

White Paper

Come sfruttare i dati per migliorare i risultati di business: acquisizione e fidelizzazione dei clienti

Di Nik Rouda, Senior Analyst, e Leah Matuson, Research Analyst

Dicembre 2015

Il presente white paper ESG è stato commissionato da Hewlett-Packard Enterprise ed è distribuito su licenza da ESG.

Sommario

Perché l'eccellenza IT è importante.....	3
Elenco di controllo per uno sfruttamento più efficace dei dati a scopo di business	6
Delineare un percorso di comprensione più efficace migliorando l'accesso ai dati	6
Utilizzare l'integrazione dei dati per delineare un quadro più chiaro	6
Configurare la protezione dei dati per garantire la sicurezza IT.....	6
Considerare tutte le persone coinvolte nell'analisi dei dati e nella Business Intelligence (BI)	7
Una verità incontestabile: approcci e requisiti comuni per le iniziative IT	7

Tutti i nomi dei marchi sono di proprietà delle rispettive società titolari. Le informazioni contenute nella presente pubblicazione provengono da fonti che Enterprise Strategy Group (ESG) considera attendibili, ma non sono garantite da ESG. La presente pubblicazione può contenere opinioni di ESG suscettibili di modifiche nel tempo. La presente pubblicazione è protetta da copyright di Enterprise Strategy Group, Inc. Qualsiasi riproduzione o ridistribuzione della stessa, completa o parziale, in forma stampata, elettronica o di altro tipo a persone non autorizzate a riceverla, senza l'esplicito consenso di Enterprise Strategy Group, Inc., costituisce una violazione della legge degli Stati Uniti sul copyright e sarà perseguibile con azione civile per risarcimento danni e, dove applicabile, con azione penale. Per qualsiasi domanda contattare ESG Client Relations al numero 508.482.0188.

Perché l'eccellenza IT è importante

Quattro modi per integrare i dati e aiutare l'azienda ad acquisire e fidelizzare i clienti: guida per le piccole e medie imprese

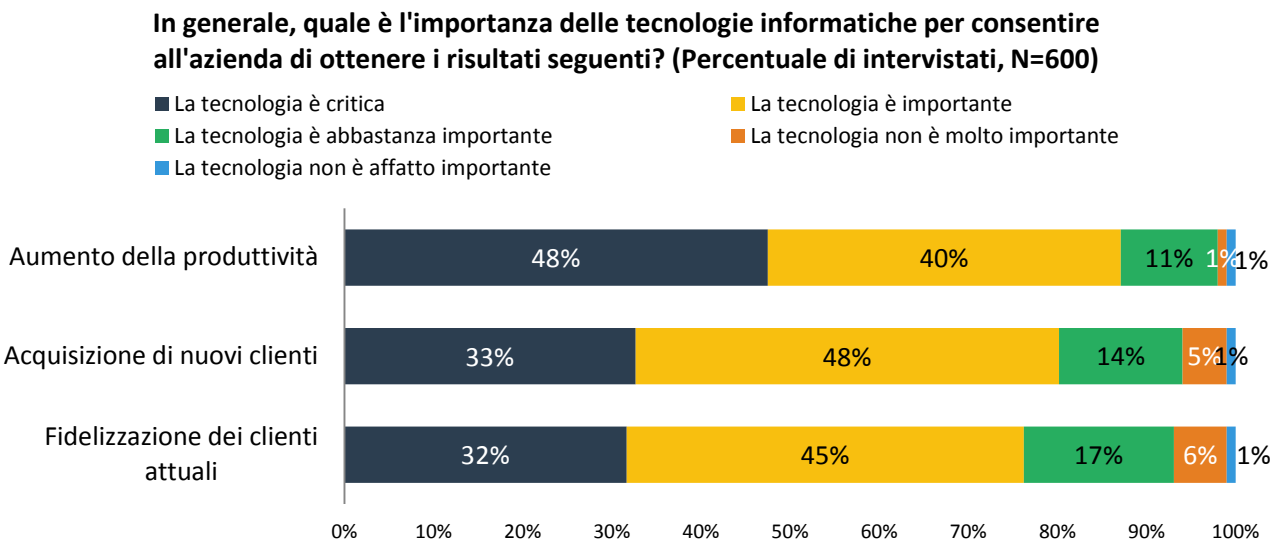
Oggi molti fornitori IT concentrano le proprie iniziative sulle aziende di grandi dimensioni perché ritengono che siano clienti più redditizi. Anche se queste aziende possono contare su uno staff IT più ampio e budget superiori, la maggior parte delle imprese (piccole, medie o grandi) deve affrontare le stesse problematiche universali, oltre che sfruttare l'IT per battere la concorrenza.

