



L'importanza della cultura dei dati

InfoBrief IDC, sponsorizzato da Tableau | Aprile 2020

*Di Chandana Gopal, Research Director, Business Analytics, e Dan Vesset,
Group Vice President, Analytics and Information Management*

I dati sono importanti... ma sono sufficienti?

“Le aziende non necessitano di una strategia per i big data, ma di una strategia aziendale che integri i big data”.

Bill Schmarzo,
CIO, Hitachi Vantara

“Ogni azienda userà i big data in futuro e i dati saranno il business di ogni azienda”.

Thomas H. Davenport, Professor
di Information Technology e
Management al Babson College,
pensatore e scrittore

“Il lato umano delle analisi è il principale problema per l'implementazione dei big data”.

Paul Gibbons
consulente e scrittore

“Dobbiamo trasformare i dati in informazioni e le informazioni in conoscenze”.

Carly Fiorina
CEO, Hewlett-Packard

“Senza l'analisi dei big data, le aziende saranno cieche e sorde, vagando sul Web come un cervo su un'autostrada”.

Geoffrey Moore,
consulente e scrittore

Le aziende devono andare oltre la strategia dei dati e ragionare in termini di cultura dei dati

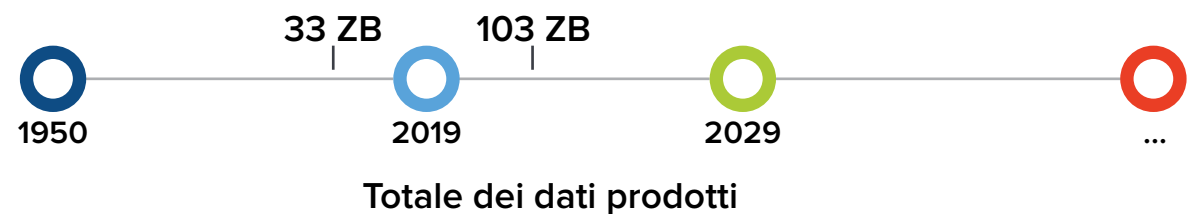
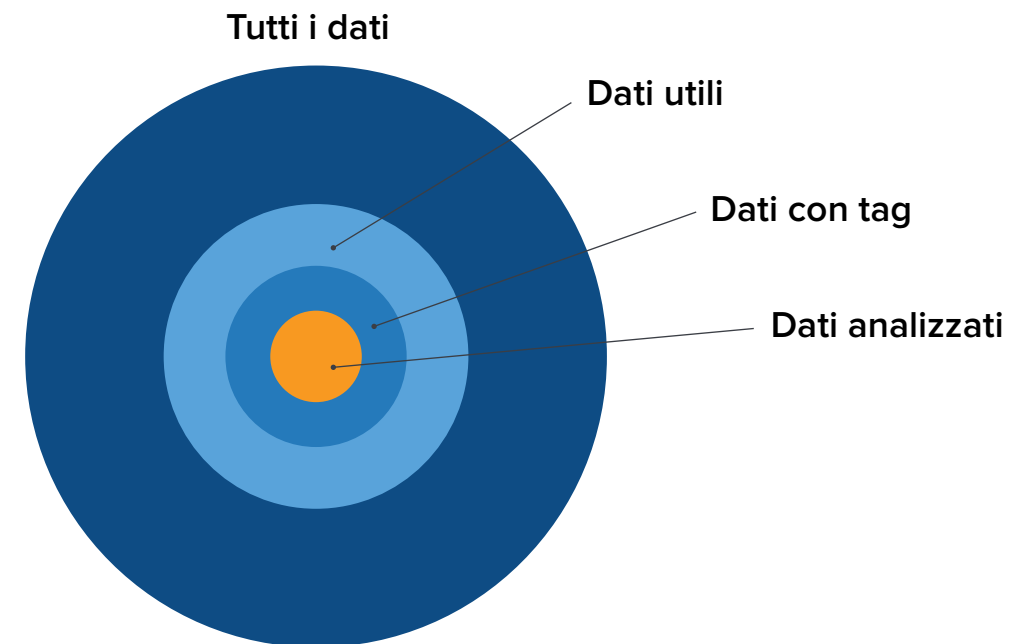
La disponibilità di grandi quantità di dati non costituisce una garanzia di successo per le aziende. I dati sono una risorsa importante, ma la quantità dei dati, la disponibilità della tecnologia corretta e la presenza degli analisti più capaci non sono elementi sufficienti per ottenere successo.

