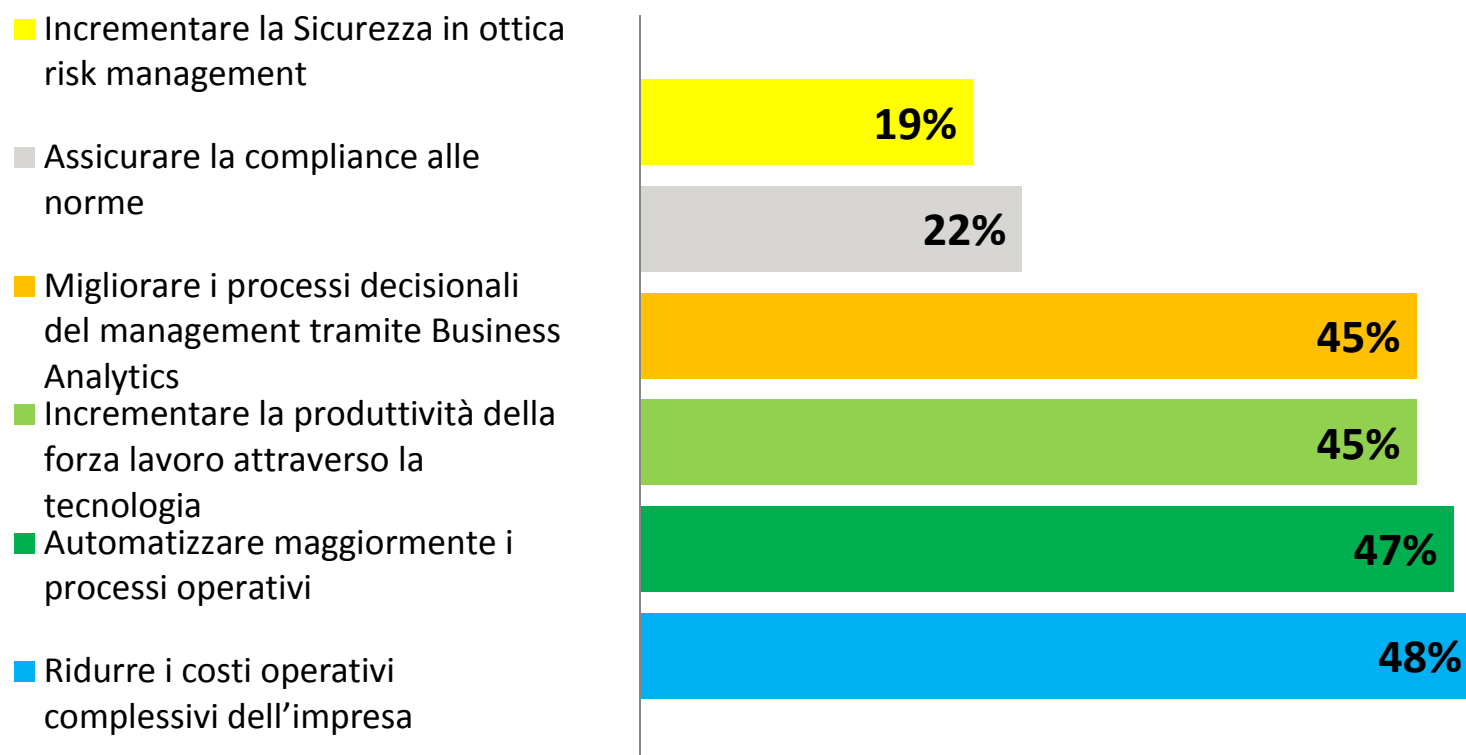


Fonte: Digital Business Transformation Survey,  
TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e  
LoB Manager

## Obiettivi delle iniziative di Digital Business Transformation

### 2. Nel miglioramento delle performance economiche

**Quali sono gli obiettivi delle iniziative di Digital Transformation in corso nella sua azienda? Nel miglioramento delle performance economiche**