Un'area altamente problematica in cui l'IT può fare una notevole differenza è costituita dall'acquisizione e dalla fidelizzazione dei clienti.

ESG ha condotto di recente un sondaggio sponsorizzato da Hewlett Packard Enterprise (HPE) tra i responsabili delle decisioni IT e di business delle piccole e medie imprese (PMI) di tutto il mondo e di tutti i settori, come produzione, servizi finanziari e commerciali, informatica e vendita al dettaglio. Il sondaggio aveva lo scopo di analizzare l'atteggiamento degli intervistati nei confronti dell'utilizzo della tecnologia per aumentare la produttività, acquisire e fidelizzare i clienti e raggiungere altri obiettivi di business (Figura 1).¹

TECNOLOGIA: dalla ricerca ESG è emerso che, in relazione all'acquisizione di nuovi clienti, per più dell'80% degli intervistati la tecnologia svolge un ruolo importante o addirittura critico, e un numero altrettanto elevato di intervistati attribuisce alla tecnologia un ruolo critico per la idealizzazione dei clienti.

Figura 1. *Impatto dell'IT sugli obiettivi di business per le PMI*



Fonte: Enterprise Strategy Group, 2015.

ANALISI DEI DATI: è ragionevole ritenere che le aziende incapaci di offrire prodotti migliori e coinvolgere i clienti, semplificando al tempo stesso le operazioni, si troveranno notevolmente svantaggiate. Confrontate Amazon e Walmart con la libreria all'angolo e il supermercato del vostro quartiere. Queste piccole aziende individuali non stanno perdendo terreno a causa delle dimensioni, ma per la mancanza delle necessarie capacità di business.

Cosa devono fare, quindi, le PMI per acquisire e fidelizzare i clienti? Devono analizzare i dati, aumentare la qualità di prodotti e servizi, migliorare il supporto e l'assistenza forniti ai clienti, entrare in nuovi mercati, incrementare l'attività di marketing, ecc.? Occorre fare tutte queste e altre cose (Figura 2)?² Alcune di queste strategie riguardano ampiamente i team IT e di analisi (analisi dei dati e BI, sviluppo di applicazioni, gestione dei database e così via),