Sempre più aziende sono consapevoli dell'importanza di trasformare i dati in informazioni e conoscenza e questa capacità richiede una cultura adeguata.

La cultura dei dati è un aspetto che interessa i valori, i comportamenti e gli atteggiamenti dei dirigenti e dipendenti che promuovono l'uso dei dati rilevanti per il processo decisionale.

“La cultura è nettamente più importante della strategia “.

Peter Drucker, consulente, scrittore e visionario



Fonte: IDC Global DataSphere

Analisi di IDC sulla cultura dei dati

L'approccio

- Abbiamo condotto un'indagine online su 1.100 persone che utilizzano i dati nelle proprie aziende.
- Gli intervistati lavorano in grandi imprese con oltre 500 dipendenti.
- Il campione comprendeva ruoli dirigenziali e manageriali, tecnici e non tecnici di una vasta gamma di settori.
- Abbiamo creato un campione globale in Paesi quali Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Giappone, Messico, Regno Unito e Stati Uniti.

Gli obiettivi

- Identificare i principali elementi visibili e invisibili in grado di influenzare la cultura dei dati.
- Eseguire misurazioni attitudinali e comportamentali di questi elementi.
- Creare scale per misurare la presenza e la profondità dei principali fattori e della cultura dei dati in senso complessivo.
- Verificare l'eventuale miglioramento dei risultati aziendali delle imprese che esprimono una specifica cultura dei dati.
- Identificare le buone pratiche in grado di rafforzare la cultura dei dati nelle aziende.

Un'efficace cultura dei dati può influire sulle performance aziendali?

IDC ha chiesto di indicare gli elementi attitudinali e comportamentali che influenzano la cultura dei dati, verificandone l'impatto sulle metriche delle performance aziendali.

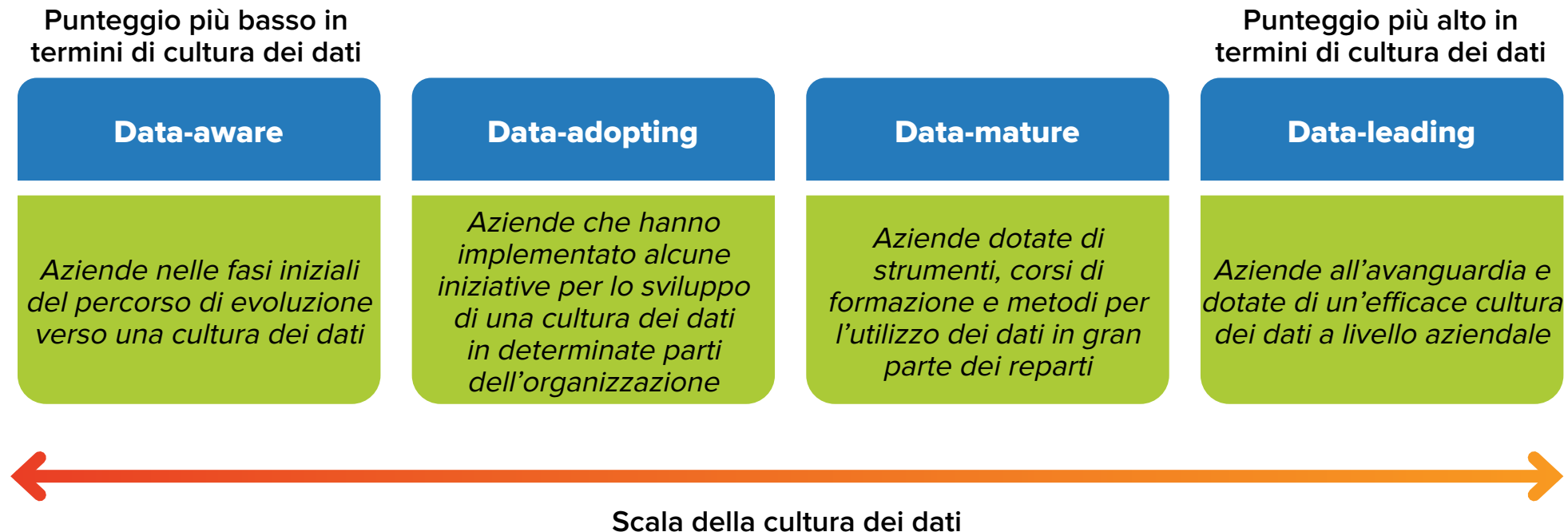
Caratteristiche della cultura dei dati



Metriche aziendali



Abbiamo diviso gli intervistati e le relative aziende in quattro sottoinsiemi, valutandone le diverse caratteristiche