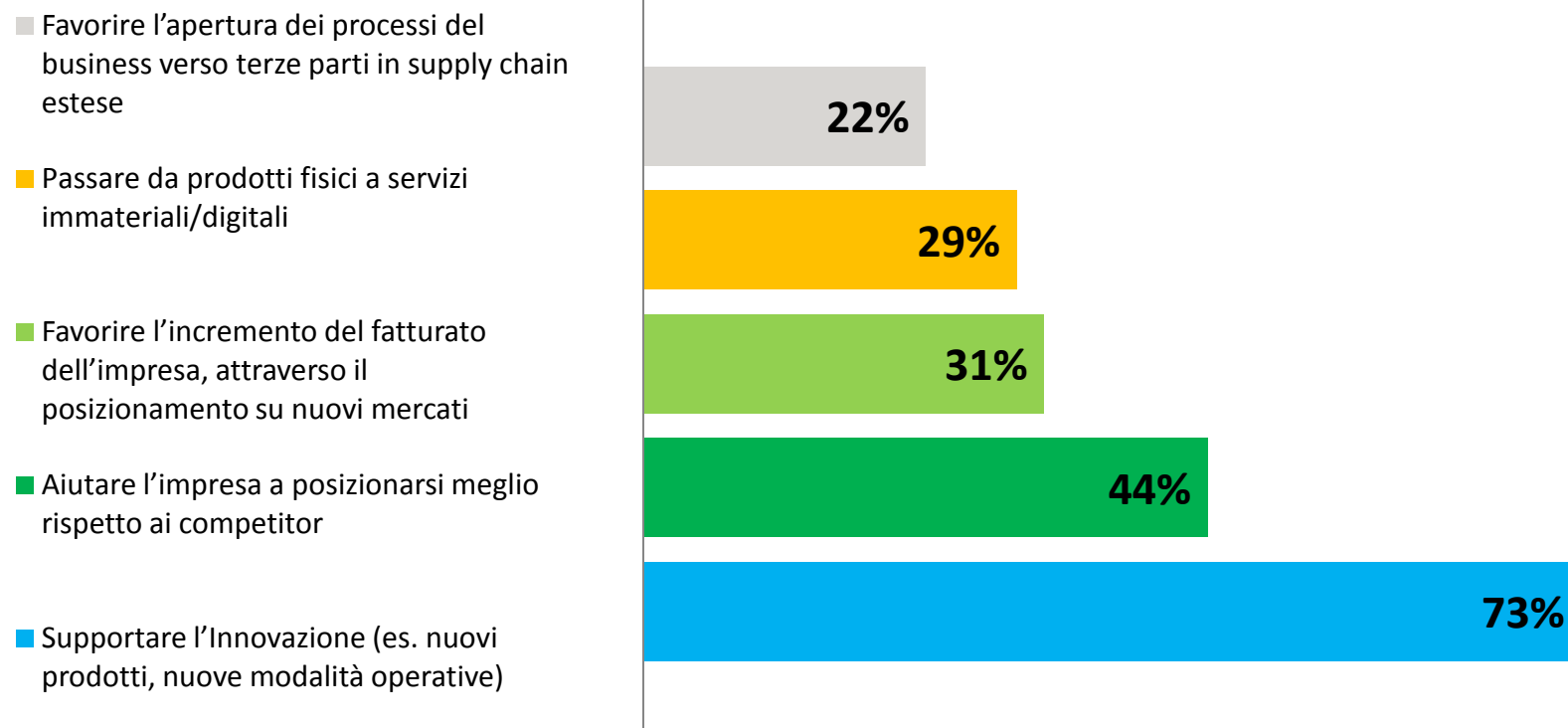
Fonte: Digital Business Transformation Survey,  
TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e  
LoB Manager



## Obiettivi delle iniziative di Digital Business Transformation

### 3. Nell'innovazione e trasformazione del modello di business

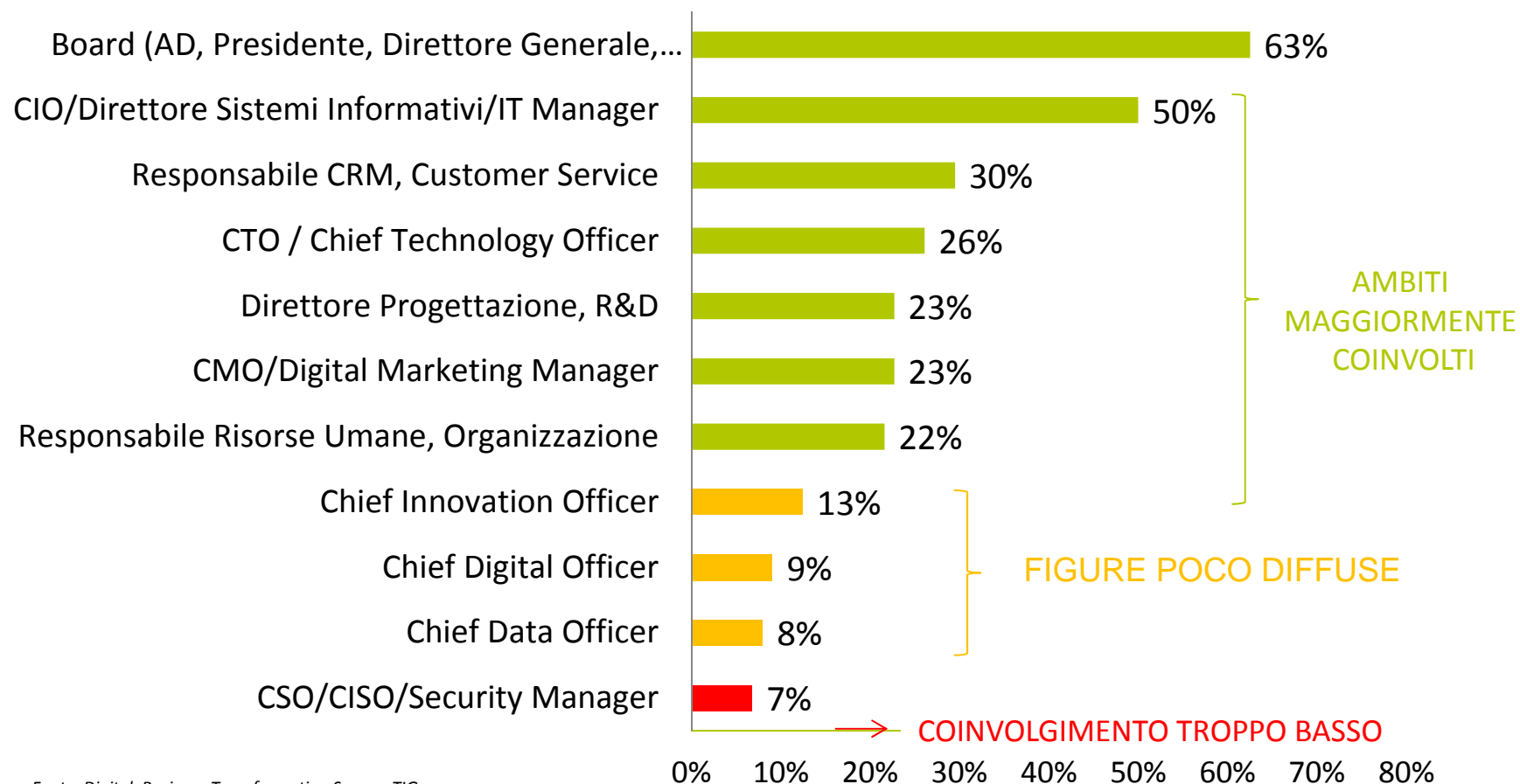
#### Quali sono gli obiettivi delle iniziative di Digital Transformation in corso nella sua azienda? Nell'innovazione e trasformazione del modello di business



Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e LoB Manager

# Digital Business Transformation: chi viene coinvolto ?

***Quali sono le funzioni / i Manager coinvolti nella sua azienda in iniziative di Digital Transformation?***

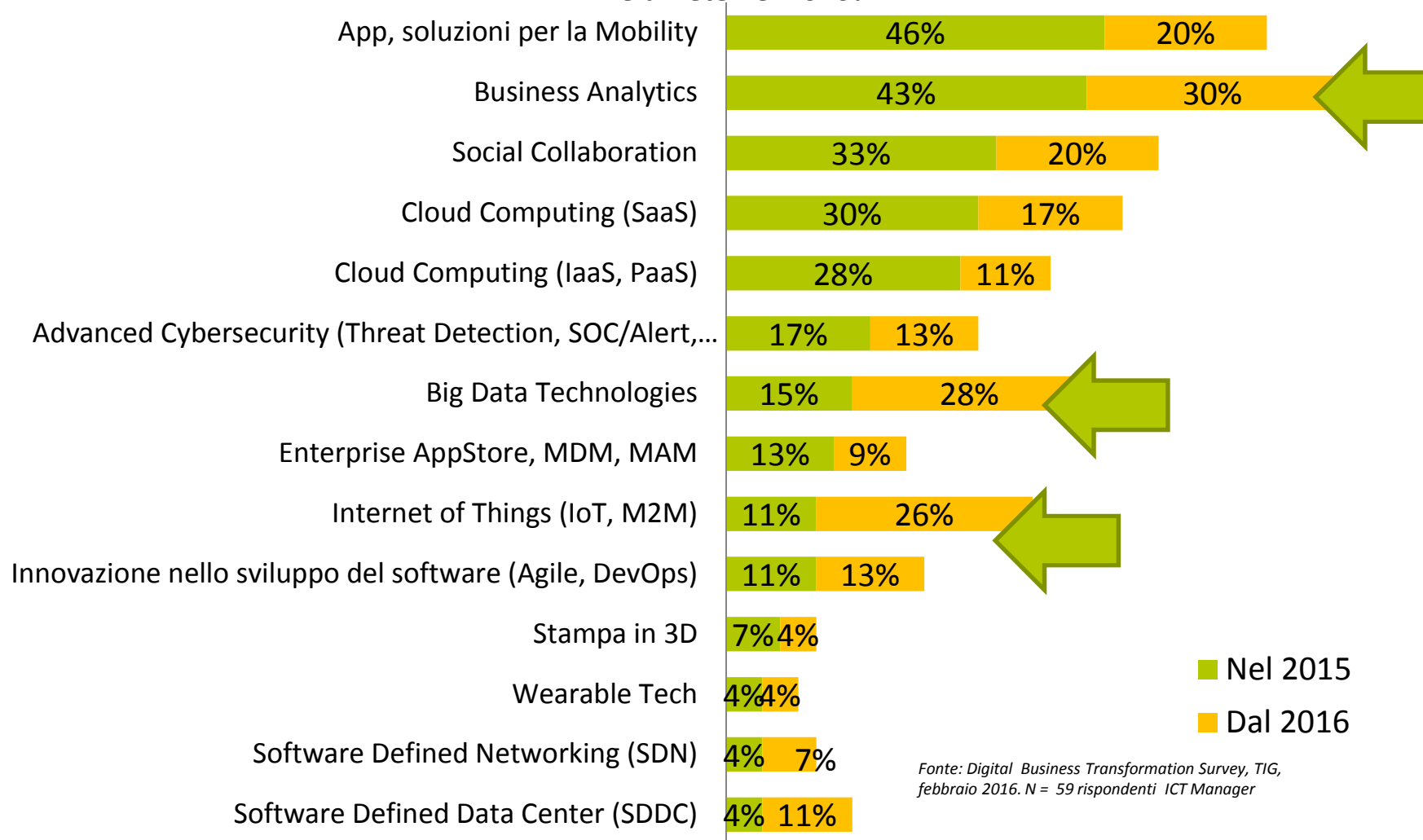


Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG,  
febbraio 2016. N = 99 rispondenti LoB Manager