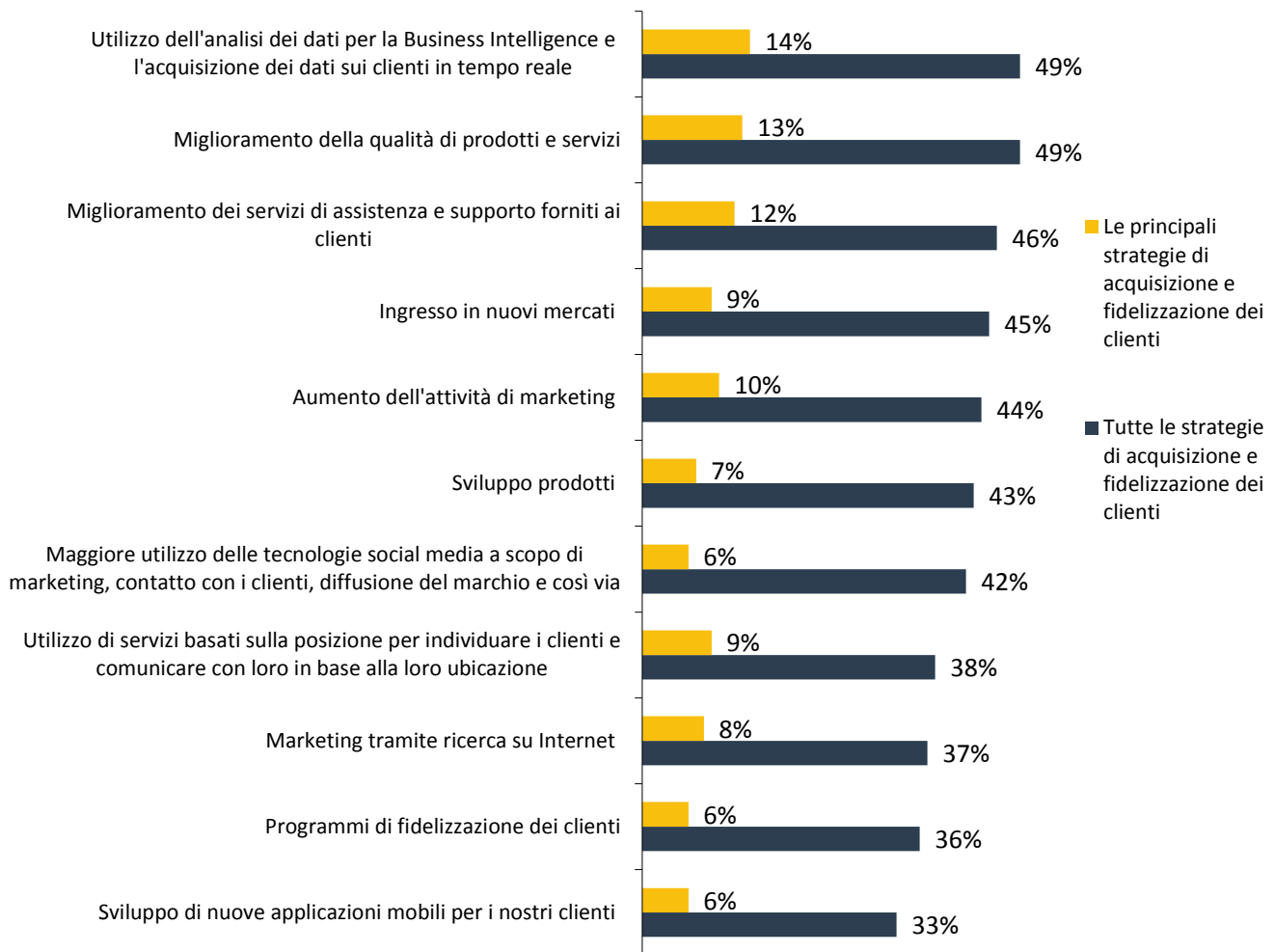
¹ Fonte: ESG Research, *Global SMB Technology and Business Trends Survey*, agosto 2015.

² Ibid.

mentre altre dipendono dall'IT ma sono gestite dal personale commerciale. I venditori, così come i sistemi di vendita, hanno bisogno di lead qualificati e profili dei clienti. Gli addetti al marketing devono definire le offerte, identificare gruppi in base al comportamento e scegliere i profili target, quindi raggiungere queste persone con i propri messaggi attraverso canali economicamente convenienti. Per la creazione di tali profili è utile accedere a sistemi CRM, record del supporto tecnico, record di contabilità e social media. L'utilizzo di tattiche e promozioni di marketing non mirate può essere costoso e inefficace, determinando uno spreco enorme.

Figura 2. Strategie per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti

Quale delle seguenti strategie utilizza la vostra azienda per acquisire e fidelizzare i clienti? Qual è la strategia singola più importante per consentire all'azienda di acquisire e fidelizzare i clienti? (Percentuale di intervistati, N=600)



Fonte: Enterprise Strategy Group, 2015.

Quasi la metà delle persone intervistate da ESG (49%) ha dichiarato che la propria strategia di acquisizione e fidelizzazione dei clienti prevede l'uso dell'analisi dei dati per il business in tempo reale, mentre il 14% ritiene che l'analisi dei dati costituisca la strategia singola più importante.

