

Risolto il dilemma dei dati: come i leader stanno rivoluzionando il CRM con l'analisi

4 modi per accelerare la tua attività dalle informazioni all'azione nell'era dell'AI agentica.



Executive Sales Dashboard

Executive Summary | Pipeline Analysis | Performance Trend

Created Date: Current Year to Date | Account Name: All | Account Type: All | Account ID: All

Pipeline Generation
Current Year to Date: **71.9M** Expected
+271.5% (+12.8M) vs. prior period

Open Opportunities
Current Year to Date: **1.9K** High
+2,654.8% (+1.8K) vs. prior period

Opportunity Owner Performance

Open Opportunities by Stage

Total Sales
Current Year to Date: **24.7M** Expected
+215.1% (+16.8M) vs. prior period

Win Rate
Current Year to Date: **49.60%**
+15.4% (+9.2 pp) vs. prior period

Primary Industry

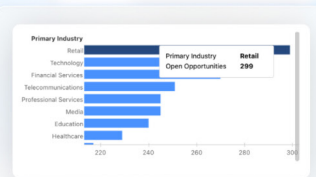
Primary Industry Open Opportunities

Retail: 299

Mostrami i 5 settori principali per opportunità aperte.

Ecco i 5 settori principali per opportunità aperte. Hai bisogno di altro?

- Retail: 299 opportunità aperte
- Tecnologia: 270 opportunità aperte
- Servizi finanziari: 270 opportunità aperte
- Telecomunicazioni: 251 opportunità aperte
- Media: 245 opportunità aperte



Sommario

Introduzione: Il dilemma dei dati isolati.....	03
Capitolo 1: Unifica i dati e introduci il contesto aziendale.....	05
Capitolo 2: Distribuisci analisi preconfigurate per ogni team.....	08
Capitolo 3: Informazioni operative nel flusso di lavoro	11
Capitolo 4: Personalizza ed espandi le soluzioni per la tua azienda	14
Conclusioni: Il tuo vantaggio competitivo: elimina i silos di dati con analisi mirate e azioni contestualizzate nel flusso di lavoro	16

Il dilemma dei dati isolati

Nonostante abbiano molti più dati che in passato, molte aziende spesso hanno tanti dati ma poche informazioni. Il problema non è costituito dai dati, ma dalla loro accessibilità. Troppo spesso i dati sono isolati, accedervi è difficile, rimangono fuori dal flusso di lavoro e non sono attendibili, lasciando i dirigenti privi delle informazioni necessarie per prendere decisioni rapide e consapevoli.



Il 54%

dei responsabili aziendali non è sicuro di poter trovare, analizzare e interpretare i dati.

L'era dell'AI agentica è arrivata e i leader di tutti i settori sono entusiasti del suo potenziale nel favorire la crescita e l'efficienza. Tuttavia, per molti, questa urgenza si sta scontrando con la realtà operativa. L'accelerazione dell'AI sta facendo emergere debolezze o lacune nella strategia dei dati, costringendo i dirigenti a modernizzare la loro infrastruttura tecnologica, in particolare le basi di dati. Senza questo investimento le organizzazioni non riusciranno a sfruttare a fondo i vantaggi dell'AI.

I dati aziendali isolati non costituiscono solo un problema tecnico, ma anche un ostacolo strategico ai risultati aziendali. Senza dati accessibili in tempo reale, ci si ritrova costretti a usare report storici e una pianificazione reattiva. Con una base di dati più solida è possibile passare a decisioni proattive, basate su informazioni che favoriscono la crescita.

Questo dilemma generale dei dati si traduce in sistemi scollegati, processi inefficienti e molto lavoro manuale. Non è certo una situazione ideale: via via che i settori e i mercati diventano sempre più competitivi, chi prenderà decisioni affidabili e basate sui dati raggiungerà rapidamente il successo.



Il 70%

dei responsabili dei dati e dell'analisi ritiene che le informazioni più preziose per l'azienda si trovino nel 19% dei dati aziendali intrappolati in dati non strutturati.

