

Dati oltre le dashboard:

analytics conversazionali per intuizioni immediate



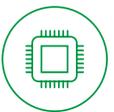
La sfida moderna dei dati: intuizioni immediate per azioni in tempo reale.

Oggi, le aziende operano alla velocità dei dati. Se desideri mantenere un ruolo di primo piano, accelerare e vincere, devi utilizzare le informazioni in tempo reale. E non solo nell'ambito di un team o un reparto. Per avere successo, devi intervenire sui dati in modo capillare. In altre parole devi fornire agli utenti aziendali, di ogni livello, l'accesso sul momento a intuizioni che possono comprendere e usare.

Tuttavia, oggi, la maggior parte delle aziende non è in grado di fornire intuizioni in tempo reale. Perché?



COMPLESSITÀ. Anche agli albori della business intelligence, i dati erano complessi. Oggi sono disponibili grandi quantità di dati provenienti da numerose fonti, in un'ampia gamma di formati e a velocità sempre più sostenute. Preparare i dati per l'uso nelle analytics è, a dir poco, una sfida.



TECNOLOGIA. La grande maggioranza dei dati aziendali viene ancora integrata tramite processi ETL orientati ai batch e manualmente laboriosi. Alcune aziende eseguono lo streaming di dati limitati per renderli disponibili per l'analisi, ma devono ancora trasformarli in modo esteso. E poiché solo un numero limitato di lavoratori ha le competenze per gestire i processi manuali, è normale che si verifichino dei ritardi. Si genera così un ciclo di trasmissione dei dati che dura settimane o addirittura mesi.



METODOLOGIA. Storicamente la maggior parte delle aziende ha operato una netta distinzione tra i processi di gestione e governance dei dati (generalmente centralizzati) e i team di analisi dei dati (generalmente decentralizzati). Senza comunicazione, partnership o iterazione, è normale che si verifichino ulteriori ritardi a causa di incomprensioni, errori e/o esigenze di modifica.

Le aziende che trasmettono i dati agli utenti più velocemente ottengono vantaggi notevoli:¹



registra un miglioramento dell'efficienza operativa



registra un aumento dei ricavi



registra un aumento dei profitti

Interazione con i dati: due pesi e due misure.

La velocità della trasmissione dei dati pronti per le analytics è uno dei problemi. Il metodo di trasmissione, ovvero la qualità delle interazioni degli utenti con i dati, è un altro. Mentre le esperienze dei consumatori con i dati sono migliorate considerevolmente, trasformandosi in assistenti attivati tramite comandi vocali e dispositivi indossabili, le interazioni degli utenti con la BI sono rimaste in gran parte vincolate alla dashboard. E questo aspetto sta ostacolando le aziende.

Di seguito sono riportati tre modi in cui la BI sta stimolando le interazioni dei consumatori.

1. VELOCITÀ

L'intervallo di tempo.

L'accesso ai dati in ufficio continua a richiedere ore, giorni o settimane, mentre le interazioni basate sui dati nelle nostre vite personali sono aggiornate. Immagina se dovessi controllare lo stato di un volo e potessi visualizzare i dati con diverse ore di anticipo oppure ottenere gli aggiornamenti del meteo 12 ore prima. L'intervallo di tempo rende i dati inutili ed ecco perché questa situazione non si verifica.

L'impatto. Nelle aziende, le informazioni in ritardo possono contribuire a un processo decisionale pessimo, basato su dati obsoleti, o comportare la perdita di opportunità di agire e ottenere un vantaggio competitivo.

2. INTELLIGENCE

L'intervallo di tempo.

La maggior parte degli strumenti BI non riconosce il contesto. Quando un utente genera una query, la macchina non comprende l'intento e pertanto non restituisce le informazioni più pertinenti. Invece, quando poni una domanda a Siri, il software utilizza i dati contestuali per cercare di capire al meglio il tuo intento. Ad esempio, se chiedi qual è la capitale della Georgia e ti trovi in Europa, Siri risponderà con il nome della capitale del paese e non con quello dello stato americano.

L'impatto. Più ritardi. Ogni volta che non ricevi i dati in modo tempestivo, non hai un quadro generale della tua azienda. E ora che risolvi il problema, potrebbe essere troppo tardi.

3. FORMATO

L'intervallo di tempo. A casa gli utenti possono formulare una domanda a voce alta, mentre in ufficio devono usare una dashboard. Sebbene le dashboard siano importanti, sono anche limitate. Innanzitutto anche quelle più intuitive richiedono delle competenze. E richiedono tempo. Un utente deve aprire un'app, accedervi e fare clic o toccare. Infine la maggior parte delle dashboard limita notevolmente il tipo di dati per cui puoi eseguire una query e i tipi di risposte che puoi ottenere, con percorsi predefiniti e set di dati precurati. Su una dashboard simile, le intuizioni disponibili sono limitate.