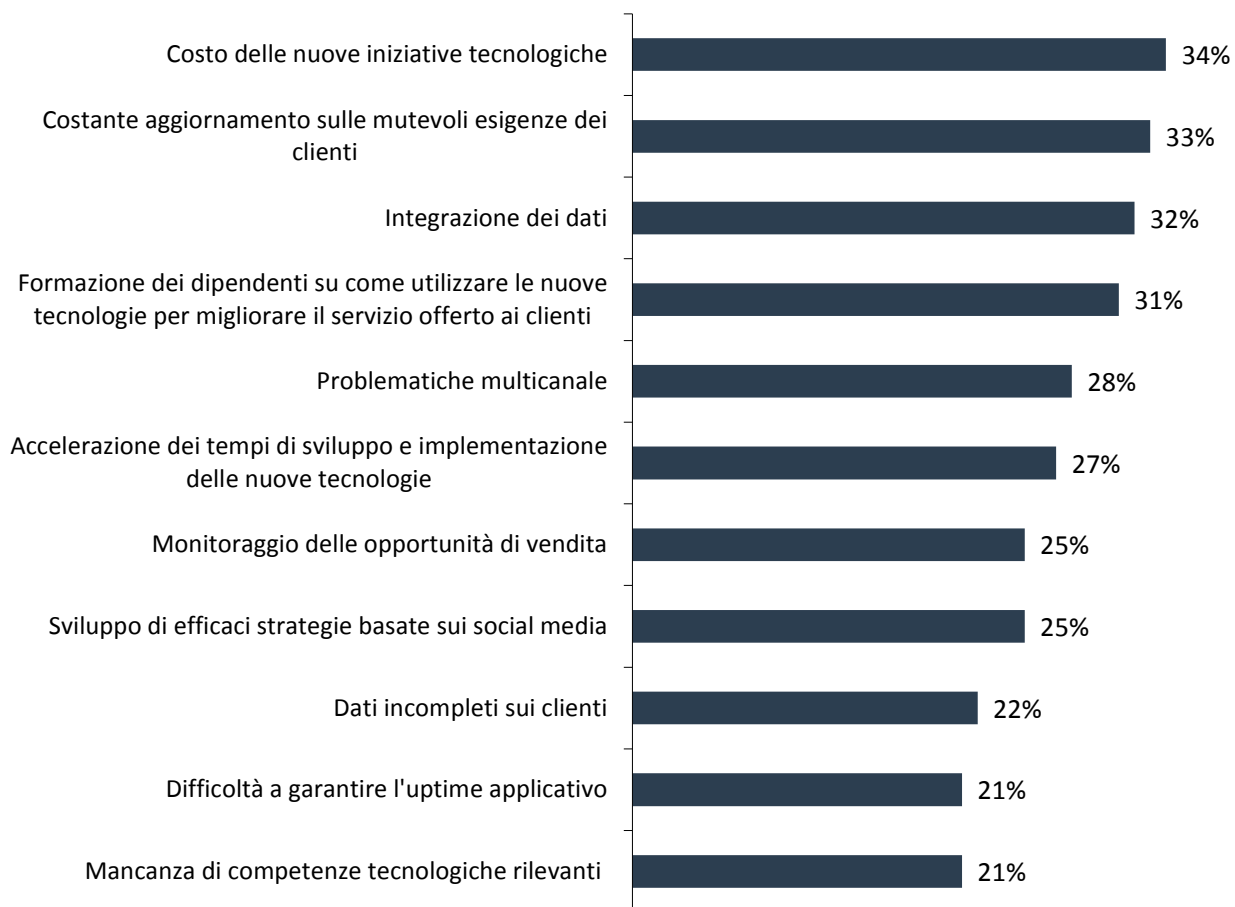
QUALITÀ DI PRODOTTI E SERVIZI: quasi la metà degli intervistati (49%) ha inoltre inserito il miglioramento della qualità di prodotti e servizi tra le strategie principali, mentre il 13% ritiene che il miglioramento della qualità di prodotti e servizi costituisca la strategia più importante. La terza strategia più ricorrente (46% degli intervistati) per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti è costituita dal miglioramento dei servizi di supporto e assistenza. Nonostante il clamore suscitato dalle applicazioni mobili, questa strategia occupa una posizione relativamente bassa nella classifica.

Dal momento che l'analisi di business avanzata fornisce alle aziende un vantaggio competitivo nell'acquisizione e nella fidelizzazione di nuovi clienti, non sorprende che molte PMI abbiano scelto di adottare questa strategia. L'uso dell'analisi per la Business Intelligence e la raccolta di informazioni dettagliate sui clienti costituisce una strategia essenziale, se non la più importante, per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti.