Risolto il dilemma dei dati:
come i leader stanno rivoluzionando il CRM con l'analisi

Informazioni operative basate sull'AI



Le buone soluzioni di analisi riuniscono i dati su larga scala, con precisione, affidabilità e con una comprensione condivisa, aiutando le organizzazioni a passare dal caos al controllo dei dati.

Report, dashboard e visualizzazioni non sono solo strumenti "carini": rappresentano il modo in cui i team controllano le metriche aziendali fondamentali, comprendono i risultati e agiscono in modo proattivo. Quando le aziende possono vedere cosa sta succedendo e cosa è probabile che accada, possono lavorare in modo più efficiente e prendere decisioni che portano avanti concretamente l'attività.

Quando i dati necessari raggiungono le persone giuste al momento opportuno, gli utenti hanno accesso a informazioni personalizzate e operative direttamente nel flusso di lavoro. Oggi, con l'accelerazione dell'AI, in particolare dell'AI agentica, il ruolo e il valore dell'analisi si stanno spostando. Le informazioni non sono più immagini statiche di un istante nel tempo: sono dinamiche, adeguate al contesto e sempre più in grado di orientare (o addirittura di avviare) le azioni autonomamente.

Che cos'è l'analisi agentica?

L'analisi agentica è una nuova categoria di business intelligence (BI) che si avvale di agenti di AI per analizzare sistematicamente i dati, condividere informazioni in modo proattivo e intraprendere azioni autonome con un intervento umano limitato. Velocizzando ogni fase del flusso di lavoro dai dati alle informazioni, all'azione, consente alle persone di collaborare con gli agenti di AI per trasformare i processi manuali e dispendiosi in termini di tempo in risultati efficienti, automatizzati e accurati. Superando la BI tradizionale, l'analisi agentica consente alle organizzazioni di adottare un processo decisionale proattivo e azioni automatizzate direttamente nel flusso di lavoro.

Risolto il dilemma dei dati:
come i leader stanno rivoluzionando il CRM con l'analisi

1

Unifica i dati e introduci il contesto aziendale



Unifica i dati e introduci il contesto aziendale

[L'87% dei responsabili dei dati e dell'analisi](#) ritiene che i dati unificati siano fondamentali per soddisfare le aspettative dei clienti e contribuire al processo decisionale interno. La maggior parte delle organizzazioni però deve affrontare problemi legati a sistemi isolati, dati non armonizzati e accesso limitato alle informazioni in tempo reale. Gli analisti passano troppo tempo a unificare i dati tra loro e non abbastanza tempo a interpretarli.

Le tue analisi e l'AI sono valide solo se lo sono anche i dati che le supportano. Se i dati non sono unificati, l'accuratezza ne risente, le interpretazioni variano tra i team e l'affidabilità diminuisce. Informazioni affidabili (e le azioni che seguono) dipendono da dati connessi, arricchiti da un contesto aziendale significativo. È questa la colonna portante dell'analisi agentica, dei flussi di lavoro basati sull'AI e dell'automazione. Ci sono molti modi per costruire una base di dati connessa, ma sono le piattaforme profondamente unificate a offrire il massimo valore. Consentono alle organizzazioni di passare dai dati alle informazioni e poi all'azione senza doversi spostare da uno strumento all'altro.



dei responsabili dei dati e dell'analisi ritiene che i dati unificati siano fondamentali per soddisfare le aspettative dei clienti e contribuire al processo decisionale interno

Un livello di dati unificato elimina i blocchi di dati isolati e armonizza le informazioni, indipendentemente dall'origine o dal formato, collegando tutte le diverse origini dati all'interno dell'organizzazione, inclusi i dati nei sistemi interni, nelle diverse app di Salesforce, nelle applicazioni esterne, nei sistemi di terzi, oltre a quelli nei data lake e nei data warehouse esistenti.