# Progetti Innovativi in più ambiti: crescita forte per App Mobile, Business Analytics, Big Data, IoT

***In quali dei seguenti ambiti avete avuto progetti nel 2015/  
ne avrete nel 2016?***



*Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG, febbraio 2016. N = 59 rispondenti ICT Manager*

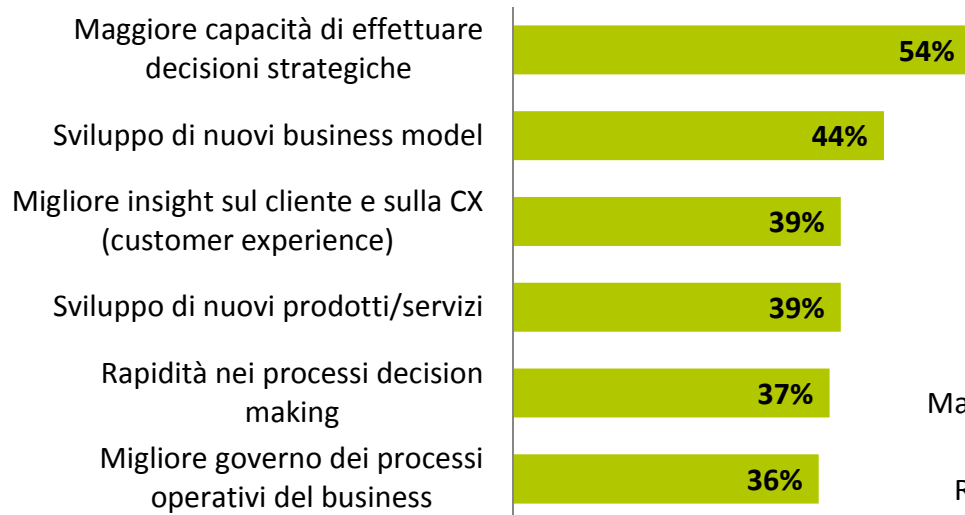
## Domande per pool in aula

A) Qual'è l'iniziativa principale sui big data nella vostra organizzazione ?

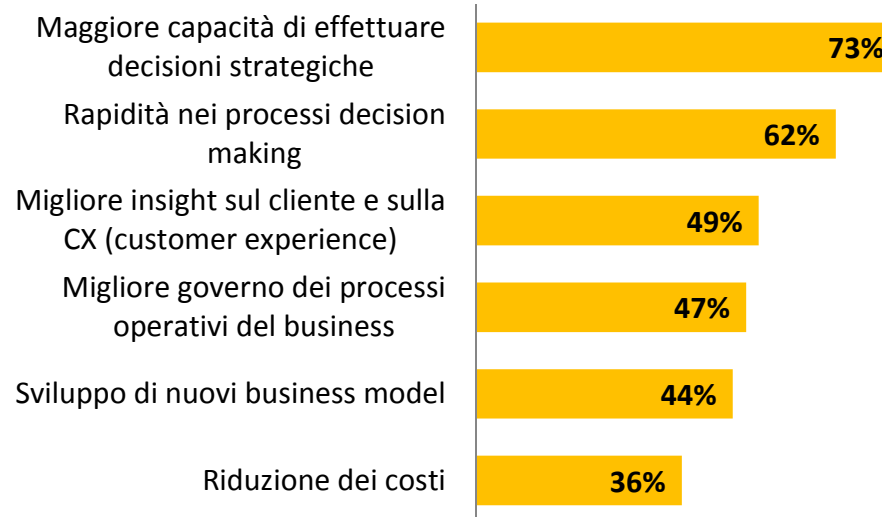
- 1 -Migliore efficacia e velocità nei processi decisionali ?
- 2- Aumentare l'insight sui clienti per migliorare la CX ?
- 3- Disegnare nuovi servizi e prodotti ?
- 4 -Data Monetization e condivisione di dati con altre aziende ?
- 5- Migliore efficacia e time to market nei processi operativi critici ?