L'impatto. La BI esclusiva della dashboard ostacola l'adozione richiedendo delle competenze. Crea una barriera all'utilizzo richiedendo l'apertura di un'app separata. E le dashboard basate su query limitano la scoperta, ostacolando il potenziale dei dati di fornire un vantaggio competitivo.

Le dashboard sono utili, ma non sono sufficienti.

Le dashboard semplici con un'interattività limitata sono obsolete. Tuttavia le app sofisticate che consentono agli utenti di esplorare liberamente i dati e scoprire connessioni profonde sono essenziali. E questo è un aspetto positivo. Sia gli analisti di dati più esperti che gli utenti con competenze meno avanzate traggono grande beneficio da questi tipi di interazioni con i dati.

Eppure chiunque interagisca con Alexa o Google sa che le dashboard non devono essere gli unici strumenti a disposizione. Per democratizzare veramente i dati e le analytics, abbiamo bisogno di comunicare le intuizioni agli utenti in altri modi.

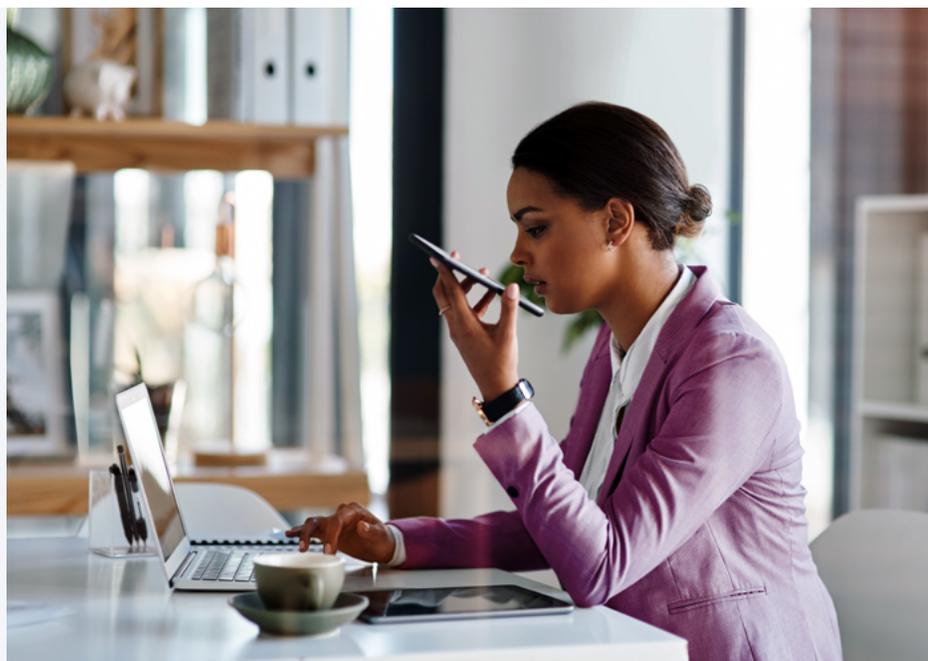


Nel 2021 “la crescita del numero di consumatori aumentati” è una delle prime dieci tendenze di dati e analytics di Gartner.²

L'aumento della comunicazione digitale vocale.

Nel 2020 l'uso di interfacce vocali è cresciuto di oltre il 9%.

Il 43% degli utenti Internet a livello mondiale, di età compresa tra 16 e 64 anni, ha usato la ricerca vocale e i comandi vocali su un dispositivo ogni mese.³



La soluzione in due parti: integrazione moderna dei dati e analytics conversazionali.

È ora che la trasmissione dei dati vada oltre la dashboard per offrire esperienze intuitive, umane e orientate ai consumatori in tempo reale. In qualità di CIO o CDO desideri che gli utenti siano in grado di:

1. Porre domande in un linguaggio semplice, su qualsiasi dispositivo e in qualsiasi momento, senza aprire un'app
2. Assicurarsi che la tecnologia comprenda il contesto
3. Ottenere immediatamente risposte pertinenti

Fortunatamente tutte le operazioni descritte sopra sono possibili con la tecnologia e la metodologia esistenti. Sono due i componenti, descritti di seguito, che le rendono possibili.



INTEGRAZIONE MODERNA DEI DATI CON LA METODOLOGIA DATAOPS

- **Integrazione moderna dei dati.**
Le tecnologie innovative quali Change Data Capture e l'automatizzazione del data warehouse e del data lake accelerano notevolmente la preparazione e la trasmissione dei dati, eseguendo lo streaming dei dati invece di elaborarli in batch e automatizzando i processi manuali.
- **DataOps.** Con questa metodologia basata su DevOps puoi rivoluzionare il modo in cui i dati vengono trasmessi e la velocità a cui ciò accade. DataOps comprende l'adozione delle tecnologie moderne, la reinvenzione dei processi che trasformano i dati e la partnership tra i team che utilizzano i dati.