[La tecnologia di federazione dei dati zero-copy](#) consente un ulteriore passo avanti, poiché permette di accedere ai dati e di interrogarli senza copiarli o trasferirli fisicamente, riducendo i costi e migliorando la sicurezza. Quando i dati sono connessi, armonizzati e sicuri, è possibile attivarli attraverso le applicazioni e i flussi di lavoro o tramite agenti di AI. [Questo trasforma la tua piattaforma di dati da uno strumento passivo a un partner intelligente](#) che interviene nel flusso di lavoro. Puoi conversare e interagire con i tuoi dati, rendendo possibili ragionamenti, risposte e azioni nel contesto, aumentando le possibilità di ogni collaboratore.

Tableau Next:

La prima piattaforma di analisi agentica al mondo

Tableau Next offre un'esperienza di analisi flessibile basata su API che integra la piattaforma di analisi numero 1 al mondo con Agentforce 360, la prima piattaforma per il lavoro digitale. Realizzato su un'architettura componibile, con un livello di dati unificato e una semantica affidabile, offre a ogni utente informazioni personalizzate, contestualizzate e operative.

Integra i dati con il contesto aziendale

I dati unificati rappresentano un enorme passo avanti verso la maturità dei dati, ma non sono tutto. Per rendere i dati davvero utili è necessario un livello di logica umana e aziendale, un modo per garantire che i dati parlino la lingua dell'azienda.

È qui che entrano in gioco i modelli semantici: agendo come un modello per la logica aziendale, il livello semantico integra nei dati le conoscenze aziendali per garantire informazioni coerenti e affidabili in ogni team. Agisce come un ponte fondamentale che porta dai dati non elaborati e complessi alle informazioni operative. Arricchendo i dati con definizioni standardizzate, crei una base affidabile necessaria per il processo decisionale e per un'esperienza di analisi agentica più ricca e utile.

Il vantaggio è significativo quando i modelli semantici sono già costruiti per te: anziché dedicare mesi alla mappatura manuale dei campi e alla definizione della logica, i modelli semantici predefiniti consentono di attivare i dati di Salesforce istantaneamente. Organizzano i dati affinché riflettano il modo in cui la tua azienda lavora, con relazioni predefinite, campi calcolati, metriche e KPI ottimizzati per casi d'uso comuni in campi come le vendite, l'assistenza e il marketing. I tuoi dati sono quindi pronti per migliorare le esperienze e le analisi basate sull'AI fin dall'inizio.

Questo è molto importante: il 93% dei dirigenti afferma che le informazioni sono rilevanti solo se si basano sul contesto aziendale e l'88% dei responsabili dei dati e dell'analisi concorda sul fatto che una solida base di dati sia essenziale per un'AI aziendale di successo. I modelli semantici offrono entrambe le cose: aggiungono struttura, significato e coerenza a ogni informazione.



Il 93%
dei dirigenti afferma che le informazioni sono rilevanti solo se si basano sul contesto aziendale.



L'88%
dei responsabili dei dati e dell'analisi concorda sul fatto che una solida base di dati sia essenziale per un'AI aziendale di successo.

Modello semantico Customer 360:

Progettato per l'AI

Il modello semantico Customer 360 di Salesforce è un esempio di modello semantico progettato in modo mirato. La sua base unificata si basa su definizioni standardizzate e cross-cloud, creando un riferimento unificato e coerente per tutta l'azienda e offrendo agli agenti di AI il contesto per generare informazioni pertinenti e affidabili. E grazie alla possibilità di espansione per riflettere processi aziendali specifici, i team hanno accesso tempestivo ai dati necessari, in linea con il modo in cui l'azienda agisce effettivamente.

