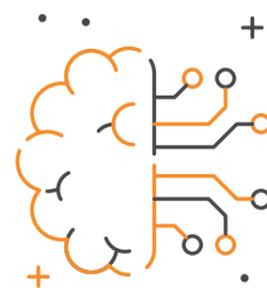




+ + + + + +
+ + + + + +
+ + + + + +

COSTRUIRE MODELLI, FARE ANALISI PREDITTIVE, MISURARE I COMPORTAMENTI. SONO SOLO ALCUNE DELLE FUNZIONALITÀ DI ADVANCED ANALYTICS DISPONIBILI GRAZIE ALL'ELABORAZIONE DEI DATI AZIENDALI MEDIANTE L'ADOZIONE DI ALGORITMI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE.



ADVANCED ANALYTICS

L'AI al servizio del controllo di gestione e dell'analisi dei dati

Quello dell'Intelligenza Artificiale è un tema caldo nel dibattito pubblico, soprattutto da quando Open AI ha reso disponibile a tutti il sistema Chat GPT. Se però intorno all'AI si moltiplicano commenti, considerazioni e previsioni, pochi sono gli interventi volti a spiegare concretamente le effettive potenzialità delle nuove tecnologie a supporto delle strategie di business.



Al Brixia Forum di Brescia lo scorso 24 maggio, in occasione dell'EOS Customer Day, si è realizzato un grande momento di informazione e approfondimento che ha permesso ai clienti di EOS Solutions ospiti dell'evento di conoscere opportunità e applicazioni dell'AI dedicate al mondo delle PMI italiane. Tra i tanti argomenti trattati durante la giornata, grande risalto è stato dato alle nuove soluzioni sviluppate dalla business line Controlling & Analytics di EOS.

Grazie ai processi di Digital Transformation, le aziende hanno scoperto negli ultimi anni tecnologie e sistemi utili a costruire Customer Experience personalizzate, a