ANALYTICS CONVERSAZIONALI

All'esterno della dashboard, le interazioni in linguaggio naturale sotto forma di ricerca, messaggi di testo e chatbot consentono agli utenti di porre domande sui loro dati in linguaggio conversazionale e ricevono immediatamente una risposta. Queste implementazioni simili ad Alexa e Google sono già disponibili nella BI, basata sull'AI e sull'apprendimento automatico. E con il tempo diventeranno più sofisticate, utili e capillari.

Importante: la consapevolezza del contesto cambia le regole del gioco.

Quando un utente pone una domanda in linguaggio naturale e l'AI cerca la risposta, è fondamentale che il sistema comprenda il contesto e l'intento dell'utente. In caso contrario, le cosiddette interazioni "in linguaggio naturale" non saranno affatto naturali. La "discussione" non avrà alcuno dei contesti che un utente sperimenterebbe in una conversazione con un vero essere umano e le intuizioni trasmesse non saranno pertinenti come dovrebbero essere.

Che cosa si intende per consapevolezza del contesto matura?



La soluzione comprende il contesto aziendale di qualsiasi domanda e offre interazioni appropriate, comprese domande note, domande di approfondimento e previsioni dei risultati futuri



La soluzione risponde alla domanda specifica dell'utente dove si trova, quando serve, sul suo dispositivo, nella sua posizione e in modo pertinente



Con il tempo, tramite l'apprendimento automatico, **la soluzione impara a distinguere tra i tipi di utenti**, dal CEO all'analista fino all'addetto alle vendite, e a fornire interazioni appropriate



Con il tempo, tramite l'apprendimento automatico, **la soluzione impara a comprendere le competenze dell'utente** in base al comportamento e a offrire interazioni appropriate

“

L'AI contestuale non fa riferimento a un algoritmo o un metodo di apprendimento automatico specifico. Adotta, invece, una visione e un approccio all'AI incentrati sull'uomo. Alla base vi è la definizione di un insieme di requisiti che consentono una relazione simbiotica tra l'AI e gli uomini. L'AI contestuale ha bisogno di essere intellegibile, adattiva, personalizzabile, controllabile e consapevole del contesto.”

OLIVER BRDICZKA

Architetto AI e ML, Adobe

Come può aiutarti Qlik®.

Qlik consente di trasmettere le analytics conversazionali a tutti gli utenti, di qualsiasi livello, quando serve e su qualsiasi dispositivo. E poiché la consapevolezza contestuale è integrata nei nostri prodotti di analytics, hai la certezza che le intuizioni siano pertinenti.

Come funziona?

1

A livello di trasmissione dei dati puoi accelerare notevolmente la disponibilità nel cloud di tua scelta di dati in tempo reale e pronti per le analytics, automatizzando lo streaming, il perfezionamento, la catalogazione e la pubblicazione dei dati.

Dai un'occhiata alla nostra [piattaforma di integrazione dei dati](#), tra cui l'automatizzazione del data warehouse, la creazione di data lake e la catalogazione.

2

A livello di analytics puoi scoprire tutte le connessioni in qualsiasi combinazione di dati grazie al motore associativo, che consente l'esplorazione libera che capisce sempre il contesto di tutti i dati, non solo l'esplorazione dei sotto-set di dati oggetto di query. Per le analytics conversazionali, l'assistente AI, ovvero Insight Advisor, consente le interazioni in linguaggio naturale e fornisce suggerimenti per migliorare le intuizioni. Il motore associativo permette a Insight Advisor di ottenere sempre il contesto da tutti i dati. In questo modo i suggerimenti sono molto più pertinenti di quanto dovrebbero essere e molto più pertinenti delle intuizioni fornite dagli strumenti di analytics basati su query.

Ottieni ulteriori informazioni sulle [analytics conversazionali](#) in Qlik Sense.

Qual è il problema con gli strumenti basati su query?