I dipendenti esperti nel campo dei dati sono la forza trainante alla base di un'efficace cultura dei dati

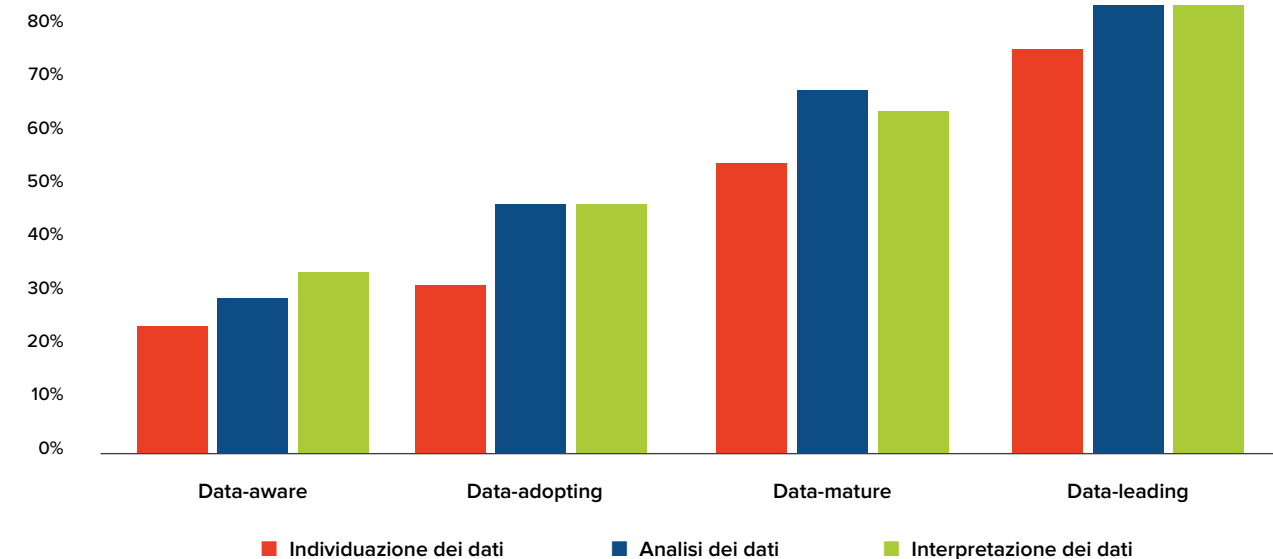
Capacità e competenze. Le aziende nel gruppo data-leading dispongono di personale esperto nell'utilizzo dei dati

Rispetto alle aziende del gruppo data-aware, il personale delle aziende data-leading è:

- » 3 volte più abile nell'individuare e connettersi ai dati.
- » Il 54% più capace nell'analisi dei dati e il 50% più efficace nell'interpretazione precisa e critica dei dati.

Assunzione. Le aziende nel gruppo data-leading assumono personale dotato di competenze avanzate nel campo dei dati

D. Qual è il livello minimo di conoscenza dei dati e competenza analitica che i knowledge worker devono avere in ciascuna delle seguenti aree (% di capacità avanzate)?

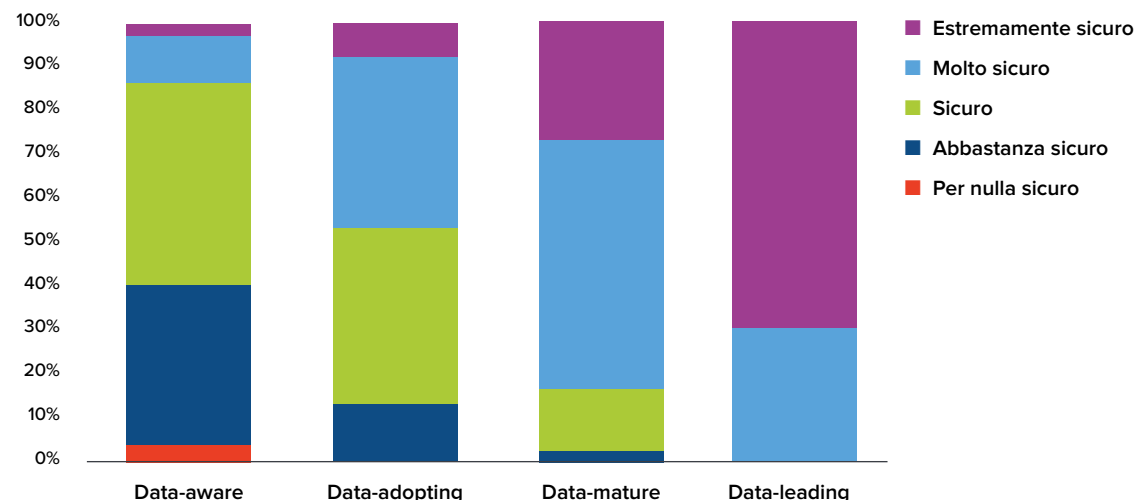


Attraverso un'efficace cultura dei dati, i dipendenti potranno aiutarsi reciprocamente nelle attività relative ai dati