Sostanzialmente, qualunque nuova iniziativa IT deve essere allineata a una funzione o attività di business. Per essere utile, se non fondamentale per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti, l'IT deve pertanto supportare la strategia di business con maggiori iniziative di analisi, partecipando attivamente al miglioramento della qualità di prodotti e servizi e contribuendo a fornire un servizio di assistenza e supporto clienti più efficace ed efficiente.

Figura 3. Problematiche IT relative all'acquisizione e alla fidelizzazione dei clienti

Quali sono le principali problematiche IT correlate alle iniziative aziendali per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti? (Percentuale degli intervistati, N=600, massimo cinque risposte)



Fonte: Enterprise Strategy Group, 2015.

Per garantire il successo di un'iniziativa IT occorre affrontare numerose problematiche, alcune correlate al budget, altre alla complessità e altre ancora alla velocità del cambiamento (Figura 3).³ Nonostante tutte queste problematiche, l'esigenza di aumentare la propria competitività e al tempo stesso continuare ad acquisire e fidelizzare i clienti è sempre presente.

³ Ibid.

Elenco di controllo per uno sfruttamento più efficace dei dati a scopo di business

Delineare un percorso di comprensione più efficace migliorando l'accesso ai dati

Per iniziare il piano, chiedetevi innanzitutto quali problemi di business dovete affrontare e risolvere per primi. Informazioni dettagliate sugli acquisti dei clienti attuali, tendenze di mercato, informazioni dettagliate sul costo o la qualità dei prodotti, analisi del magazzino e così via.

Per consentire l'accesso alle informazioni dettagliate sul business, occorre considerare innanzitutto l'utente finale. Identificate le domande a cui è più utile rispondere per i vari ruoli e le diverse aree del business, quindi determinate le modalità di accesso a tali informazioni da parte degli utenti. Il vostro target sono dirigenti, analisti o dipendenti generici? Intendete realizzare applicazioni di Business Intelligence personalizzate o acquistare varianti di applicazioni software esistenti, come un sistema CRM? Pensate di sviluppare dashboard comuni preconfigurati? Volete fornire ai dipendenti strumenti BI self-service? Tali strumenti devono essere facili da usare solo sul computer della sede centrale o anche sui dispositivi mobili delle sedi staccate? La modalità di implementazione della soluzione dipende in modo sostanziale da come intendete fornire i vostri servizi ai destinatari. Come regola generale, ogni persona deve avere accesso immediato ai dati correnti necessari per svolgere più efficacemente il proprio lavoro, ma non di più.

Utilizzare l'integrazione dei dati per delineare un quadro più chiaro

Configurate l'integrazione dei dati in modo da comprendere in modo più chiaro e approfondito il problema da risolvere. Per una visione più completa, occorre integrare tra loro molte origini dati diverse. Tutti i repository, inclusi database, data warehouse, analisi e Business Intelligence, devono essere strettamente interconnessi. Occorre normalizzare standard e definizione dei dati tra tutte le origini disponibili. Questo compito viene in genere affidato a un data steward, pertanto può essere necessario delegarlo a qualcun altro. Per ottenere dati veramente utili, è necessario incrementare meccanismi che consentano di raccoglierci, prepararli, integrarli e controllarne la qualità. Può risultare estremamente utile anche l'integrazione di altre fonti esterne, dal meteo al traffico, dai social media ai record dei clienti di terze parti e dai documenti pubblici ai database governativi. Queste origini forniscono una visione multidimensionale chiaramente definita di un'ampia varietà di dati, anziché una semplice osservazione mirata da un singolo punto di vista aziendale. Occorre valutare seriamente se un data lake gestito non possa costituire un repository centralizzato più economico per l'analisi.

Configurare la protezione dei dati per garantire la sicurezza IT

Il problema della protezione dei dati può essere affrontato da vari punti di vista. L'approccio adottato deve includere come minimo il backup dei dati, fondamentale per garantire che le informazioni essenziali non vengano perse in caso di guasto hardware, problema software o errore degli utenti. Volendo fare un passo in più, è possibile delineare piani di business continuity e ripristino di emergenza per aumentare la protezione dei dati e garantire il funzionamento dell'intera organizzazione anche in condizioni insolite o estreme.

