

E' in aumento il numero di aziende che scelgono Watson Analytics per ottenere insights strategici in tempo reale

Milano - 11 mag 2015: IBM (NYSE: IBM) ha annunciato che organizzazioni di diversi settori e dimensioni stanno scegliendo Watson Analytics, una soluzione di analytics basata su cloud, per ottenere insights sempre più veloci, precisi e utili per le attività di business. Da Legends, una primaria azienda di servizi di ospitalità e pianificazione, a Mueller Inc., leader nella fabbricazione di edifici in acciaio e coperture metalliche, le organizzazioni stanno sempre più utilizzando Watson Analytics per migliorare i processi di business e il coinvolgimento del cliente, ottenendo nel contempo una più chiara comprensione delle fluttuanti dinamiche commerciali dovute alle vendite, al marketing e talvolta persino al clima.

Watson Analytics è un innovativo servizio di cognitive computing basato su linguaggio naturale, che fornisce ai professionisti di diverse discipline, quali marketing, vendite, operations, finance e risorse umane, un rapido accesso a tool di analisi potenti, predittivi e visual. Grazie alla collaborazione di IBM con Twitter, Watson Analytics consente inoltre ai clienti di analizzare il social sentiment, per trarne spunti relativi a programmi, prodotti, tendenze e molto altro ancora.

Dal momento del suo lancio, avvenuto nel mese di dicembre, più di 40.000 persone in tutto il mondo si sono registrate e stanno utilizzando Watson Analytics. Uno dei clienti citati è Mueller, leader nella produzione di coperture metalliche in tutta l'area centrale e sud-occidentale degli Stati Uniti, una zona nota per le sue condizioni climatiche estreme. Soltanto nello stato del Texas, i residenti dell'area che va da Panhandle alla Rio Grande Valley possono sperimentare condizioni di siccità in un determinato momento e subito dopo grandine con chicchi delle dimensioni di palline da golf e uragani.

Tuttavia, mentre i prodotti di Mueller sono in grado di sopportare le forze estreme scatenate da Madre Natura, il clima può comunque rendere più problematiche alcune sfide commerciali tradizionali, come ad esempio le previsioni dei ricavi.

“Prima di Watson Analytics utilizzavamo una semplice formula per misurare e prevedere i ricavi,” ha dichiarato Mark Lack, direttore analisi strategiche e business intelligence, presso Mueller. “Prendevamo i nostri ricavi, derivanti dal fatturato, aggiornati quotidianamente, li dividevamo per il numero di giorni lavorativi per ottenere la media quotidiana e poi moltiplicavamo il risultato per il numero di giorni rimasti nel mese. La formula in sé andava bene, ma non era mai precisa finché non si raggiungeva l'ultima settimana del mese.”

Con Watson Analytics è cambiato tutto: inserendo una serie di variabili nel sistema, comprendendo ogni aspetto, dai dati di fatturazione al numero di progetti in corso, persino al numero di telefonate ricevute, Mueller è stata in grado di realizzare costantemente previsioni di ricavi molto accurate, in modo rapido e semplice.

Avendo a disposizione ogni mese previsioni di ricavi più accurate, Mueller è stata in grado di iniziare a identificare e confermare i trend, ha dichiarato Lack. Con queste informazioni, l'azienda ha iniziato un processo di ottimizzazione del personale. “Con previsioni più accurate, siamo in grado di ridurre, se non eliminare totalmente, ogni congettura, così come le eventuali sorprese,” ha dichiarato Lack.

Ma, secondo Lack, l'aspetto più importante è la capacità di Watson Analytics di ispirare ulteriori query e analisi. "Il sistema fornisce risultati di ricerche e query così rapidamente (e in un formato di così agevole lettura) che fa nascere realmente nuove idee e nuove domande," ha dichiarato lo stesso Lack. "E questa è una caratteristica veramente unica di questo sistema."

