

Méthode, il partner per le business, advanced & predictive analytics

Da dieci anni l'azienda lavora con i propri clienti in progetti di business e advanced analytics: un successo raggiunto grazie a specializzazione e approccio innovativo. Ora, la nuova sfida: l'analitica predittiva nei processi aziendali **di Michele Lovati**



Diego Sossai presidente di Méthode

Il 3 luglio, nel suggestivo contesto del castello di San Salvatore a Susegana (Treviso), **Méthode** (www.methode.it) ha festeggiato i suoi primi dieci anni insieme ai principali partner e clienti. È stata l'occasione per ripercorrere l'evoluzione dell'azienda, che in questi anni ha saputo innovarsi e accrescere le proprie competenze, di pari passo con l'evoluzione dei processi aziendali e delle soluzioni tecnologiche a disposizione: business analytics, advanced & predictive analytics, performance management, data discovery, big data. Ci dice **Diego Sossai, presidente di Méthode**: «Negli anni, abbiamo accumulato una notevole esperienza in tutti gli ambiti della BI. Con i progetti che sviluppiamo, i nostri clienti sono in grado di raccogliere le informazioni, valutarle, ipotizzare diversi scenari, ed elaborare la migliore decisione possibile in tempi brevissimi, ottenendo non dati, ma informazioni, in decimi di secondo, in linea con quanto richiesto dal mercato. Il nostro punto di forza, vero valore aggiunto, è la capacità di portare innovazione all'interno dei processi».

PEOPLE FIRST

I clienti Méthode apprezzano la capacità di proporre soluzioni all'avanguardia, che portino nel business miglioramenti di performance, funzionalità e accessibilità; l'orientamento all'innovazione; la competenza delle risorse: quaranta collaboratori giovani, preparati, continuamente formati. Ci dice in proposito Sossai: «Per noi, *People first* non è uno slogan, ma un valore che vogliamo mantenere vivo, sia tra collaboratori, sia nei rapporti con partner e clienti: le persone, in Méthode, formano una squadra. L'obiettivo comune è mettere a disposizione degli utenti di business le migliori tecnologie, e dare loro strumenti completi, efficaci ed efficienti: non vogliamo accontentarci di fare le cose bene, vogliamo provare a farle meglio degli altri, puntiamo sempre all'eccellenza».

ANALYTICS BREAKTHROUGH

Da un lato, oggi i clienti richiedono risposte sempre più complete e rapide, dall'altro, la notevole evoluzione tecnologica degli ultimi anni ha abilitato soluzioni poco fa impensabili. Siamo a un punto di svolta, indentificato da Méthode con il termine *Analytics Breakthrough*. Spiega Sossai: «La BI ci ha permesso e ci permetterà di leggere informazioni nell'attimo successivo ai fatti. Ora la nuova sfida, di fatto già iniziata anche se per molti non ancora palese, è l'introduzione delle predictive analytics all'interno dei processi: la possibilità di "pre-dire" cosa accadrà, associandone la probabilità che questa stessa cosa accada. Alcuni strumenti già disponibili, come SAP InfiniteInsight, sono in grado di creare in modo automatico e ottimizzato modelli di predizione utilizzabili

da subito nei processi di business; si prendono in esame i dati storici (gli archivi ne sono pieni...), e "si vedono in anticipo" i comportamenti e gli andamenti futuri».

IL CORAGGIO

DI APRIRE E INNOVARE I PROCESSI

A parte alcuni ambiti (energy, telco, banking & insurance su tutti), oggi l'analisi predittiva non è quasi per nulla diffusa. Ci sono invece settori (manufacturing, retail, GDO...) i cui mercati, fortemente competitivi e spesso instabili, richiedono, quasi impongono, capacità predittive integrate nei processi. «Sono convinto – afferma Diego Sossai – che la svolta abbia due cardini: 1) il coraggio di aprire i processi, e comprendere a quale livello la "conoscenza del futuro" possa dare il maggior valore aggiunto. Si possono trovare punti di applicazione di logiche predittive in tutti i processi: marketing, vendite, acquisti, gestione del magazzino, gestione del credito; 2) il coraggio del business nel voler innovare. È determinante come si implementano queste logiche in ogni processo, e il business non può esserne avulso, anzi, deve essere lo sponsor principale».

Méthode ha da sempre un approccio pionieristico nell'implementare nuove soluzioni in nuovi ambiti, e lo è anche in questo caso: «Abbiamo in corso progetti di predictive analysis con alcuni clienti, che ne hanno compreso l'importanza per i loro processi. I primi risultati sono a dir poco molto interessanti. Come spesso accade, le aziende che prima cavalcheranno l'onda di questa Analytics Breakthrough avranno un vantaggio competitivo. Non bisogna temere il cambiamento».

DM

Méthode per una vera Analytics Breakthrough. Diego Sossai: «Il nostro punto di forza è la capacità di portare innovazione all'interno dei processi aziendali»