Nel gruppo data-leading, il numero delle persone intervistate che dichiarano di essere in grado di ottenere assistenza per i problemi relativi ai dati e all'analisi è **superiore dell'81%** rispetto al gruppo data-aware.

Assistenza. Il personale delle aziende nel gruppo data-leading è in grado di ottenere assistenza in termini di dati e analisi

D. Ritieni che il personale della tua azienda possa ottenere l'aiuto dei colleghi su questioni legate alle analisi o ai dati?



Condivisione. Le aziende nel gruppo data-leading condividono apertamente dati e conoscenze

Il numero delle persone intervistate appartenenti al gruppo data-leading disposte a condividere i dati è **superiore del 79%** rispetto al numero delle persone del gruppo data-aware.

Strumenti/attività. Le aziende del gruppo data-leading favoriscono il coinvolgimento dei dipendenti nell'analisi e nell'utilizzo dei dati

Nel gruppo data-leading, il numero delle persone intervistate che dichiarano che stanno promuovendo con successo community dedicate ai dati e all'analisi è **superiore del 71%** rispetto al gruppo data-aware.

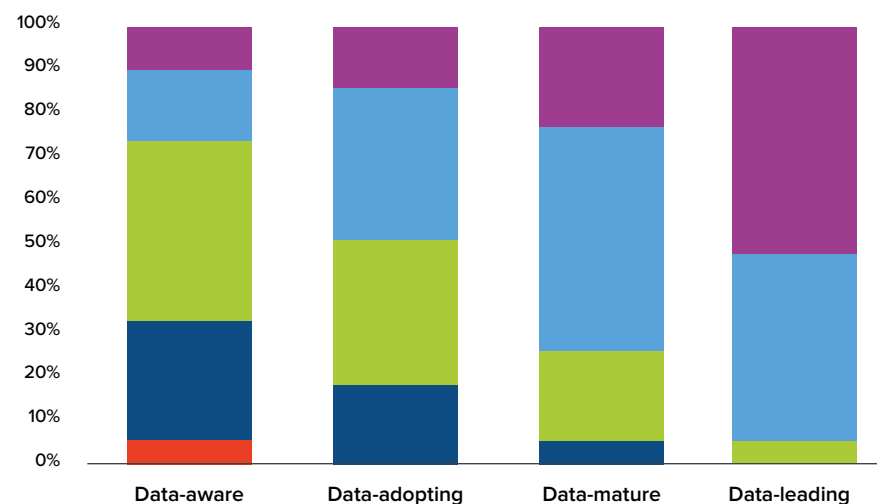
Quando i dipendenti possono utilizzare i dati, il senso di responsabilità aumenta e producono risultati di livello superiore

Responsabilità. Le aziende nel gruppo data-leading affidano i dati ai dipendenti, aumentandone la responsabilità

Nel gruppo data-leading, il numero delle persone intervistate che dichiara di sentirsi direttamente responsabile dei dati a cui hanno accesso è **superiore del 70%** rispetto al gruppo data-aware.

- Estremamente responsabile
- Molto responsabile
- Responsabile
- In parte responsabile
- Niente affatto responsabile