Risolto il dilemma dei dati:
come i leader stanno rivoluzionando il CRM con l'analisi

2

Distribuisci analisi preconfigurate per ogni team



Risolto il dilemma dei dati:
come i leader stanno rivoluzionando il CRM con l'analisi

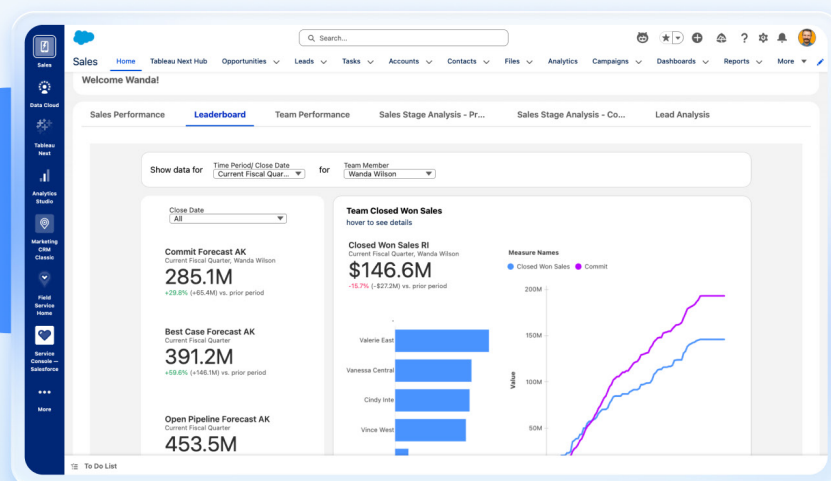
Distribuisci analisi preconfigurate per ogni team

Spesso le organizzazioni valutano se creare una propria soluzione di analisi per soddisfare esigenze specifiche, ma costruirla da zero comporta ostacoli significativi. Anche con dati puliti, i progetti di analisi personalizzati richiedono molto tempo e risorse specializzate, risultando spesso in soluzioni lente da distribuire e difficili da espandere.

L'analisi progettata in modo mirato e preconfigurata offre un percorso più intelligente. Grazie ai modelli semantici predefiniti, garantiscono informazioni coerenti basate sul contesto aziendale e allo stesso tempo avvii rapidamente le operazioni per un time-to-value immediato. Con questo approccio si ottiene un punto di partenza affidabile e gestito, in grado di crescere con la tua azienda, offrendo i risultati di cui hai bisogno oggi e garantendo la flessibilità necessaria per la personalizzazione e l'espansione per le tue esigenze specifiche future.

Scegliendo questo approccio preconfigurato si superano gli ostacoli più comuni che i team devono affrontare, ottenendo:

- ✓ **Una partenza rapida, con una soluzione collaudata e supportata dal settore.** Le metriche, le dashboard, le visualizzazioni e i modelli semantici sono predefiniti e pronti per l'uso fin dal primo giorno, riducendo il time-to-value.
- ✓ **Logica aziendale integrata e best practice.** KPI standard, flussi di lavoro collaudati, relazioni predefinite e metriche comuni sono già impostati, eliminando congetture e difficoltà interne che spesso si verificano quando i team cercano di costruire tutto da soli.
- ✓ **Base unificata e coerente.** Un modello di dati unificato garantisce che ogni team calcoli le metriche allo stesso modo: questo crea non solo coerenza, ma anche fiducia.
- ✓ **Predisposizione per l'AI.** Le soluzioni di analisi preconfigurate sono già ottimizzate per gli agenti di AI, i modelli predittivi e le azioni ottimali automatizzate. I team possono così ottenere informazioni basate sull'AI più rapidamente, senza pesanti attività di data engineering.
- ✓ **Personalizzazione in base alle esigenze.** Le soluzioni preconfigurate non precludono la personalizzazione: la accelerano. I team possono facilmente espandere le dashboard o aggiungere KPI personalizzati e analisi specializzate sapendo che stanno costruendo a partire da una base affidabile e unificata.