# Approccio *Data Driven*: quali sono i vantaggi competitivi percepiti dalle aziende

## ***Business Manager: Quali sono i vantaggi competitivi associati ad un approccio decisionale Data Driven***



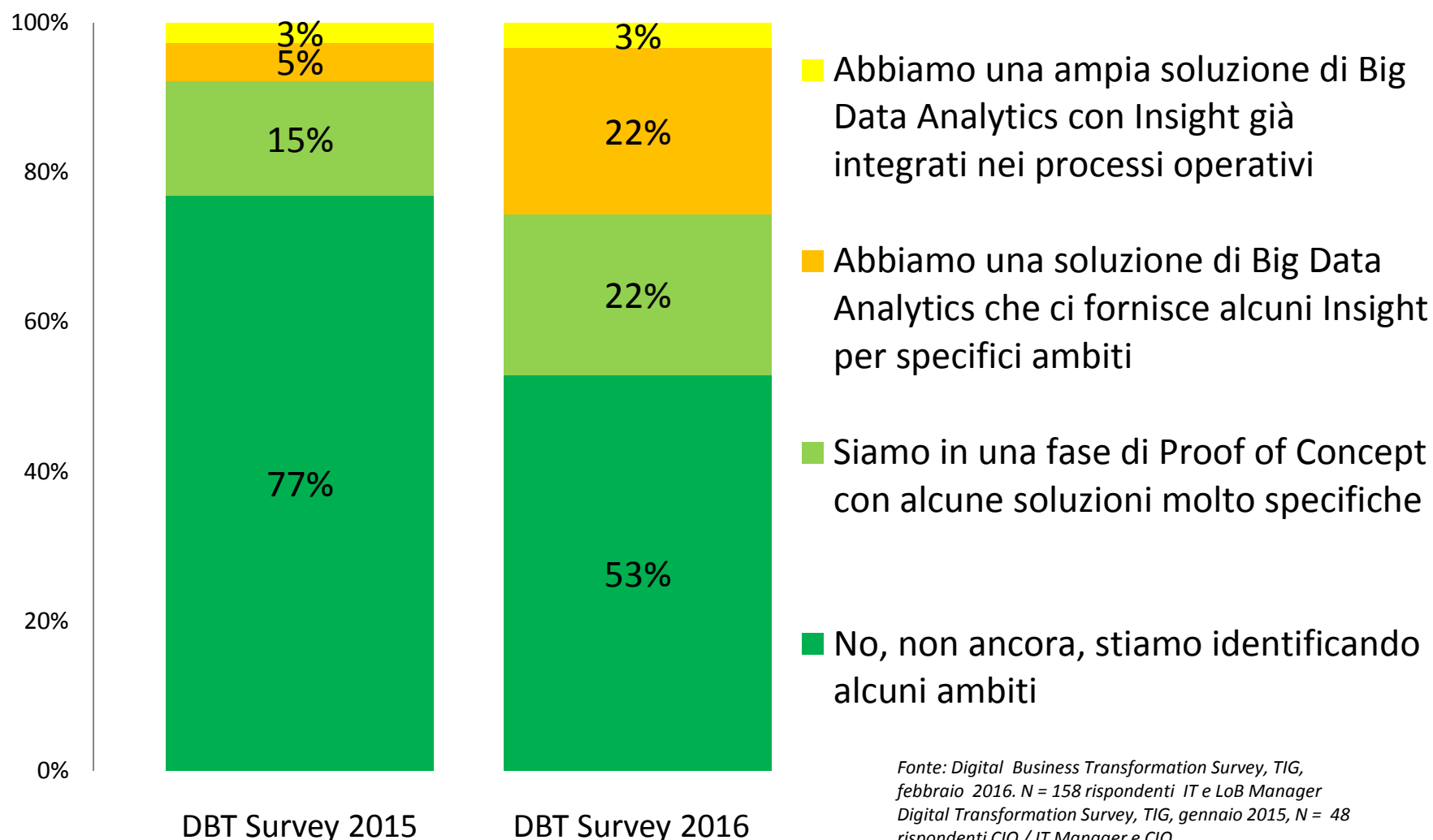
## ***IT Manager: Quali sono i vantaggi competitivi associati ad un approccio decisionale Data Driven***



Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e LoB Manager

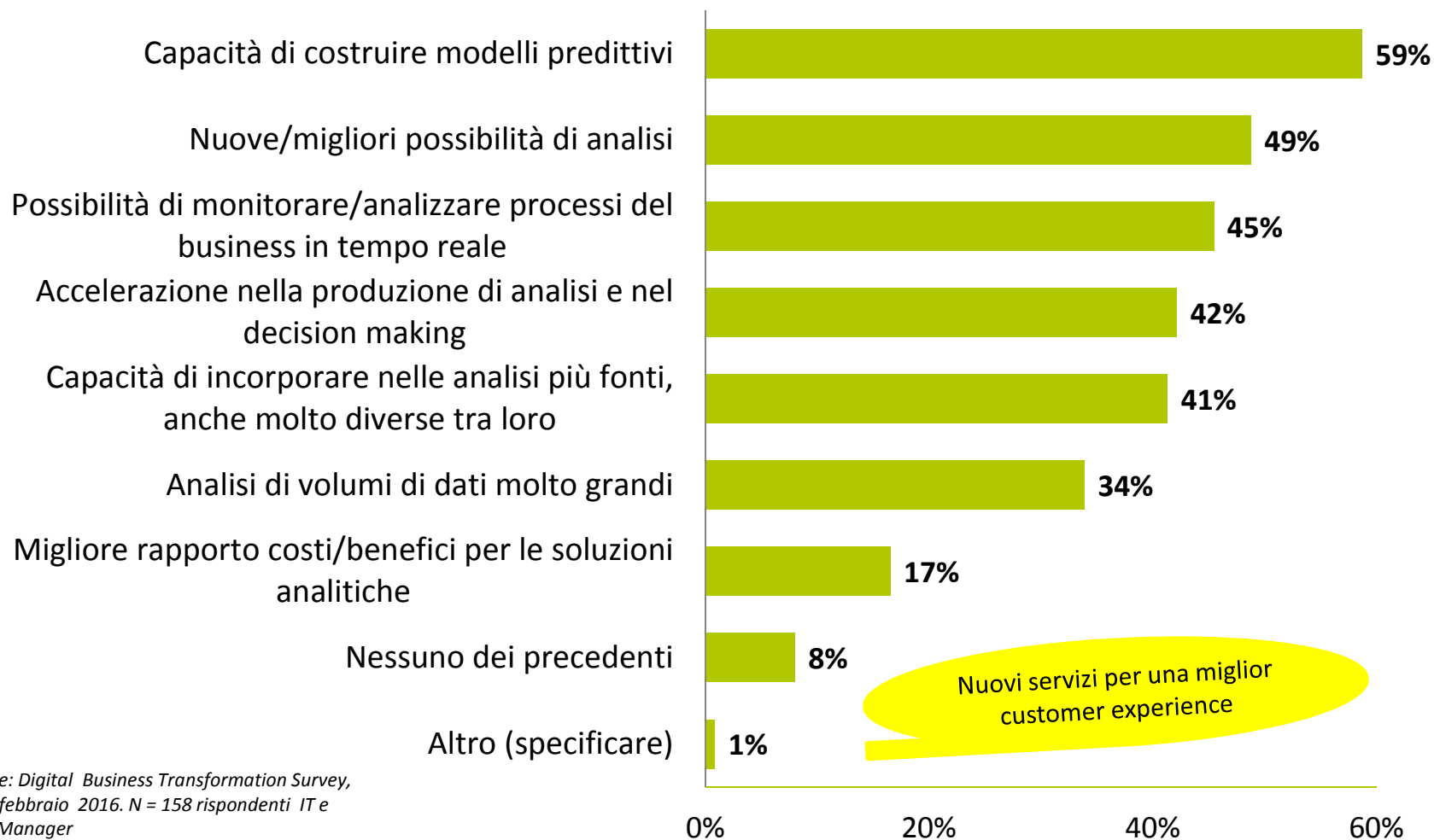
# Enterprise Big Data: molte nuove iniziative

