

La Business Intelligence nella gestione strategica delle imprese



16 settembre 2025

- 1. Percezione della BI**
- 2. Orientamento all'investimento in BI**
- 3. Ambiti gestionali dove la BI genera maggiori vantaggi**
- 4. Condizioni cruciali per l'efficace utilizzazione della BI**

Percezione della Business Intelligence

01



1. Percezione della Business Intelligence

- Il **26%** non ha percezione corretta della BI
- Il 54% attribuisce alla BI importanza al massimo «media»
- Solo il 14% attribuisce massima importanza alla BI
- Il 40% non ha alcuna attività di BI e il 43% ha investito poco o nulla

- Le ragioni della «bassa o nulla importanza» (20%) attribuita alla BI
 - Altre priorità (35%)
 - Bastano info ottenute da interlocutori nel business (28%)
 - Imprenditori e manager sono molto esperti e da tempo nel business (33%)

- Solo il 27% realizza una attività completa di BI
 - Il 41% tra le imprese con 100 - 249 dipendenti

**NECESSARIA FORTE
AZIONE DI
SENSIBILIZZAZIONE**



Percezione del valore generato dalla Business Intelligence (1/1)

35%..... ha «altre priorità»

28% «bastano info ottenute da interlocutori business»

33% imprenditore/manager ha conoscenze sufficienti

Attenta segmentazione delle imprese target

Nella value proposition occorre chiarire:

- A **cosa serve** concretamente l'informazione prodotta da BI. **Per quali decisioni strategiche** offre un vantaggio consistente e **per quali ragioni** si assume che grazie a BI tali decisioni **risultino più efficaci**
- A quali attori aziendali BI offre il vantaggio di cui al punto precedente e in quali situazioni gestionali
- Fattori di **differenziazione** (qualità dell'algoritmo e dei dati-input)

Percezione del valore generato dalla Business Intelligence (1/2)

Chiarire come **numeri/info oggettivi** «facciano la differenza»
rispetto alla percezione approssimata di semplici «**ordini di grandezza**», anche se corretti

1

Individuare quale sia la «**granularità**» del dato utile per l'impresa



2

Valutare **problematiche tecniche** per offrire la granularità ricercata



3

Gestire possibile **trade-off** tra granularità, complessità tecnica e costi

2. Articolazione dell'offerta di BIQ

È essenziale che i potenziali utilizzatori percepiscano concretamente il valore generato da BIQ



Offerta di «prodotto-servizio»

Attività di formazione/assistenza consulenziale per «educare all'utilizzo» delle evidenze generate da BIQ



- Modulare l'erogazione del servizio formazione/consulenza tra servizio aggiuntivo e servizio «on demand» a pagamento
- Favorire l'effettiva fruizione del servizio, perché rilevante ai fini della percezione del valore
- Strategia di pricing dell'offerta complessiva



Creare condizioni organizzative per una adeguata valorizzazione del potenziale della BI e della BIQ

- Cultura gestionale
- Attitudine individuale
- Meccanismi gestionali
 - Sistemi di controllo
 - Risk management

Orientamento all'investimento in BI

02



2. Orientamento all'investimento in BI

- Il 44% ha investito abbastanza in BI e pensa **di investire di più nei prossimi anni**
- Del 43% che ha investito fino ad ora poco o nulla, **quasi il 15%** dichiara che nel 2025/26 **investirà in BI**

Motivi per i quali gli investimenti aumenteranno

- Avremo esigenza di **ampliare lo spettro delle tematiche** oggetto dell'attività di BI..... (41%)
- Nello stesso spettro di tematiche, abbiamo **esigenza di analisi più** approfondite..... (36%)
- Progettiamo di sfruttare la BI per **ampliare offerta commerciale** con servizi ad essa collegati..... (23%)

2. Orientamento all'investimento in BI

Le condizioni chiave per investire in maniera continuativa in BI

- Fornire dati ed evidenze concrete direttamente utilizzabili per decisioni manageriali (45%)
- Non richiedere investimenti ingenti (31%)
- Non richiedere complessità organizzativa (27%)