D. Quanto ti ritieni responsabile dei dati a tua disposizione?

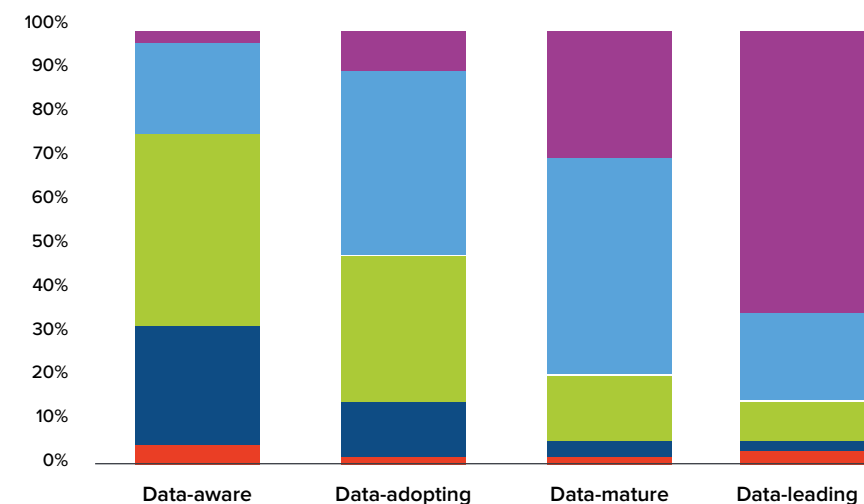


Accesso. Le aziende nel gruppo data-leading consentono ai dipendenti un accesso sicuro ai dati aziendali

Nel gruppo data-leading, il numero delle persone intervistate che dichiarano di avere accesso ai dati aziendali è **superiore del 53%** rispetto al gruppo data-aware.

- Molto facile
- Abbastanza facile
- Né difficile né facile
- Abbastanza difficile
- Molto difficile

D. Con quale facilità puoi accedere ai dati necessari per il tuo lavoro?

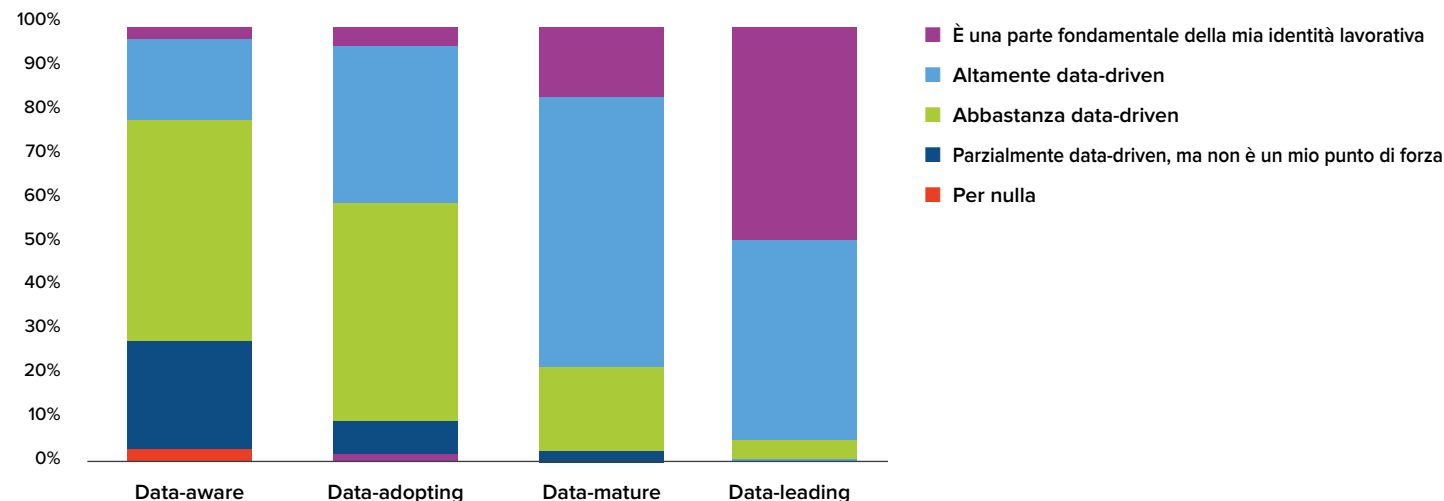


Il processo decisionale potrà basarsi sui dati quando i dati saranno essenziali per l'identità di un'organizzazione e dei relativi dipendenti

Identità. La possibilità di farsi guidare dai dati è una parte fondamentale dell'identità lavorativa nelle aziende dotate di un'eccezionale cultura dei dati

Nel gruppo data-leading, il numero degli intervistati che dichiarano di basarsi sui dati è **superiore del 73** rispetto al gruppo data-aware.

D. Fino a che punto ti definiresti un professionista data-driven?



Aspettative. Le aziende nel gruppo data-leading utilizzano i dati in qualsiasi attività decisionale

Le aziende nel gruppo data-leading sono dotate delle seguenti caratteristiche, non presenti nel gruppo data-aware:

60% di persone in più che utilizzano sempre i dati nelle riunioni.

