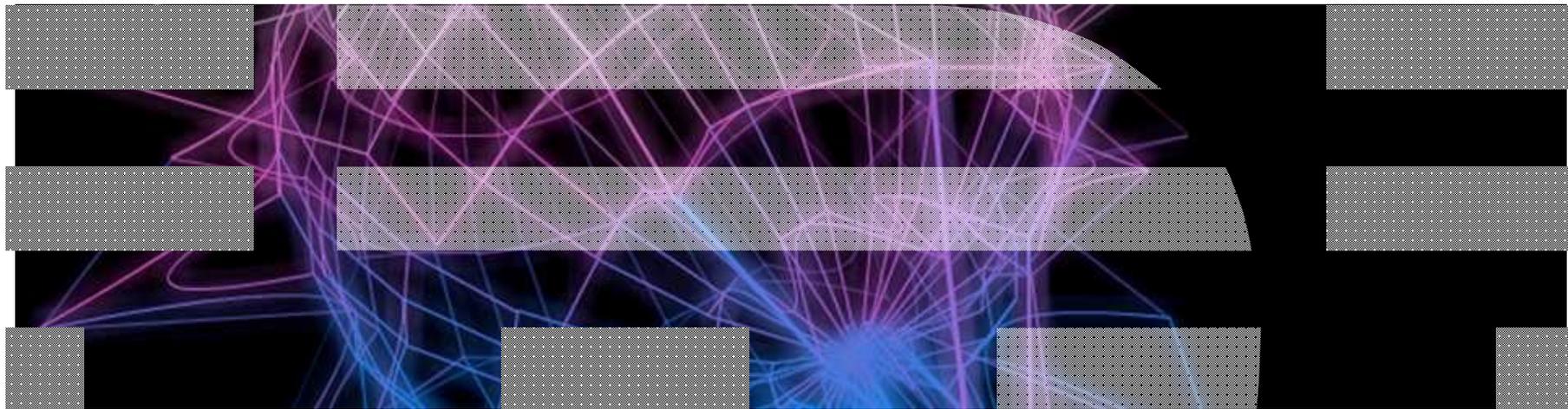


16/09/2010

Alla ricerca di continua ottimizzazione



IBM SmarterSystems

Agenda

- Alla ricerca di continua ottimizzazione
- L'ottimizzazione realizzata dai Clienti, casi di business
- Advanced Customer Insight for customer loyalty and profitability
- Una soluzione di business analytics completa a supporto dei processi decisionali
- Sessione Q&A

Il mercato competitivo ha accelerato la richiesta di informazioni

Telco



Agicom ha Proibito la Retention

Utilities



Deregolamentazione Energia & Gas

Banche



Credit Crunch

Automobile



Focus su Customer Service

Pubblica Amministrazione



Monitoraggio Migliore dei Parametri Finanziari e Operazionali

Alla ricerca di continua ottimizzazione Un cambiamento è in corso

OSTACOLI

- “Per il 2012, nel mondo, più del 35% delle prime 5,000 aziende regolarmente sbaglierà nel prendere decisioni consapevoli relative a cambiamenti significativi nel proprio business e sul mercato”
- “Anche se l’ IT eccelle nella realizzazione di infrastrutture di BI, gli utenti di business non sono più confidenti nella sua capacità di fornire le informazioni di cui hanno bisogno per prendere le decisioni.”