## Avete iniziative Big Data Analytics in azienda?



# Big Data: quali opportunità offrono

## *Quali opportunità vedete utilizzando soluzioni Big Data?*



Fonte: Digital Business Transformation Survey,  
TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e  
LoB Manager

C) I principali vincoli nel realizzare progetti di DT con analytics e BIG data ?

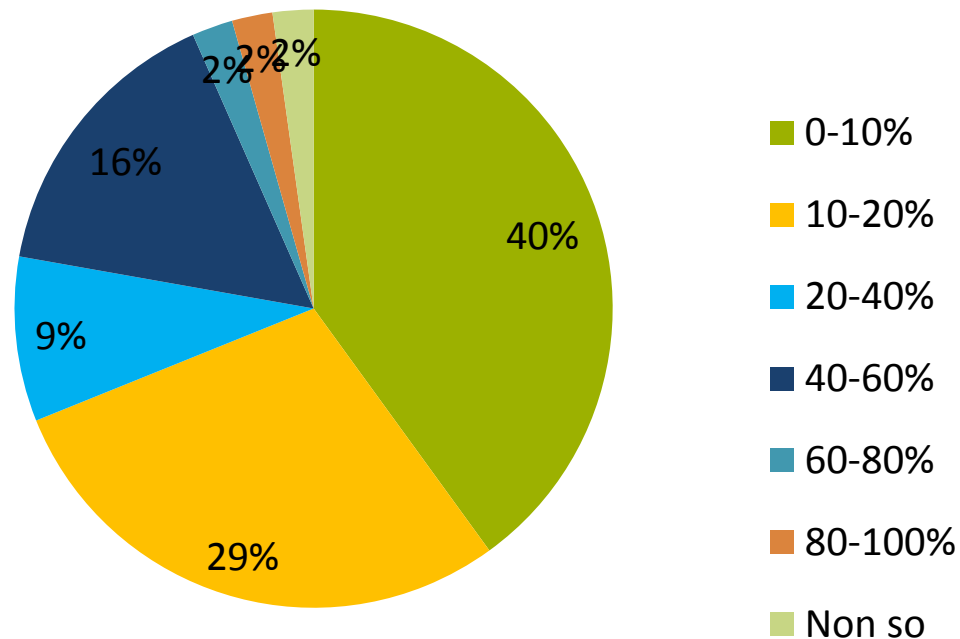
- 1 - Funding necessario per la loro realizzazione
- 2 - Difficoltà a dimostrare il ROI con un business case
- 3 - Disponibilità di Competenze ritenute critiche
- 4 - Commitment delle funzioni critiche da coinvolgere
- 5 - Road map non definita o poco chiaraB)

*Fonte: Digital Business Transformation Survey,  
TIG, febbraio 2016. N = 158 rispondenti IT e  
LoB Manager*



## Secondo l'IT aziendale: l'utilizzo di strumenti di Business Analytics ancora limitato a percentuali basse di dipendenti