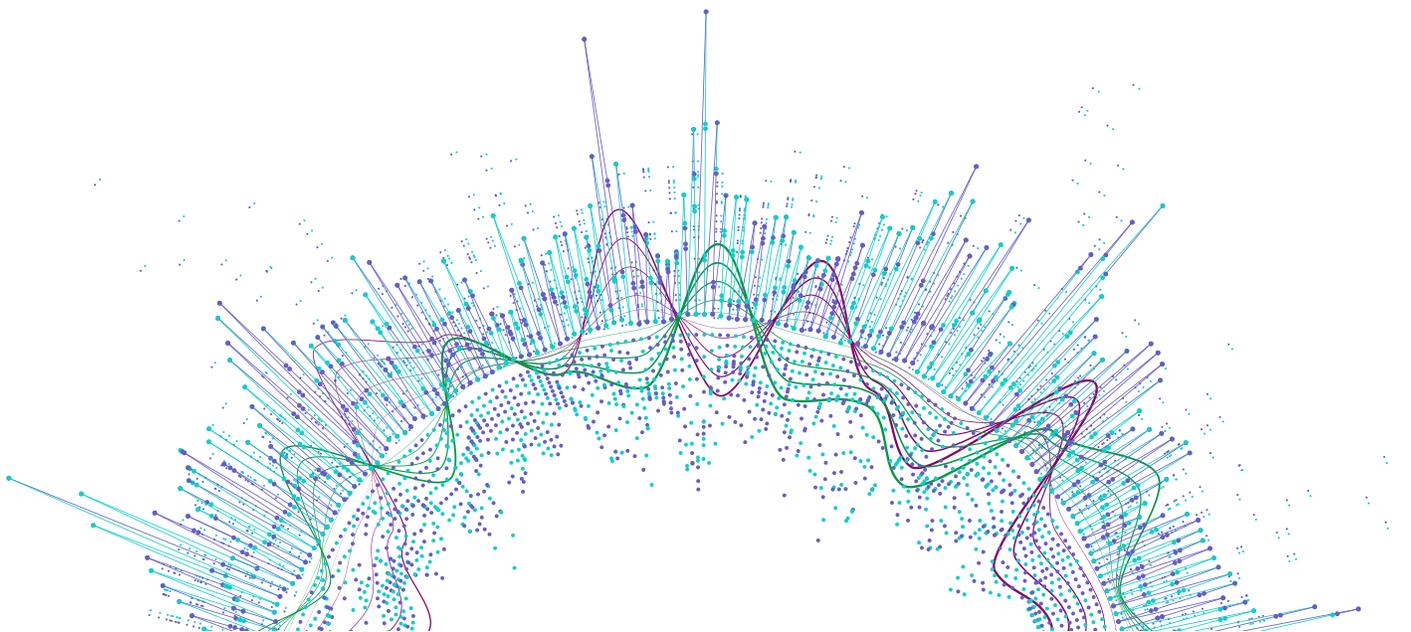
Preselezionano (e pertanto limitano severamente) i set di dati e le relazioni di dati prima che venga eseguita l'analisi. Quando le funzionalità di AI si basano su questo presupposto, l'AI è limitata alle stesse preselezioni. La macchina non ha mai accesso al set di dati completo, quindi non può valutare il contesto quando serve.

Analytics conversazionali in tempo reale: indispensabili per le aziende di oggi.

Quando trasmetti dati e intuizioni agli utenti in modo che questi possano interagire con essi immediatamente e facilmente, per la business intelligence cambiano le regole del gioco. Improvvisamente tutti possono accedere ai dati. Grazie ai dati è possibile prendere decisioni informate. E qualsiasi dipendente nell'azienda, di qualunque livello, può intervenire sui dati in tempo reale.

Tutti questi progressi sono fattori fondamentali nella creazione delle condizioni per l'Active Intelligence, uno stato di intelligence continua che usa pipeline di dati in tempo reale per innescare un'azione immediata e lo stato ideale per qualsiasi azienda che desideri essere competitiva nell'era digitale. Noi di Qlik ci stiamo adoperando per trasformare l'Active Intelligence in una realtà per tutti i clienti, con soluzioni end-to-end per la definizione di pipeline di dati in tempo reale basate su dati aggiornati.

Desideri saperne di più? **Scarica l'e-book sull'Active Intelligence** →



1 IDC InfoBrief, sponsorizzato da Qlik, "Data as the New Water: The Importance of Investing in Data and Analytics Pipelines", giugno 2020.

2 Smarter With Gartner, "Gartner Top 10 Trends in Data and Analytics for 2021", 22 febbraio 2021. <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-data-and-analytics-trends-for-2021/>.

3 Ricerca GlobalWebIndex tramite <https://thenextweb.com/growth-quarters/2020/01/30/digital-trends-2020-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/>.

INFORMAZIONI SU QLIK

La visione di Qlik è un mondo all'insegna dell'alfabetizzazione dei dati, dove tutti possono utilizzare dati e analytics per migliorare il processo decisionale e risolvere i problemi più impegnativi. Qlik offre una piattaforma cloud di analytics e di integrazione dei dati end-to-end in tempo reale per colmare il divario tra dati, intuizioni e azioni. Trasformando i dati in Active Intelligence, le aziende possono prendere decisioni migliori, migliorare i ricavi e la redditività e ottimizzare le relazioni con i clienti. Qlik opera in oltre 100 paesi con più di 50.000 clienti in tutto il mondo.

qlik.com

