

IBM presenta nuovi servizi di data insight con Twitter e The Weather Company

Milano - 12 nov 2015: IBM (NYSE: IBM) ha annunciato i nuovi Servizi IBM Insight Cloud che introducono un nuovo approccio per trarre dai dati il maggior numero di informazioni possibile. Grazie alla collaborazione con Twitter e The Weather Company, nonché all'uso di insiemi di dati open source e di dati di proprietà aziendale, i Servizi IBM Insight Cloud aiutano le aziende a eliminare le interferenze nei dati non strutturati, a trasformare i dati in streaming in dati utilizzabili per migliorare i risultati di business in vari settori industriali quali retail, assicurazioni, media e entertainment. L'enorme quantità di dati che le imprese cercano di acquisire e interpretare - piena di interferenze e incertezze, e con sempre meno contenuti strutturati - è destinata a ampliarsi ancora più velocemente con l'avvento dei sistemi cognitivi, che apprendono collegando i dati tra loro per meglio comprendere il contesto e scoprire nuovi modelli di insights.

Per affrontare questa sfida, IBM presenta nuovi servizi di analytics, basati su cloud che uniscono dati interni ed esterni, utilizzando modelli analitici sviluppati da IBM. Gli Insight Cloud Services permettono di trovare elementi importanti all'interno degli insiemi di dati complessi, di collegarli e fornire informazioni che le aziende possono impiegare direttamente nelle loro applicazioni e nei loro processi di business.

Gli Insight Cloud Services aiutano le imprese a trarre vantaggio dalla tecnologia cognitiva, imparando man mano da un'ampia varietà di dati e ricevendo feedback dai risultati che emergono, con l'obiettivo di ottenere esiti più precisi. Ad esempio, una compagnia di assicurazioni può sfruttare al meglio i dati avvertendo i clienti riguardo a condizioni meteorologiche sfavorevoli, riducendo così le richieste di risarcimento e migliorando la customer satisfaction.

IBM Insight Cloud Services sono disponibili attraverso le seguenti offerte:

- **IBM Insight APIs for Developers** : quattro nuove API disponibili per gli sviluppatori attraverso IBM Bluemix, la piattaforma di IBM per lo sviluppo di applicazioni cloud, per incorporare dati meteorologici, storici e previsionali, provenienti da The Weather Company, in applicazioni web e mobile; e due API che consentono agli sviluppatori di incorporare nelle app contenuti di Twitter - arricchiti dagli insights di IBM - da stream Decahose o PowerTrack.
- **IBM Insight Data Packages for Weather:** nuovi insiemi di dati di IBM e The Weather Company in bundle, personalizzati per settore d'industria e disponibili sul cloud IBM. Basati su una varietà di data feed meteorologici, che forniscono qualunque aggiornamento, dagli allerta in tempo reale per gravi calamità alle previsioni stagionali, i pacchetti di dati possono aiutare gli assicuratori a utilizzare le informazioni meteo per avvisare gli assicurati in merito a grandinate che possono causare danni materiali; aiutare le utility a prevedere la domanda e individuare le probabili interruzioni dei servizi; aiutare i governi locali a sviluppare piani di emergenza dettagliati in previsione di condizioni meteo avverse, e consentire a molti settori, come quello del retail, di utilizzare i dati per ottimizzare le attività operative, ridurre i costi e scoprire opportunità di ricavi in anticipo sulle variazioni meteorologiche.
- **IBM Industry Analytics Solutions:** un insieme di soluzioni pre-costruite, che sfruttano le tecniche cognitive di IBM Insight Cloud Services per consentire agli utenti aziendali di affrontare le sfide specifiche del settore di appartenenza. Si tratta dell'evoluzione di una serie di soluzioni presentate da IBM nel maggio 2015, che forniscono alle imprese la possibilità di generare nuovi tipi di informazioni basate sul comportamento dei

clienti. IBM continua nel proporre queste nuove soluzioni per fornire maggiori insight per il merchandising, la pianificazione della domanda e il profilo del mercato, combinando i dati provenienti da diverse fonti esterne, quali Twitter, The Weather Company e altri. Ad esempio, IBM Demand Insights aiuterà ad analizzare la correlazione tra le vendite di singoli prodotti e condizioni meteo, eventi, notizie, tendenze, commenti sui social network e altri fattori esterni, per individuare le forze che possono influire sull'attività di acquisto dei consumatori. Questa soluzione fornisce alle aziende del retail e produttrici di beni di consumo segnali importanti sulla domanda, che permettono loro di adattare le scorte, il personale e le promozioni. IBM Market Insights consentirà alle aziende del settore dei beni di consumo e dei media e entertainment di comprendere meglio chi sono i loro clienti e quali altri interessi potrebbero avere. La soluzione sfrutterà gli analytics di IBM per analizzare i commenti sui social media, al fine di sviluppare funzionalità in grado di definire un dato segmento di clienti o pubblico. Le informazioni possono essere utilizzate per ottimizzare la spesa pubblicitaria, migliorare il targeting delle campagne di marketing e anche valorizzare lo sviluppo di contenuti e prodotti.