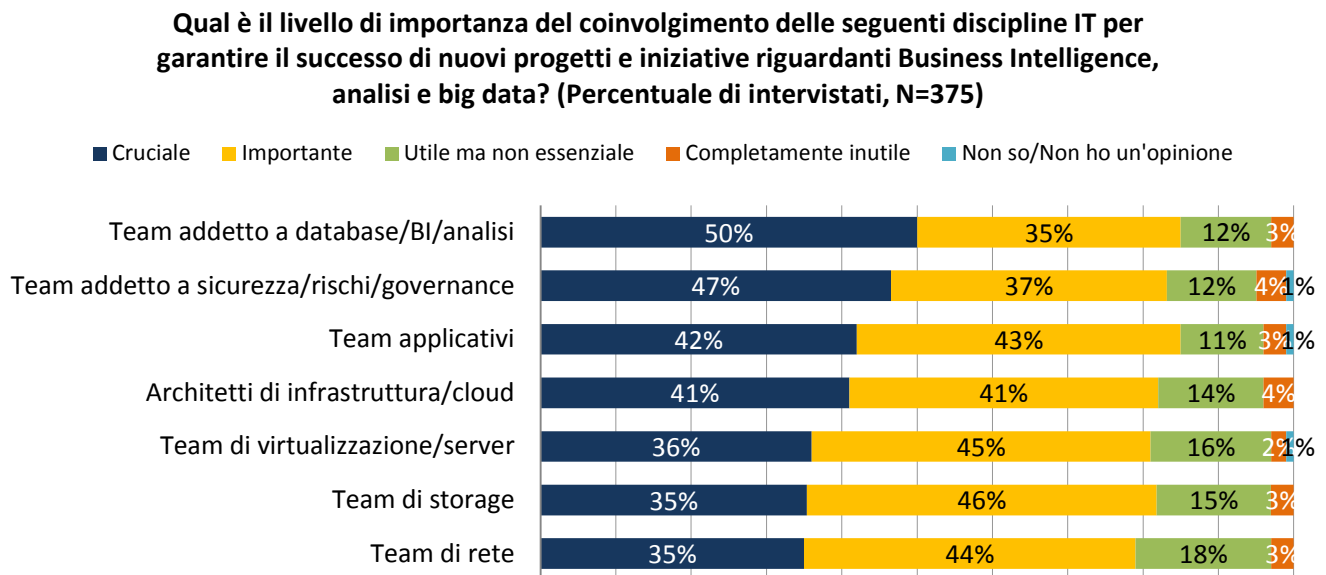
La protezione dei dati può essere vista anche come un singolo approccio che include sicurezza, privacy e governance. Sono tutti requisiti importanti, che possono essere imposti da leggi governative, standard/linee guida di settore o dalla semplice prudenza di base. Create un inventario e catalogate tutti i dati dell'azienda che vengono condivisi con i partner, ricordando che possono esistere più copie degli stessi dati sensibili. La gestione e la sicurezza della rete sono due aspetti critici dell'infrastruttura IT di ogni azienda. Con l'aumento della diversificazione e del numero dei dispositivi BYOD attualmente utilizzati dalla forza lavoro, l'onnipresenza del Wi-Fi e la possibilità di effettuare transazioni sempre e ovunque, le aziende devono vigilare costantemente per proteggersi dai rischi continui generati da un panorama di minacce sempre più pericoloso.



Considerare tutte le persone coinvolte nell'analisi dei dati e nella Business Intelligence (BI)

Per migliorare le iniziative di BI, analisi o big data, è necessario un lavoro multidisciplinare, perché il successo dell'iniziativa dipende da una serie di team a vari livelli dell'organizzazione. La pianificazione e la fornitura non riguardano solo i team responsabili di database e analisi. In genere, sono chiamati a partecipare tutti i gruppi principali all'interno del reparto IT (Figura 4).⁴ A sostegno delle affermazioni precedenti, più di tre quarti degli intervistati da ESG ha dichiarato che i team di sicurezza, applicazioni, infrastruttura, cloud, server, storage e/o rete svolgono un ruolo importante o cruciale. Questo livello di collaborazione è insolito per qualsiasi area dell'IT, ma impone di collaborare oltre i confini delle organizzazioni, con modalità un tempo impensabili. Per evitare ritardi di implementazione dei nuovi progetti, occorre pianificare comunicazioni extra e punti di controllo dettagliati, perché potrebbe essere la prima volta che questi gruppi lavorano insieme per raggiungere un obiettivo estremamente complesso e interdependente.