Legends

Da parte sua, Legends, una primaria società di servizi di ospitalità e pianificazione per eventi sportivi professionistici e universitari, utilizza Watson Analytics per acquisire in modo rapido insights utili in una vasta gamma di aree di business, e più precisamente nelle sue attività nel settore ospitalità.

"Eravamo consapevoli di avere determinate location con delle performance di gran lunga migliori di altre, ed eravamo interessati a capirne le ragioni," ha dichiarato Jon De Lord, direttore insights and analytics presso Legends. "Dopo aver caricato i dati riguardanti i tempi delle transazioni, le presenze, il numero di stand aperti e persino il clima, siamo stati in grado di identificare numerosi fattori critici per il successo operativo."

Annunciato anche Watson Analytics Professional

IBM ha annunciato un'estensione delle funzionalità di Watson Analytics con il rilascio di Watson Analytics Professional, una nuova versione che offre agli utenti funzionalità ancora più business-centric, quali ad esempio una funzione di collaborazione che permette a più persone di lavorare contemporaneamente in un unico dataset di Watson Analytics.

Inoltre, per la prima volta, la nuova versione supporta IBM dbDash, i database IBM DB2, i connettori API Java Database Connectivity (JDBC) per database SQL, IBM SQL Database per Bluemix e riporta i dati del software di business intelligence di IBM Cognos 10. Questo supporto esteso permette alle organizzazioni di caricare e analizzare nuovi enormi flussi di dati provenienti da tutte le varie funzioni aziendali. Le prime versioni di questa soluzione, Free e Personal, supportano gli spreadsheet CSV ed Excel. Oltre al supporto per i database, Watson Analytics Professional presenta nuovi connettori che consentono agli utenti delle applicazioni di storage cloud Dropbox e Box di caricare i fogli di calcolo dai loro account per l'analisi.

"Siamo entusiasti di utilizzare Watson Analytics Professional nel prossimo futuro," ha dichiarato De Lord di Legends. "La piattaforma ci permetterà di sperimentare nuove significative aree di analisi e approfondimenti che porteranno ad un aumento dell'efficienza delle nostre attività e ad un'esperienza più ricca per i nostri ospiti."

Lack di Mueller concorda. "Grazie alla possibilità di collaborare, si dispone di più occhi per analizzare i risultati," ha dichiarato. "Questo significa che non sarò soltanto io ad esaminare i dati. Inoltre, con Watson Analytics, le persone sviluppano nuove idee quando vedono i loro risultati visualizzati in grafici e tabelle in modo così rapido."

L'adozione diffusa di Watson Analytics sta apportando capacità di analisi di cui vi era estrema necessità in varie aree all'interno delle organizzazioni, secondo Alistair Rennie, General Manager di Analytics Solutions in IBM. "Mueller e Legends sono buoni esempi di come aziende molto diverse tra loro stiano sfruttando questa potente

soluzione per ottenere insights strategici in modo veloce,” ha dichiarato. “Con Watson Analytics abbiamo esteso le funzionalità di analisi a tutti all'interno di un'organizzazione, e con la versione Professional stiamo ora offrendo la possibilità di collaborare e connettersi ad una vasta gamma di importanti informazioni.”

Twitter

Watson Analytics Professional offre inoltre agli utenti l'accesso a 50.000 tweet per ogni dataset, per ottenere una migliore comprensione del social sentiment relativo ad un particolare argomento di analisi. La soluzione, che ha un costo di 80 USD per utente/mese, supporta inoltre fino a 100 GB di spazio di storage di dati.

Watson Analytics Professional si unisce così ad altre due soluzioni della stessa famiglia: Watson Analytics Personal, che ha un costo di 30 USD per utente/mese e supporta fino a 2 GB di storage di dati, e Watson Analytics, che è gratuito per gli utenti e supporta fino a 500 MB di storage.

<https://it.newsroom.ibm.com/2015-05-11-E-in-aumento-il-numero-di-aziende-che-scelgono-Watson-Analytics-per-ottenere-insights-strategici-in-tempo-reale>