“Insight Cloud Services aiuta i clienti a creare insights immediatamente utilizzabili”, ha dichiarato Joel Cawley, GM, Information and Insights as a Service, IBM. “IBM applica le competenze della scienza dei dati e degli advanced analytics per sfruttare i dati esterni, trovare e collegare le evidenze presenti in tali dati per creare nuovi insight e quindi fornirli incorporati nei processi di business dei clienti”.

“La combinazione della profonda conoscenza del settore e delle capacità di cognitive computing di IBM con i potenti dati disponibili in tempo reale grazie a Twitter sta cambiando il modo in cui le aziende prendono le decisioni”, commenta Chris Moody, VP di Data Strategy di Twitter.

“La piattaforma di cognitive computing di IBM, integrata con la piattaforma di previsioni meteorologiche più utilizzata e precisa del mondo, aiuterà ovunque le imprese pubbliche e private ad adottare le migliori decisioni possibili correlate alle condizioni del tempo”, spiega David Kenny, Chairman e CEO di The Weather Company.

Insight Cloud Services nascono dalla combinazione di tecnologie e risorse del portafoglio di Analytics di IBM, dell'infrastruttura cloud di IBM - SoftLayer, di tecnologie frutto delle partnership di IBM con The Weather Company e Twitter, e di un'ampia varietà di software open source e fonti di dati “open”. Questo servizio è stato testato e collaudato per supportare oltre 15 miliardi di chiamate di API al giorno, con una latenza estremamente bassa ed elevati livelli di disponibilità. IBM ha fatto convergere l'accesso ai dati di Twitter, a tutti i dati meteorologici attuali e storici di The Weather Company e oltre 150 fonti di dati open source, per migliorare le attività dei clienti. Questi servizi iniziali saranno potenziati nel corso del tempo, con l'aggiunta di un numero sempre maggiore di fonti di dati e il contributo di scienziati e ingegneri per la risoluzione di sfide nuove ed emergenti.

Per maggiori informazioni, è disponibile lo studio dell'IBM Institute for Business Value: Beyond Listening: Shifting focus to the Business of Social.

Per maggiori informazioni su IBM Analytics, visitate il sito www.ibm.com/analytics

Twitter, Inc.

Twitter (NYSE: TWTR) è una piattaforma globale che consente di esprimersi e conversare pubblicamente in tempo reale. Sviluppando un modo fondamentalmente nuovo in cui le persone fruiscono, creano, distribuiscono e scoprono i contenuti, Twitter consente a chiunque di fare sentire la propria voce in tutto il mondo all'istante e senza filtri. Il servizio è accessibile dal sito Twitter.com, da diversi dispositivi mobile e via SMS. Disponibile in più di 35 lingue, Twitter conta più di 316 milioni di utenti attivi al mese. Per maggiori informazioni, visitate il sito

about.twitter.com o seguite @twitter

The Weather Company

The Weather Company è la più grande azienda privata di previsioni meteorologiche. Attraverso i marchi The Weather Channel (weather.com) e Weather Underground (wunderground.com), The Weather Company fornisce a milioni di persone ogni giorno le previsioni, i dati e i contenuti meteorologici più accurati e precisi, collegandoli tramite televisione, web, schermi di dispositivi mobili e tablet, oltre a partner editoriali terzi tramite API. L'azienda ha una capacità di previsione illimitata e ineguagliata, fornendo 13 miliardi di richieste di previsioni al giorno in media e addirittura 26 miliardi nei giorni di maltempo, quasi tre volte in più di qualsiasi altro fornitore. Attraverso la sua divisione business-to-business, che costituisce il fornitore leader mondiale di soluzioni aziendali basate sul meteo, la società fornisce servizi di previsioni meteorologiche professionali di livello superiore, per settori quali media, aviazione, assicurazioni ed energia. The Weather Company è di proprietà di un consorzio, costituito da NBCUniversal e dalle imprese di private equity The Blackstone Group e Bain Capital. Per maggiori informazioni, visitate il sito www.theweathercompany.com.

<https://it.newsroom.ibm.com/2015-11-12-IBM-presenta-nuovi-servizi-di-data-insight-con-Twitter-e-The-Weather-Company>