Marketing più intelligente, vendite più efficienti e assistenza di livello superiore

In sintesi, l'approccio all'analisi preconfigurata elimina i ritardi e i contrattamenti associati alla creazione di dashboard e metriche partendo da zero. Fornisce inoltre ai team l'accesso immediato a informazioni adeguate al loro ruolo o settore specifico. I diversi team svolgono attività quotidiane diverse, ma tutti hanno un elemento in comune: sono sopraffatti dai dati disconnessi e dal supporto insufficiente per l'analisi. Rimangono così privi di quelle informazioni in tempo reale di cui hanno bisogno per essere proattivi e produttivi. I team commerciali perdono ore a scavare tra le dashboard, i team responsabili dell'assistenza non hanno una visione unificata dei clienti e delle operazioni, mentre i team di marketing hanno difficoltà a comprendere i risultati nei diversi canali. Senza dati organizzati e contestualizzati, i team della tua organizzazione sono costretti a fare affidamento su report obsoleti o sull'istinto.

Le moderne piattaforme di analisi eliminano queste difficoltà grazie a modelli semantici mirati, app preconfigurate specifiche per il ruolo o il settore e suggerimenti affidabili basati sull'AI. Questi strumenti consentono ai team di raccogliere le informazioni necessarie per individuare le tendenze e i rischi, e per intraprendere azioni proattive. La visibilità in tempo reale, le azioni guidate e l'analisi integrata in ogni ruolo consentono inoltre ai team di assegnare la priorità ottimale alle attività, di agire sulle opportunità migliori e di collaborare agevolmente, riducendo i tempi di accesso alle informazioni e favorendo un processo decisionale più sicuro e basato sui dati.

Riflettori sulle app di analisi mirate

Tableau Next propone una gamma di app di analisi realizzate in modo mirato per aiutare i team commerciali, di assistenza e marketing a estrarre immediatamente valore dai dati. Le app Tableau Next per Salesforce si basano su modelli semantici ottimizzati che definiscono in anticipo i KPI, le relazioni e la logica.

	Valore aziendale	Analisi preconfigurate
Team	Vendite e ricavi Aumenta i ricavi e migliora la precisione delle previsioni grazie alla visibilità sullo stato della pipeline, le prestazioni e l'avanzamento degli accordi. I responsabili delle vendite possono istruire i rappresentanti, dare priorità agli accordi con impatto maggiore e ottimizzare il ciclo product-to-cash tra prezzi, abbonamenti, evasione e fatturazione.	Vendite: Classifica, Trend di vendita, Prestazioni del team, Attività del team, Analisi dei lead, Analisi della fase di vendita Ricavi: Prezzi, Ricavi da abbonamenti, Ordini, Fatturazione
	Assistenza e assistenza sul campo Migliora i sentimenti dei clienti, il CSAT e la pianificazione delle capacità grazie ai dati sulle prestazioni unificati. I responsabili risolvono i problemi più velocemente con una vista unica dei casi, degli agenti e dell'AI, mentre i team di assistenza sul campo allocano le risorse usando le informazioni operative.	Assistenza: Casi, Soddisfazione dei casi, Analisi agente di assistenza, Assistente, Omnicanale, Conoscenza, Prestazioni agente umano Assistenza sul campo: Informazioni di assistenza sul campo, Home operazioni, Pianificazione delle capacità
	Marketing Attribuisce il ROI del marketing con una vista unificata delle prestazioni di più canali e i dati di attribuzione.	Attribuzione, Prestazioni di canale, Spesa per media, Prestazioni dei contenuti, Prestazioni marketing e campagne
	Agenti, dati e integrazione Ottieni visibilità sull'adozione, lo stato e l'utilizzo degli agenti in tutta l'organizzazione. I team monitorano i prodotti a consumo, anticipano l'uso del credito e ottimizzano le prestazioni e i tempi di risposta delle API per supportare le operazioni integrate.	Agente: Analisi agente e Punteggi di stato dell'agente Dati: Panoramica dei consumi e Esplorazione dei consumi Integrazione: Prestazioni API e Tempi di risposta API
Settore	Scienze naturali Migliora i risultati dei pazienti e riduci l'abbandono monitorando i trend di engagement e i risultati riportati dai pazienti. I team di assistenza possono individuare le aree in cui i pazienti necessitano di maggiore supporto e prendere decisioni consapevoli in tutto il percorso di cura.	Patient engagement, Pagatore e Benefit
	Servizi finanziari Fai crescere il portafoglio clienti con una vista unificata. I consulenti ottengono informazioni sul rischio di abbandono, le opportunità di crescita e le azioni da intraprendere nell'ambito della gestione patrimoniale e del retail banking per prendere decisioni consapevoli e stabilire le priorità.	Gestione patrimoniale: Rischio di abbandono dei clienti, Probabilità di aggiunta di asset. Retail banking: Clienti, Attività, Dashboard di acquisizione dei clienti, Dashboard I miei referral, Dashboard Gestione delle filiali e Analisi dei record della filiale Produzione: Informazioni account e stato, Prestazioni dei prodotti, Informazioni su prezzi e accordi di vendita, Analisi delle aree di opportunità Auto: Portafolio veicoli, Informazioni sulla garanzia, Ordini di lavoro attivi
	Produzione e auto Supporta i risultati aziendali monitorando i KPI fondamentali delle operazioni in ambito produzione e automotive. I responsabili monitorano lo stato delle attività, le vendite e i prezzi per ricavare informazioni e prendere decisioni sicure più velocemente.	