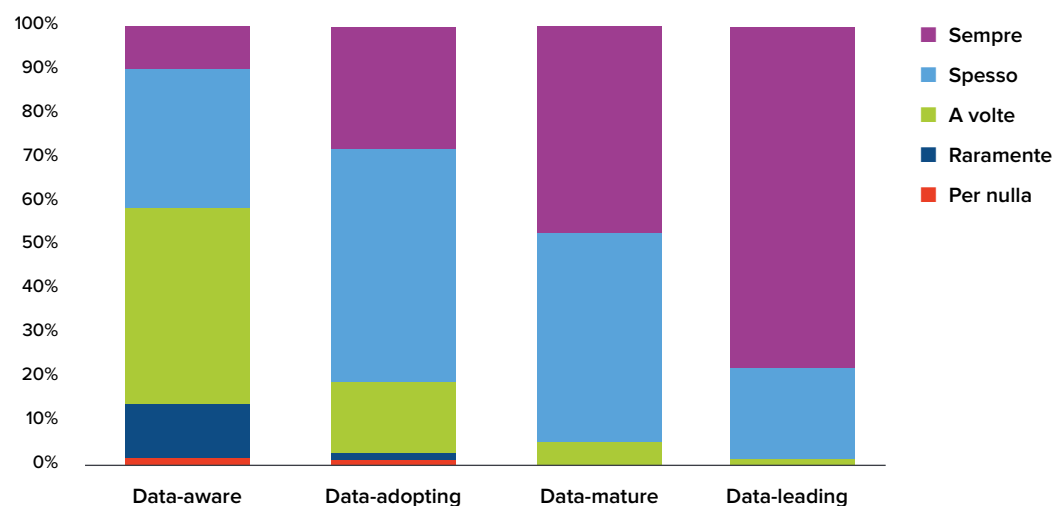
67% di persone in più che utilizzano sempre i dati a supporto delle decisioni o indicazioni.

55% di persone in più che tengono oltre l'80% delle riunioni usando i dati.

Le aziende dotate di una cultura dei dati forte e intrinseca dispongono di dirigenti senior in grado di usare attivamente dati e analisi

Leadership. I dirigenti delle aziende nel gruppo data-leading definiscono il modo in cui usare i dati e le analisi

D. In quale misura i dirigenti senior lavorano attivamente con i dati?



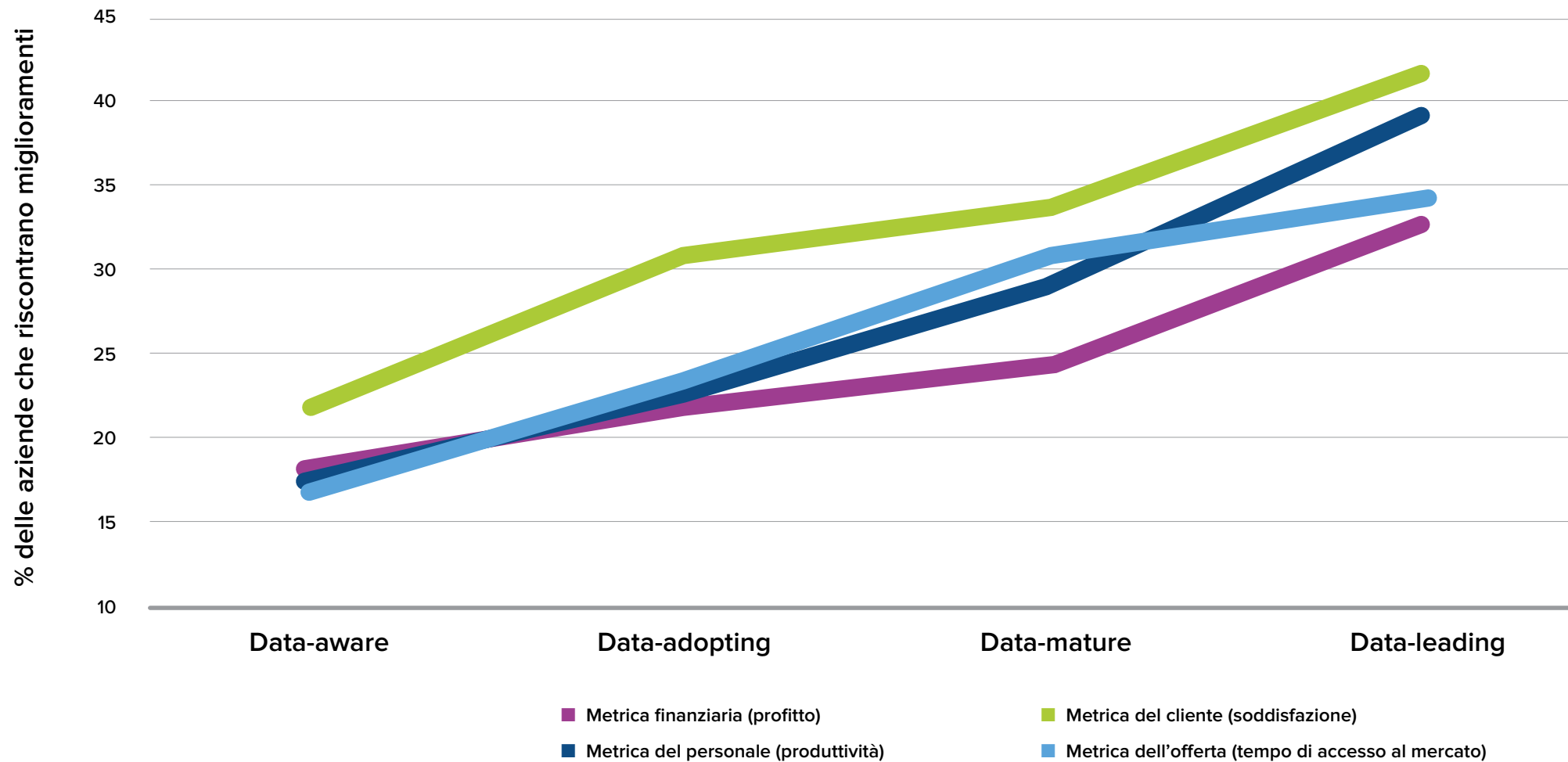
Nel gruppo data-leading, il numero degli intervistati che dichiarano che i dirigenti utilizzano i dati è **superiore del 59%** rispetto al gruppo data-aware.