Figura 4. *Importanza del coinvolgimento dei gruppi IT nei nuovi progetti di Business Intelligence, analisi e big data*



Fonte: Enterprise Strategy Group, 2015.

Una verità incontestabile: approcci e requisiti comuni per le iniziative IT

Gli ambienti aziendali di oggi sono più problematici che mai. Condizioni di mercato in rapida evoluzione, introduzione continua di applicazioni più avanzate e complesse, proliferazione di dispositivi sempre più diversificati e un panorama di minacce sempre più rischioso. Che cosa hanno in comune tutte queste problematiche? Stanno dando vita a nuove iniziative IT, che richiedono tutte un livello senza precedenti di integrazione dei dati e accesso alle informazioni. Oltre a questo, l'IT deve assicurare che tutti i dati saranno protetti 24 ore al giorno per 7 giorni la settimana, fornendo i dati di tutte le persone giuste indipendentemente dalla posizione dell'utente finale (protetta dal firewall aziendale o sul campo). Ecco tre iniziative IT comuni che influiscono sui risultati di business:

⁴ Fonte: ESG Research Report, [Enterprise Data Analytics Trends: Market Drivers, Organizational Dynamics, and Customer Expectations](#), maggio 2014.

Accesso ai dati

L'accesso ai dati costituisce l'elemento centrale di qualunque impresa. Il giusto livello di accesso alle informazioni giuste garantisce la produttività dei gruppi interni a tutti i livelli dell'organizzazione (utenti finali, sviluppatori, marketing, amministrazione, HR e così via). Senza l'accesso ai dati, il business può rallentare o bloccarsi del tutto. Che cosa succede se i clienti attuali o potenziali e i partner non riescono ad accedere alle informazioni necessarie quando ne hanno bisogno? Qualunque ritardo nell'accesso ai dati o nella fornitura delle analisi può influire direttamente sul fatturato, sui profitti e sulla soddisfazione dei clienti.

Integrazione dei dati

La disponibilità di un'enorme quantità di dati non è di alcun aiuto se tali dati risiedono in silo isolati e un solo gruppo dell'organizzazione può vedere e consultare informazioni che potrebbero migliorare la produttività a tutti i livelli dell'azienda. Le aziende avvertono sempre più il bisogno di trarre conclusioni collegando dati provenienti da una vasta gamma di origini, quali sistemi CRM, database di marketing, sistemi di fatturazione, supporto tecnico e persino servizi dati esterni. Tali dati potrebbero non essere immediatamente compatibili, pertanto è fondamentale organizzarli e combinarli in modo appropriato.

Protezione dei dati

L'accesso ai dati è fondamentale per garantire il funzionamento del business, ma la protezione è altrettanto importante. Le organizzazioni devono essere costantemente attente alla protezione dei dati sensibili, soprattutto con la crescente diffusione di dispositivi mobili e social media. Una protezione errata o insufficiente può esporre l'azienda tanto agli attacchi esterni quanto alle minacce interne accidentali, come l'apertura di e-mail infettate dal malware o l'accesso a siti Web sbagliati. Che l'attacco abbia origine all'esterno del firewall aziendale o all'interno della rete, tali incidenti possono determinare la compromissione dei dati, la violazione delle informazioni, attacchi DoS (Denial-of-Service) o conseguenze ancora peggiori.

In sintesi: sfruttare i dati di business è fondamentale per il successo dell'azienda. HPE ha compreso appieno l'importanza di questo aspetto per la vostra azienda, e offre molte tecnologie di componenti e soluzioni completamente integrate per consentirvi di raggiungere con successo risultati di business come l'acquisizione di nuovi clienti e la fidelizzazione di quelli attuali. Per ulteriori informazioni visitate il sito:

www.hpe.com/info/justrightit-grow



Enterprise Strategy Group | **Getting to the bigger truth.**