3

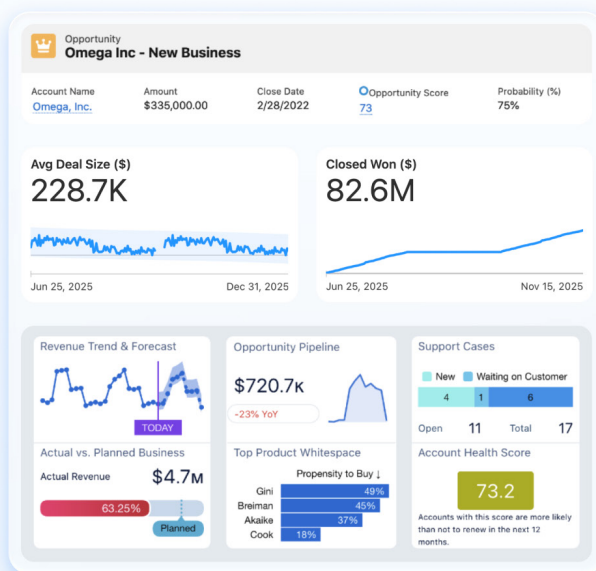
Informazioni contestuali nel flusso di lavoro



Informazioni operative nel flusso di lavoro

Potresti avere la migliore e più costosa soluzione di analisi, ma se le informazioni ottenute non raggiungono i team e i collaboratori, non ti servirà a nulla. Se il modo in cui ricavi le informazioni non è in linea con il modo in cui le persone lavorano, rischi di perdere informazioni fondamentali. Una soluzione di analisi basata sull'AI con la capacità di incorporare nel flusso di lavoro l'analisi agentica, invece, trasforma i dati non elaborati in informazioni operative esattamente dove e quando si prendono le decisioni. Puoi così sostituire il reporting manuale, la ricerca dei dati e la pianificazione reattiva con informazioni e approfondimenti nel contesto, specifici per il ruolo, che offrono alle organizzazioni dati migliori, consentono azioni più accurate e forniscono informazioni coerenti e affidabili.

I team sprecano un sacco di tempo a passare da uno strumento all'altro e a inseguire i dati. Con l'analisi incorporata, i dati vengono da te: immagina di poter condividere le metriche in tempo reale, esplorare le dashboard, porre domande agli agenti e ottenere risposte accurate immediatamente, proprio dove stai lavorando. L'analisi integrata consente a tutti nella tua organizzazione, dai rappresentanti ai manager, fino ai dirigenti, di accedere a informazioni personalizzate, su misura, che aumentano l'efficienza, migliorano il processo decisionale e ottimizzano i risultati delle persone e dei team.



94%

dei responsabili aziendali ritiene che potrebbe ottenere risultati migliori potendo accedere ai dati direttamente nei programmi o nelle app in cui lavora.