Gartner

Gartner Reveals
Five Business Intelligence Predictions for 2009 and Beyond

Sfruttare il valore potenziale delle informazioni per il Business

Information Silos

Volume & Variety

Business Velocity

59% dei manager **perde informazioni** utili per il Business

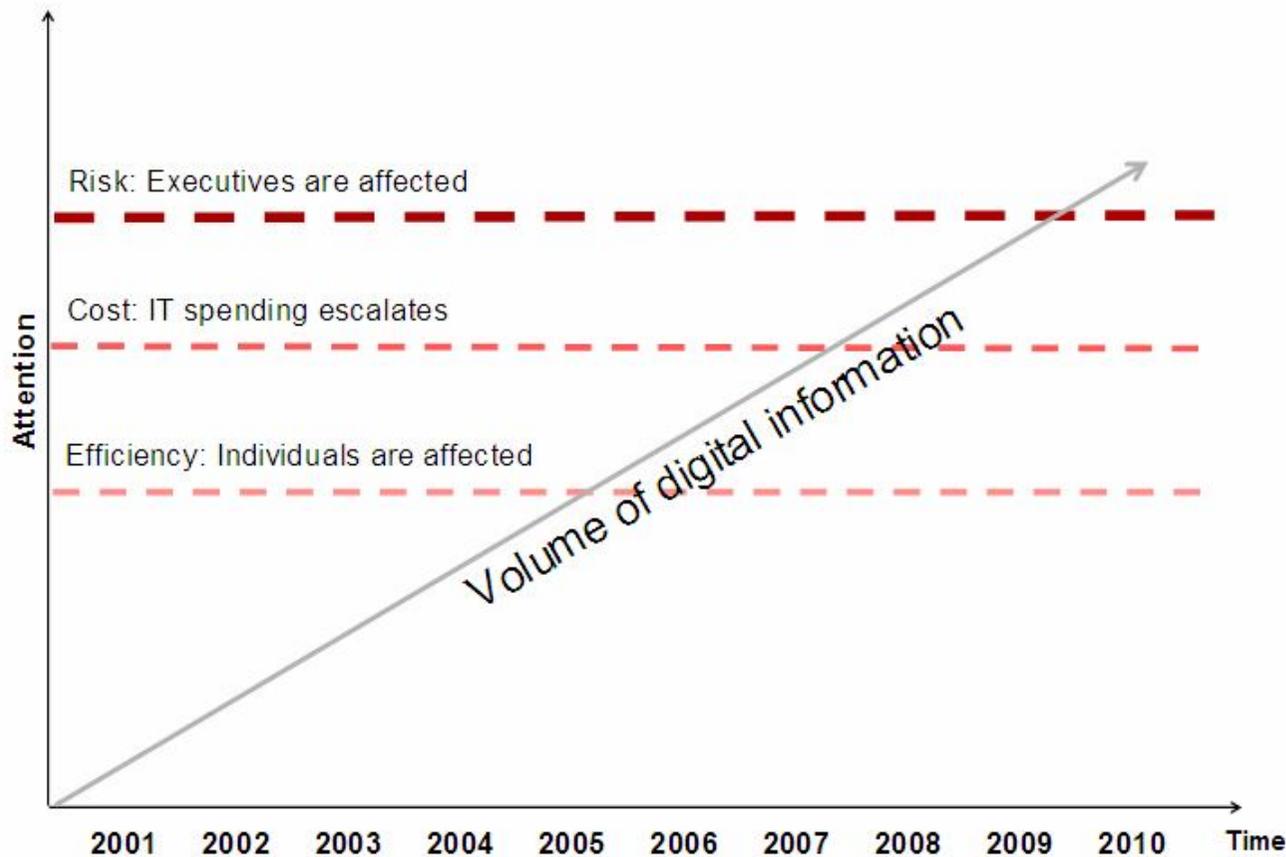
47% degli utenti **non ha fiducia** nelle informazioni di cui dispone

42% dei manager **usa informazioni sbagliate** Almeno 1 volta a settimana

IBM SmarterSystems, 2007

IBM Corporation

High volume of digital information are now effecting executives needs



Gartner

La sfida: sistemi sempre attivi e che danno valore!

Da superare:

- ☑ L'incubo dell'integrazione che sconvolge l'ambiente esistente
- ☑ Sistemi mal progettati che non scalano
- ☑ L'incapacità di soddisfare i livelli di servizio a causa dell'indisponibilità del sistema
- ☑ Sistemi incompleti
- ☑ Difficile manutenzione dei sistemi con conseguente peggioramento delle prestazioni o forzata inattività

... per riconoscere le opportunità e prendere le giuste decisioni velocemente!



- ☑ Vendite – comprendere le necessità dei clienti per cogliere le opportunità sulla base di comportamenti noti o redditività dei clienti
- ☑ Operations – tracciare dei modelli d'acquisto per gestire inventario e prevedere le richieste
- ☑ Call Center - comprendere le attività più recenti dei clienti o prevedere con esattezza “la perdita di un cliente”
- ☑ Marketing - riconoscere rapidamente le nuove tendenze di acquisto o quelle ad alto valore sulla base del comportamento del cliente per indirizzare promozioni ed offerte

Uno “smarter planet” richiede “smarter analytics”



Scopri le intuizioni attraverso l'acquisizione e la sintesi delle informazioni da una varietà di fonti



Prevedi i risultati attraverso il consolidamento di sistemi per stabilire una visione integrata del business



Agisci più velocemente in tempo reale con le conoscenze aziendali per capire meglio le preferenze dei clienti