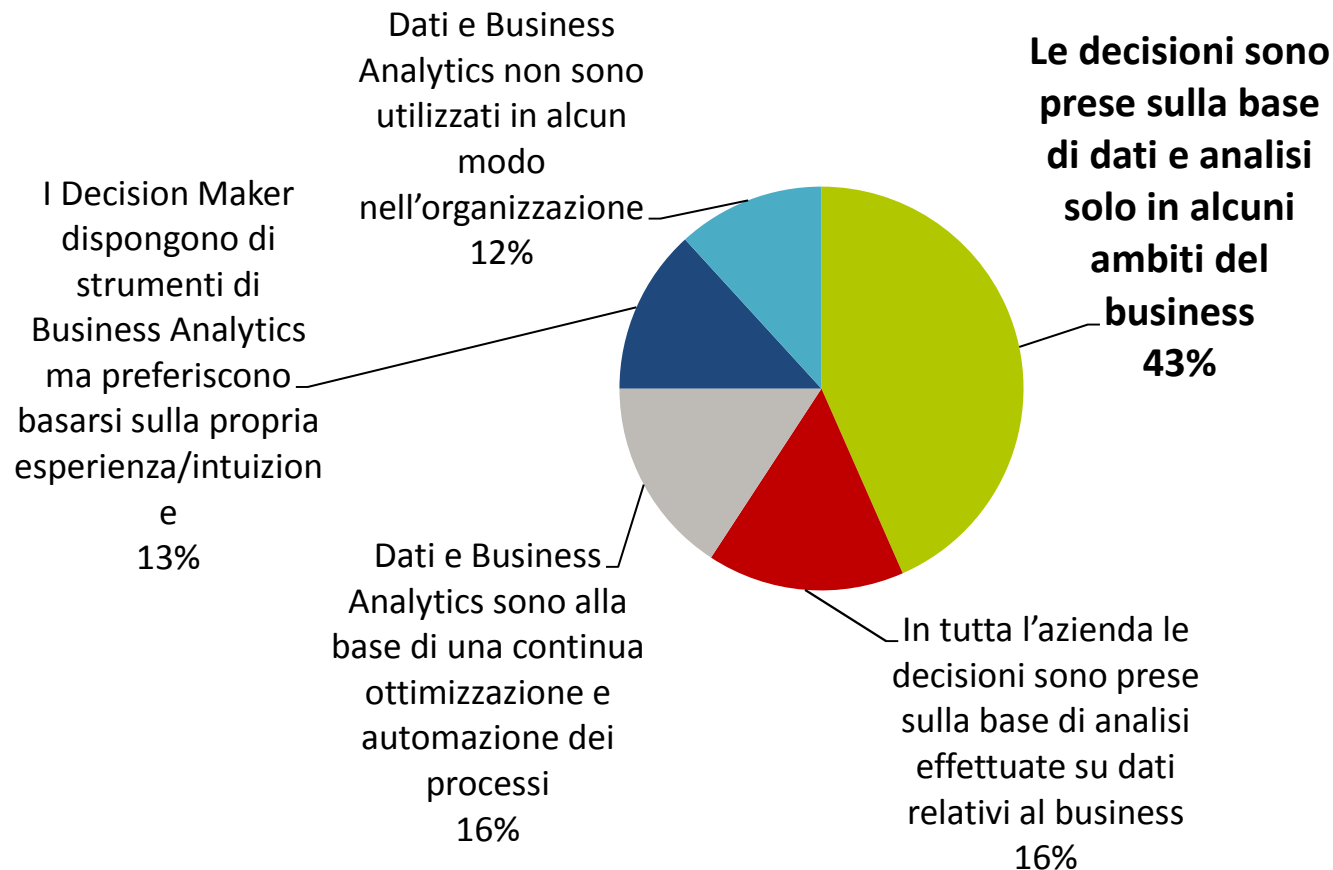
**Quante persone nell'organizzazione accedono a strumenti di Business Analytics (BA)?**



Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG,  
febbraio 2016. N = 59 rispondenti ICT Manager

## Secondo i Business Manager: si conferma un utilizzo limitato delle analisi sui dati del business

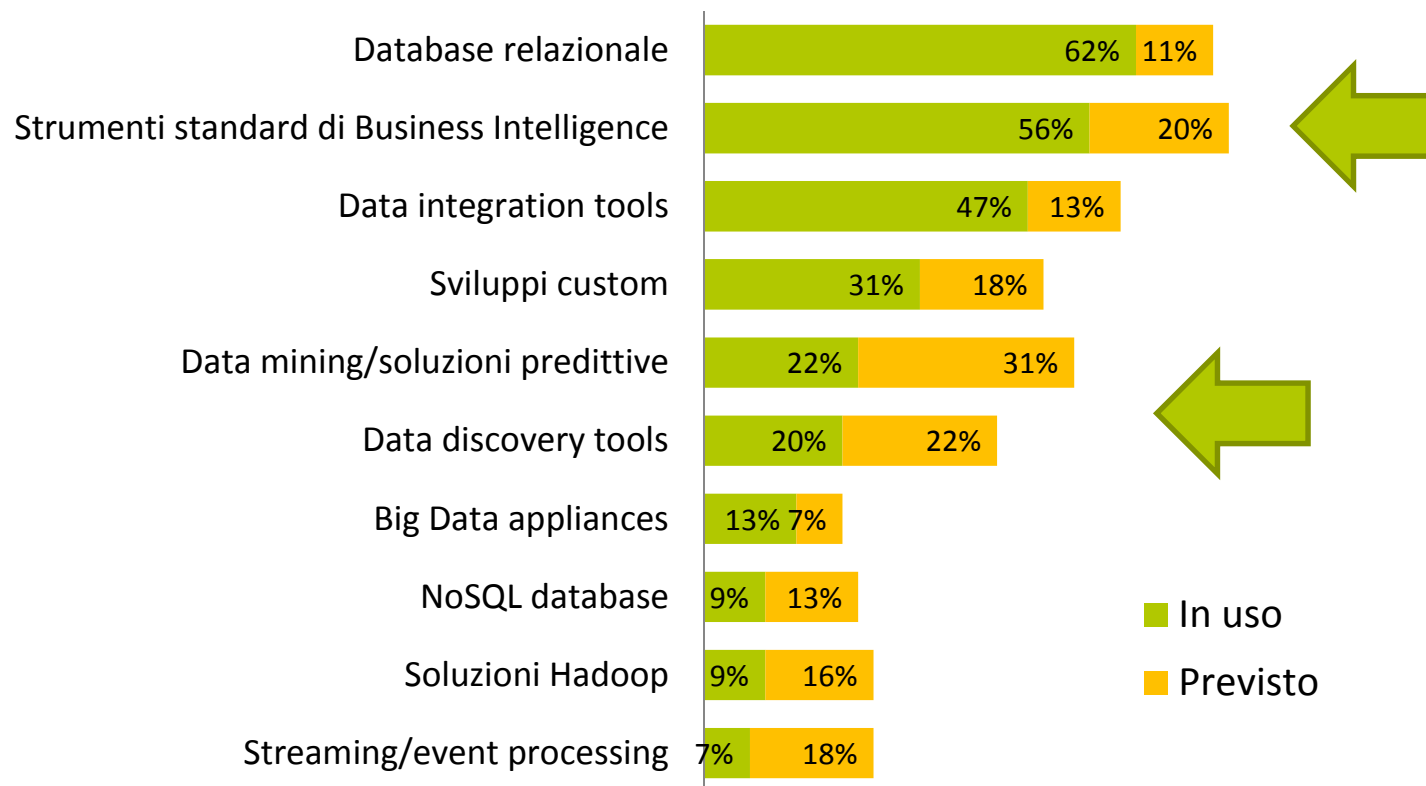
**Qual è l'approccio che avete con riferimento alle analisi su dati del business?**



Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG, febbraio 2016. N = 99 rispondenti LoB Manager

# Approccio *Data Driven*: i nuovi strumenti per la Business Analytics

**Quali delle seguenti tecnologie utilizzate/prevedete di utilizzare per la Business Analytics?**



Fonte: Digital Business Transformation Survey, TIG,  
febbraio 2016. N = 59 rispondenti ICT Manager

B ) Che valutazione date dei benefici attesi dagli investimenti in Analytics & BIG data ?

- 1 - I benefici attesi sono in linea o maggiori di quanto pianificato
- 2 - I benefici attesi sono minori di quelli attesi
- 3 - Non abbiamo quantificato i benefici attesi
- 4 - Non on sappiamo misurare i benefici ottenuti

# Modelli Operativi per la Gestione dei Big Data

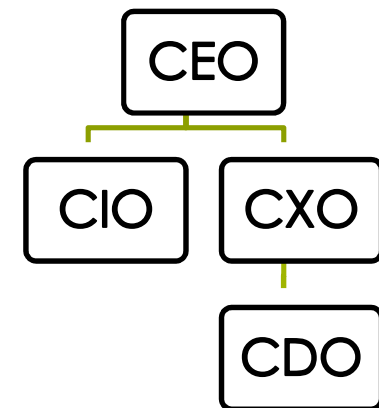
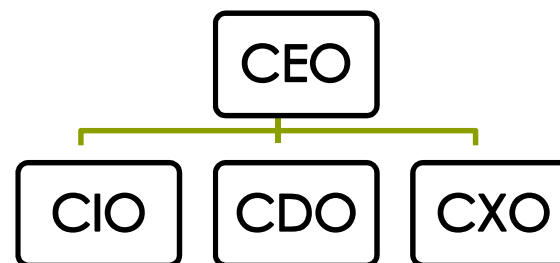
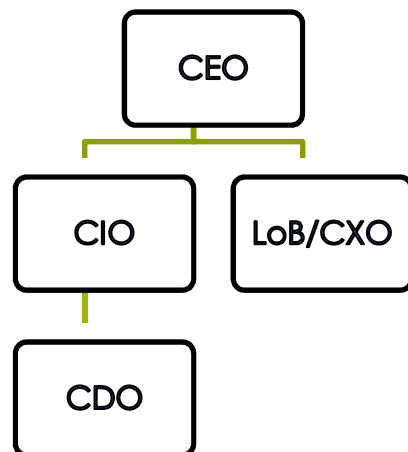
Fully Distributed  
*Decentralizzato*

Modello IT  
centralizzato  
*Stand Alone*

Modello Ibrido  
IT – LoB  
Coordinamento

Shared  
Centric Model

Posizionamento **CDO** (Chief Data Officer) vs **CIO**



# Profilo del Data Scientist

**Data  
Scientist**

```
graph LR; DS[Data Scientist] --- TDM[Technical Data Management]; DS --- MDM[Mathematics Data Modelling Statistics]; DS --- BA[Business Analysis];
```

Technical  
Data Management

Mathematics  
Data Modelling  
Statistics

Business Analysis



# Architetture e Tecnologie per Big Data Analytics : Quali approcci e livello dell'offerta

## Analytics Tools

Stream / event processing  
Data Mining  
BI/ Reporting

## Data Integration / Repository

SQL DB (DWH)  
No SQL DB  
In Memory DB  
...  
Operational Data

## Data Sourcing

Master Data Management System

## Infrastructure

Cloud  
On premisis  
Hybrid

## Front End Analytics

### Big Data Stock

Dati non strutturati

### BI Stock

Dati strutturati

## OUTSOURCING