Informazioni nel flusso di lavoro

- Analisi incorporata**
Metti a disposizione del team un contesto visivo immediato grazie a dashboard interattive preconfigurate.
- Analisi conversazionale**
Trasforma i dati in un dialogo dinamico. Poni domande in linguaggio naturale per esplorare e scoprire informazioni nascoste e ricevere risposte immediate e contestuali su richiesta.
- Agisci in base alle informazioni**
Accorcia le distanze tra informazioni e risultati. Prendi decisioni più rapidamente con notifiche proattive basate sull'AI proprio nel punto in cui lavori.

Porta in ogni conversazione informazioni operative

La possibilità di incorporare l'analisi dove i team stanno già lavorando è un punto di svolta. L'unificazione delle conversazioni e delle analisi offre agli utenti la possibilità di visualizzare, accedere, interagire e condividere KPI, metriche e dashboard direttamente nel flusso di lavoro, sul PC dell'ufficio e anche in viaggio, affinché tutti rimangano allineati. Con l'esplorazione di informazioni più approfondite nel contesto diventa più facile monitorare il coinvolgimento, alimentare la collaborazione tra team e trasformare rapidamente le informazioni in azioni.

Gli utenti possono inoltrare richieste in linguaggio naturale, come "suddividi le vendite per categoria di prodotto" e l'agente di AI estrarrà i dati attraverso il livello semantico, li formatterà e presenterà istantaneamente informazioni operative.

La risposta dettagliata dell'agente offre accuratezza ed è orientata a un'azione immediata. Si velocizza così il processo decisionale consentendoti di ottenere informazioni, condividerle e agire in base a esse ovunque tu stia lavorando: Slack, Salesforce, Tableau Next o qualsiasi altra app.

Come l'analisi agentica velocizza le azioni

- ✓ **Elaborazione agentica:** riepiloga le informazioni, esegue calcoli e fornisce informazioni in linguaggio naturale, rendendole concretamente operative nei diversi flussi di lavoro.
- ✓ **Azione incorporata:** le dashboard e le visualizzazioni sono personalizzate per casi d'uso specifici e integrano azioni di Salesforce standard e link esterni, consentendo agli utenti di compiere il passo successivo direttamente nel momento in cui ottengono l'informazione.



4

Personalizza ed espandi le soluzioni per la tua azienda



Personalizza ed espandi le soluzioni per la tua azienda

Utilizzare analisi preconfigurate non significa rinunciare alla personalizzazione. Le moderne piattaforme aperte e basate sulle API sono progettate per essere sia componibili che estensibili, consentendo ai team di riutilizzare e personalizzare i blocchi che costituiscono l'analisi per ottenere soluzioni pertinenti alle sfumature specifiche della loro attività. L'assemblaggio di analisi ricavate da componenti modulari come modelli di dati, metriche, visualizzazioni, flussi di lavoro e persino informazioni basate sull'AI consente di ridurre il time-to-value senza compromettere la flessibilità, l'agilità, la sicurezza o la governance. Questi componenti sono interoperabili, quindi i team possono sviluppare le loro soluzioni nel tempo senza dover ricostruire i sistemi, creare nuovi silos o interrompere i flussi di lavoro esistenti. In questo modo è più facile incorporare le informazioni direttamente negli strumenti, nei processi e nelle esperienze su cui i team fanno già affidamento.

Le piattaforme di analisi interoperabili aiutano le organizzazioni a massimizzare il valore delle risorse di analisi esistenti, che si tratti di dashboard, report o modelli di dati. Ad esempio, possono creare esperienze agentiche utilizzando dati affidabili ricavati da altri strumenti, come CRM Analytics o Tableau. Puoi quindi riutilizzare i modelli di dati attendibili che hai già, collegarli in un modello semantico unificato, arricchirli con altri dati e accedere all'analisi discorsiva su tali dati. Garantendo che tutto funzioni perfettamente, le piattaforme interoperabili non solo annullano la necessità di ricominciare dall'inizio, ma aumentano anche la durata e l'utilità di ciò che hai già costruito.