FORTE IMPATTO, IMMEDIATEZZA E BASSO COSTO

Comprensione del presente vs. previsione del futuro

- Importanza equilibrata (42,5%)
- Maggiore focus su comprensione del futuro..... (42%)

BI «PREDITTIVA»

2. Modalità di investimento in BI

Le ragioni del nullo o scarso investimento in BI (43%)

- Mancanza di risorse (41%)
- Mancanza di competenze o non saprebbe come sfruttare i risultati BI (49%)

Importanza attribuita alla **formazione interna** per utilizzare al meglio BI

- Alta o massima (61%)
- Media (32%)
- Nulla o bassa (7%)

Importanza attribuita alla **consulenza esterna** per utilizzare al meglio BI

- Alta o massima (49%)
- Media (35%)
- Nulla o bassa (16%)

È ESSENZIALE

«ACCOMPAGNAMENTO»

IMPRESE

**FORTE RILIEVO ATTRIBUITO
ALLA FORMAZIONE
E IMPORTANZA DI SUPPORTO
CONSULENZIALE**

Ambiti gestionali dove la BI da maggiori vantaggi

03



4. Ambiti gestionali dove la BI dà maggiori vantaggi

Tematiche interne dove l'utilizzo della BI dà i maggiori vantaggi

- **Efficacia delle attuali strategie** competitive e commerciali 51%
- **Andamento dei costi** dei principali fattori della produzione e marginalità aree di business 49%
- **Competenze distintive disponibili** all'interno dell'azienda e livello di innovazione 35%
- **Posizione economico-finanziaria** dell'azienda e relazioni con i finanziatori 26%
- **Performance ambientali e sociali** dell'azienda 25%

4. Ambiti gestionali dove la BI dà maggiori vantaggi

Tematiche esterne dove l'utilizzo della BI dà i maggiori vantaggi

- **Posizione di mercato** dell'azienda rispetto ai concorrenti 47%
- Fattori di **competitività dei concorrenti diretti** e loro potenzialità future 39%
- **Caratteristiche** ed evoluzione dei segmenti di **clienti potenziali** 32%
- Andamento del **mercato del lavoro** e relative politiche 26%
- **Evoluzione** delle principali **variabili economiche** (inflazione, tassi di cambio, tassi) 25%
- **Dinamica dei principali rischi** ambientali, di compliance e di business per il settore 25%



**PREVALENZA
DELLA
PROSPETTIVA
STRATEGICA**

Condizioni cruciali per l'efficace utilizzazione della BI

04



4. Ostacoli alla efficace utilizzazione della BI

Problematiche più rilevanti che ostacolano un'efficace attività di BI (tutto il campione)

Mancanza di una funzione organizzativa responsabile dell'attività di BI	29%
Elevata rapidità dei cambiamenti e quindi scarsa attendibilità dei risultati dell'attività di BI	26%
Incertezza sulla attendibilità e completezza dei risultati prodotti dall'attività di BI	19%
Difficoltà del management ad utilizzare effettivamente i risultati dell'attività di BI	19%
Non completa disponibilità o difficile reperibilità dei dati aziendali necessari	17%
Nessuno	19%

4. Due “*big issues*” tecniche: la qualità del dato

L'utilizzazione di dati di qualità è un
Fattore critico di successo dell'offerta di BI



Le determinanti la qualità del dato

- Accuratezza
- Completezza
- Tempestività
- Rilevanza
- Attendibilità
- Coerenza tra le fonti
- Accessibilità

DATI

Interni

- Fonte aziendale
- Modalità di rilevazione interna
- Modalità di trasmissione
- Periodicità

Esterni

- Fonti proprietarie
- Fonti terze a pagamento
- Fonti statistiche ufficiali

4. Due “*big issues*” tecniche: la user experience

La User Experience (UX) è un altro
Fattore critico di successo dell’offerta di BI



**Coinvolgimento di potenziali utilizzatori per
testare le soluzioni di UX**

Semplifica la comprensione e l’utilizzo

Riduce la necessità di supporto

Ottimizza l’interpretazione dei risultati

Grazie dell'attenzione

Luiss
Business
School