Il numero degli intervistati che dichiarano che nella loro azienda i dati vengono considerati una risorsa è **superiore del 48%** rispetto al gruppo data-aware.

Investimenti. Le grandi spese a livello di tecnologia non bastano. Le aziende nel gruppo data-leading investono anche nel personale e nella cultura

Nel gruppo data-leading, il numero dei dipendenti che si dichiarano soddisfatti degli investimenti nelle funzionalità legate ai dati è superiore dell'89% rispetto al gruppo data-aware.

L'investimento nella cultura dei dati consente di migliorare numerose metriche aziendali



Le metriche aziendali migliorano con l'avanzamento delle aziende nel percorso legato alla cultura dei dati

Metriche finanziarie

✓ Fatturato ✓ Redditività ✓ Costi di capitale

Confronto tra le aziende del gruppo data-adopting e quelle del gruppo data-aware:

18% di aziende in più con un aumento delle entrate

20% di aziende in più con un aumento degli utili

Il numero di aziende data-leading che hanno ridotto il Capex è superiore del 41% rispetto alle aziende data-aware.

% di aziende che hanno ridotto il Capex



Metriche dei clienti

✓ Customer satisfaction ✓ Fidelizzazione dei clienti

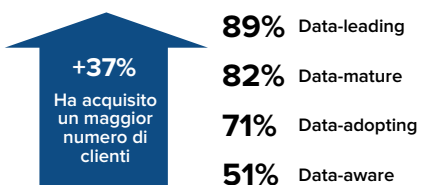
Confronto tra le aziende del gruppo data-mature e quelle del gruppo data-aware:

19% di aziende in più con un aumento della soddisfazione/fidelizzazione dei clienti

20% di aziende in più con un aumento del tasso di fidelizzazione dei clienti

Nel gruppo data-leading, gli intervistati che dichiarano una crescita delle acquisizioni dei nuovi clienti è superiore del 37% rispetto al gruppo data-aware.

% di aziende con una crescita dell'acquisizione dei clienti



Metriche dei dipendenti

✓ Produttività dei dipendenti ✓ Fidelizzazione dei dipendenti

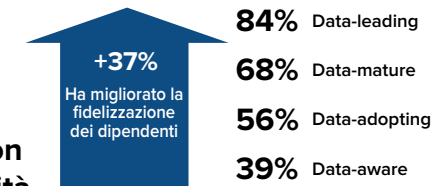
Confronto tra le aziende del gruppo data-mature e quelle del gruppo data-aware:

29% di aziende in più con una maggiore fidelizzazione dei dipendenti

24% di aziende in più con una maggiore produttività dei dipendenti

45% di miglioramento della fidelizzazione nel gruppo data-leading rispetto al gruppo data-aware.