Il vantaggio della piattaforma di analisi unificata

- Massimizzazione del valore degli investimenti esistenti: utilizza i dati affidabili di CRM Analytics o Tableau esistenti per creare esperienze agentiche e ottenere ancora più valore da ciò che hai già con l'interoperabilità.
- Espansione dell'innovazione: espandi l'analisi in tutta l'azienda con risorse di analisi componibili e verificate che puoi riutilizzare, estendere o incorporare in applicazioni di terzi.
- Una soluzione pronta per il futuro: sfrutta le ultime innovazioni dell'AI con capacità di analisi predefinite per Agentforce, pur continuando a usare lo strumento migliore per il lavoro da svolgere, con un portfolio completo e pienamente interoperabile.

Risolto il dilemma dei dati:
come i leader stanno rivoluzionando il CRM con l'analisi



Il tuo vantaggio competitivo: elimina i silos di dati con analisi mirate e azioni contestualizzate nel flusso di lavoro

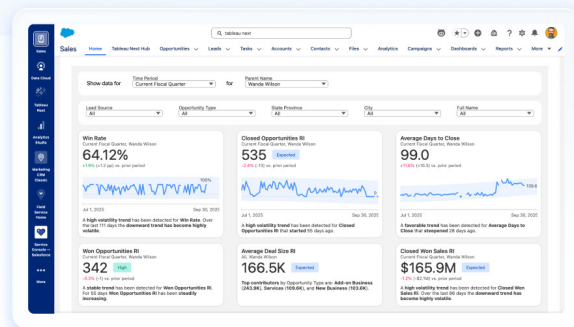
In un mondo in cui velocità e informazioni determinano chi è leader e chi è in ritardo, le organizzazioni che riescono a trasformare i dati in azione in modo accurato ed efficace sono avvantaggiate. Non si tratta solo di muoversi più velocemente: nel mercato di oggi è necessario prendere decisioni intelligenti, allineate e affidabili. Di conseguenza la risoluzione del dilemma dei dati è molto più di una semplice soluzione operativa: è un imperativo strategico.

Le aziende cercano di eliminare gli attriti e la frammentazione unificando i dati con un contesto aziendale predefinito, adottando soluzioni preconfigurate, introducendo informazioni direttamente nel flusso di lavoro e rendendo possibile la personalizzazione delle soluzioni di pari passo con la crescita aziendale. Ancora più importante: forniscono ai team e ai collaboratori le informazioni necessarie per agire con sicurezza e rapidità. Grazie a una base efficace che si espande con la tua azienda crei un'organizzazione più competitiva, più allineata e più agile, in cui le decisioni sono più veloci, l'esecuzione è più intelligente e le informazioni producono effetti misurabili.

Accedi alle informazioni in Salesforce grazie ad analisi mirate basate su Tableau Next

Scopri come rimuovere gli ostacoli esistenti tra dati e decisioni sfruttando l'analisi agentica per risultati straordinari nell'intera azienda.

[Guarda il webinar](#)





Informazioni su Tableau from Salesforce

Tableau non è solo uno strumento di business intelligence: è una piattaforma basata sull'AI che trasforma i dati in azione. Con una serie di funzionalità di analisi agentica e AI generativa, Tableau aiuta tutti, in ogni settore, a ottenere le informazioni di cui hanno bisogno, in modo proattivo e senza sforzo.

Realizzato su una piattaforma connessa e adattabile, Tableau offre la libertà di scegliere l'architettura e la scalabilità via via che la strategia dell'AI si evolve. Con la sicurezza, la governance e la conformità di livello aziendale integrate, puoi muoverti con agilità garantendo l'affidabilità e la sicurezza dei tuoi dati. Con il supporto del più grande ecosistema di partner del settore e di un'appassionata community globale, Tableau ti aiuta ad accedere a possibilità illimitate con i tuoi dati.

Per ulteriori informazioni, visita il sito www.tableau.com/it-it/.

