

Contesto

La Data Digital Transformation, i Big Data e l’arrivo della Generative AI stanno cambiando il contesto e l’ecosistema in cui tutte le nostre aziende operano. Per mantenere saldamente il timone è importante avviare un cultural change trasversale a tutte le business unit. Questo cambiamento deve essere indirizzato da una chiara strategia aziendale legata all’asset più importante di questo periodo, cioè il dato, poiché è dallo sfruttamento concreto dei dati che si possono migliorare scelte e decisioni.

La Data Strategy è lo strumento principe per intraprendere con successo un percorso di Digital Transformation. Ogni percorso trasformativo, infatti, introduce nuovi obiettivi, tecnologie e comportamenti che l’intera organizzazione deve conoscere e condividere al proprio interno. La Data Strategy serve proprio a questo: definire in modo chiaro e condiviso come l’organizzazione può sfruttare i dati per mettere concretamente in atto la strategia di business.

Facendo emergere consapevolezza su priorità, benefici potenziali, tecnologie e metodologie necessarie, essa consente di:

- Individuare e colmare eventuali gap in termini di dati e tecnologie
- Identificare e risolvere criticità organizzative
- Avere chiara visione dello stato di maturità dei processi aziendali
- Valutare gli impatti di business e i benefici attesi
- Pianificare gli interventi di Data Governance.

Per raggiungere questi obiettivi è fondamentale costruire una “roadmap” che, collegata alla business strategy aziendale, comunichi a tutta l’azienda le strategie da perseguire e i relativi impatti, con l’obiettivo ultimo di costruire una moderna architettura del dato in grado di accogliere e supportare tutte le iniziative presenti e future di cui il business necessita. Il fulcro di questa architettura è una piattaforma di Business Intelligence.

Il termine Business Intelligence (BI) si riferisce a un insieme di strumenti e tecniche software che consentono a un’azienda di trasformare i propri dati in informazioni tempestive e precise per il processo decisionale. Il livello base della BI, sul quale si innestano i livelli più avanzati, è quello del data warehouse. Un data warehouse è un contenitore di informazioni che integra e riorganizza i dati aziendali in forma multidimensionale, per renderli disponibili a fini analitici. Esso costituisce il pilastro architettonico su cui costruire una data platform, e il primo passo progettuale verso un’azienda data-driven. Le informazioni presenti nel data warehouse possono essere analizzate tramite strumenti OLAP e cruscotti, con l’obiettivo di abilitare un processo decisionale consapevole e informato.

Obiettivi

- Valutare l’importanza di fare una Data Strategy
- Capire i pilastri fondazionali di una Data Strategy
- Approfondire alcuni aspetti chiave come la scelta delle tecnologie, i modelli operativi e la Data Governance al fine di supportare al meglio lo sviluppo di Use Case
- Conoscere i 3 livelli della BI
- Comprendere il ruolo di un data warehouse e valutare i benefici della sua adozione
- Conoscere le principali architetture di un sistema di data warehouse
- Capire il modello multidimensionale e le potenzialità di un’analisi OLAP

Destinatari

- IT Team e CDO office
- “Data Team”
- Middle management interessato a migliorare i processi relativi a Dati e Analytics

Durata e luogo

Il corso si compone di 2 giornate formative (09.30-17.30) e verrà erogato in video-conferenza con la piattaforma Zoom; il link con password sarà fornito a tutti gli iscritti con mail individuale

PROGRAMMA DETTAGLIATO

25 novembre 09.30-17.30

(Prof. Stefano Alpi)

9:30 - 13:00

- Business Strategy & Data Strategy: l’importanza di un legame fra i due processi
- La Data Strategy come strumento per la realizzazione di una Data & Analytics Platform a 360°
- Un caso reale di azienda del mondo Energy 1: La Data Strategy - la prioritizzazione delle esigenze e la definizione delle architetture del dato (con condivisione di un framework/acceleratore di processo)
- Un caso reale di azienda del mondo Services 2: La Data Strategy - impatti sul modello organizzativo
- Condivisione di alcuni use case avanzati in ambito Multi-utility abilitati grazie alla realizzazione di una Data Strategy enterprise

13.00 *Pausa pranzo*

14:00 - 17:30

- Perché la Data Governance è un pilastro fondamentale sul quale poggiare tutti i processi Data Driven
- La Data Governance: i 7 pilastri fondazionali
- I principali modelli operativi e organizzativi
- Un framework di riferimento per il modello Hub&Spoke
- I ruoli chiave della data governance
- Gli altri ruoli e le nuove skills a disposizione: Data Science, AI, ecc

28 novembre 09.30-17.30

(Prof. Stefano Rizzi)

9:30 - 13:00

- Il ruolo della BI nel sistema informativo aziendale; la piramide della BI
- Introduzione al data warehousing: concetti di base e terminologia
- Principali architetture dei sistemi di data warehouse
- ODS e data mart
- Le fasi dell’ETL

13.00 *Pausa pranzo*

14:00 - 17:30

- Il modello multidimensionale: fatti, dimensioni, misure, gerarchie
- Meccanismi di selezione e aggregazione
- Analisi dei dati: reportistica e OLAP
- Cenni a qualità e sicurezza

DOCENTI



Stefano Alpi (Bologna Business School)

È Co-Head of Innovation di Iconsulting oltre che Senior Manager della Practice Advisory. Da oltre 17 anni si occupa di fornire consulenza su progetti di Data Strategy, Data Platform, Performance Management e Data Digital Transformation per clienti di varie industry, dal Fashion ai Financial Services passando per l’Energy e l’Automotive. Le ricerche legate alla definizione di nuovi approcci e alle metodologie e tecnologie “game changer” sono fra le sue principali direttrici di investimento, per questo gli obiettivi di Stefano sono proprio orientati a portare queste innovazioni all’interno dei progetti di Iconsulting e supportare i clienti nelle fasi determinanti di definizione delle strategie legate al dato, affiancando i CxO aziendali in processi come la Strategy Roadmap, il Journey to Cloud, lo sviluppo Business Analytics e la definizione di processi di Data Governance e relativo Change management, supervisionando in seguito anche tutti i successivi sviluppi applicativi orientati a traguardare i vari obiettivi prefissati.



Stefano Rizzi (Bologna Business School)

Ha conseguito il dottorato di ricerca nel 1996 presso l’Università di Bologna. È diventato ricercatore dell’Università di Bologna nel 1995 e professore associato nel 1998. Dal 2005 è professore ordinario all’Università di Bologna e dal 2015 al 2021 è stato direttore dell’unità di Bologna del CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per l’Informatica). Dal 1997 è supervisore del gruppo di ricerca di Business Intelligence dell’Università di Bologna. Dal 2004 collabora con BBS come docente.