% di aziende con una migliore fidelizzazione dei dipendenti



Metriche delle offerte

✓ Innovazione ✓ Velocità di accesso al mercato

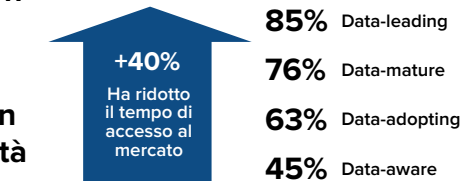
Confronto tra le aziende del gruppo data-mature e quelle del gruppo data-aware:

24% di aziende in più con un aumento del numero di prodotti/servizi

31% di aziende in più con un aumento della velocità di accesso al mercato

41% di riduzione del tempo di accesso al mercato delle aziende del gruppo data-leading rispetto al gruppo data-aware.

% di aziende con un aumento della velocità di accesso al mercato



Il numero delle aziende del gruppo data-leading che considera i dati un vantaggio competitivo è superiore del **50%** rispetto al gruppo data-aware.

Guida di base

- » Una forte cultura e competenza nell'analisi dei dati sono elementi fondamentali per ottenere successo nell'economia digitale. Strategia e tecnologia non sono sufficienti per fare in modo che un'organizzazione sia realmente guidata dai dati.
- » Una cultura dei dati può essere affinata progressivamente con benefici che crescono esponenzialmente con il livello di impegno e investimento.
- » Il cambiamento della mentalità offre un miglioramento immediato. È possibile mettere in atto gran parte di questi miglioramenti a costi contenuti.
- » Il supporto del top-management consente di accelerare notevolmente la maturazione della cultura dei dati.
- » Occorre andare oltre le semplici metriche finanziarie quando si misurano i risultati dello sviluppo di una cultura dei dati.

Profili degli analisti IDC



Chandana Gopal
Research Director, Business Analytics

Chandana Gopal è Research Director per le ricerche di mercato e consulenze dell'area Business Analytics Solutions di IDC. L'ambito delle ricerche di Gopal riguarda gli andamenti della domanda e dell'offerta delle soluzioni di business intelligence per l'analisi avanzata e predittiva e dei sistemi di enterprise performance management.



Dan Vesset
Group Vice President, Analytics and Information Management

Dan Vesset è Group Vice President per le ricerche di mercato e consulenze dell'area Analytics and Information Management di IDC, dove dirige un gruppo di analisti che prende in esame tutti gli aspetti dell'elaborazione, integrazione, gestione, governance, analisi e visualizzazione dei dati strutturati e contenuti non strutturati.

IDC Research, Inc.
 5 Speen Street
 Framingham, MA
 01701, USA
 T 508.872.8200
 F 508.935.4015
 Twitter @IDC
 idc-insights-community.com
 www.idc.com



Questa pubblicazione è prodotta da IDC Custom Solutions. Le opinioni, le analisi e i risultati della ricerca indicati nel presente documento derivano da uno studio e da un'analisi condotti e pubblicati in maniera indipendente da IDC. Eventuali sponsorizzazioni da parte dei produttori verranno indicate esplicitamente. IDC Custom Solutions distribuisce i contenuti di IDC in numerosi formati adatti alle esigenze aziendali. La licenza per la distribuzione dei contenuti non implica l'approvazione del licenziatario da parte di IDC, né che IDC abbia una qualsiasi opinione su tale soggetto.

Pubblicazione esterna di informazioni e dati di IDC. L'utilizzo di qualsiasi informazione IDC all'interno di pubblicità, comunicati stampa o materiale promozionale è soggetta all'approvazione scritta da parte del vicepresidente o responsabile nazionale di IDC appropriato. Allegare la bozza del documento proposto a tale richiesta. IDC si riserva il diritto di negare l'approvazione dell'utilizzo esterno del proprio materiale per qualsiasi motivo.

Copyright 2020 IDC. La riproduzione senza autorizzazione scritta è severamente vietata.

Messaggio dello sponsor



Per diventare data-driven, le aziende devono cambiare mentalità, atteggiamenti e abitudini, incorporando i dati nell'identità dell'organizzazione. La grande aspirazione è convincere ogni persona in azienda del valore dei dati, spingendoli a usare i dati con fiducia quando prendono una decisione e ispirando i colleghi a fare altrettanto. Secondo Tableau, attraverso la creazione di una cultura dei dati incentrata su cinque elementi (fiducia, mentalità, condivisione, community e talento), le aziende conseguiranno obiettivi di sempre maggiore successo e diventeranno ancora più dinamiche.

Ulteriori informazioni su <https://www.tableau.com/data-culture>