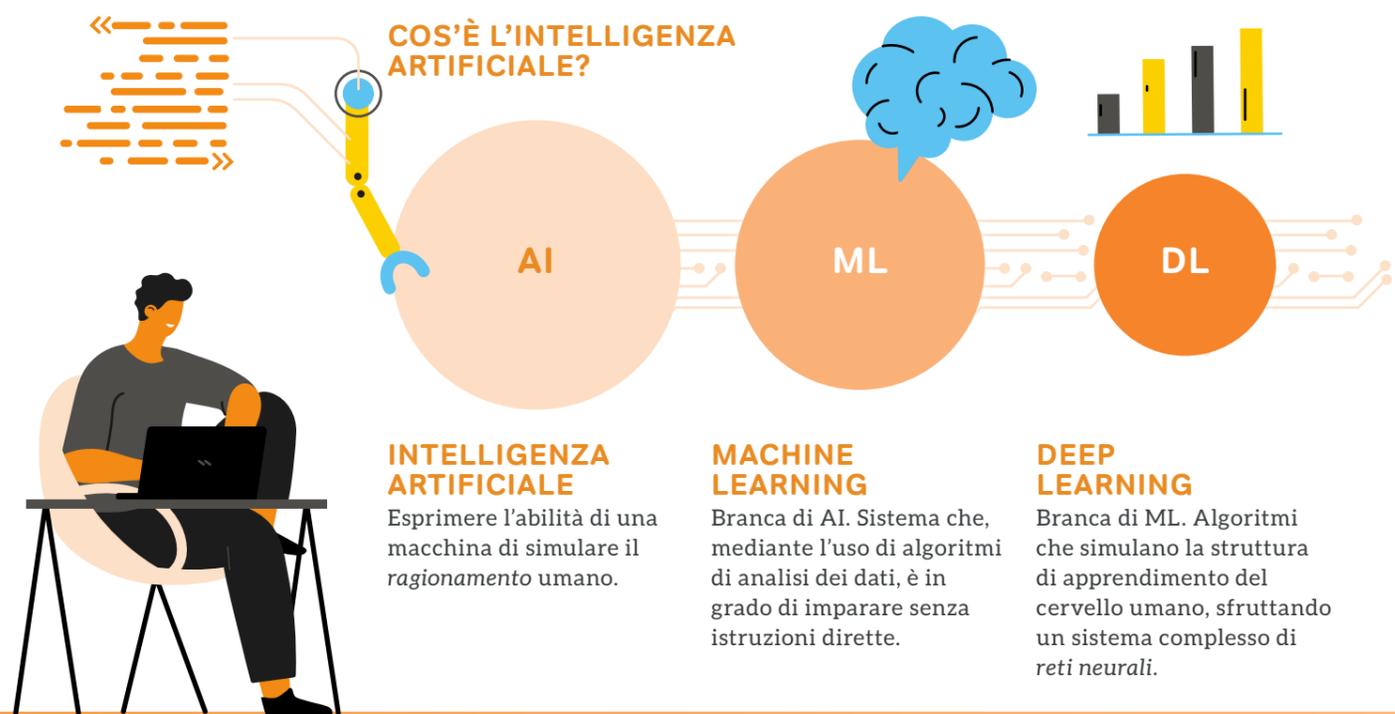
migliorare la produzione, a ridurre i costi di gestione e a utilizzare i dati come asset strategico. Sono i dati, infatti, il cuore dell'azienda digitale: la capacità di analizzarli per prendere decisioni migliori, più informate, può fare la differenza sul mercato. EOS Solutions ormai da tempo offre soluzioni di Business Intelligence utili alla lettura dei dati e alla simulazione di scenari, tali strumenti si basano su Microsoft Power BI ed EOS PowerSuite, l'acceleratore sviluppato da EOS Solutions. A questi strumenti, ormai noti e consolidati, oggi si aggiungono le soluzioni di **Advanced Analytics** che, attraverso l'utilizzo dell'AI, consentono di ottimizzare la gestione di processi e potenziano l'operatività.



Di cosa parliamo quando parliamo di Advanced Analytics?

Con **Advanced Analytics** si intende la possibilità di analizzare in modalità autonoma o semi-autonoma dati e contenuti, con strumenti che superano quelli della tradizionale Business Intelligence, con l'obiettivo di scoprire relazioni e correlazioni, di fare analisi previsionali, sviluppare raccomandazioni.

Le soluzioni proposte da EOS si basano sui modelli di Machine Learning (in particolare Deep Learning), un'applicazione dell'intelligenza artificiale che, mediante l'uso di algoritmi di analisi dei dati, è in grado di imparare senza istruzioni dirette.



FORECASTING

MODELLO DI PREVISIONE DELLE VENDITE.

Modello previsionale che utilizza i dati storici per effettuare previsioni su quantità/valore venduto per ogni articolo.

- VANTAGGI** ✓
- Ottimizzare le campagne marketing
 - Adeguare le politiche di approvvigionamento (acquisti) e di magazzino (scorte)



CHURN PREDICTION

MODELLO PREDITTIVO DI ABBANDONO DEL CLIENTE.

Modello previsionale che utilizza i dati storici per calcolare per ogni cliente la probabilità che, entro un certo arco temporale, smetta di acquistare.

- VANTAGGI** ✓
- Individuare preventivamente i clienti a rischio abbandono e poter agire anticipatamente
 - Aumentare la Customer Retention
 - Migliorare la conoscenza del cliente
 - Realizzare strategie commerciali più mirate



CLUSTERING

MODELLO DI CLUSTERIZZAZIONE DEL PORTAFOGLIO CLIENTI.

Metodo statistico di raggruppamento in classi non assegnate a priori in base alle loro caratteristiche.

- VANTAGGI** ✓
- Migliorare la conoscenza della clientela
 - Ottimizzare le strategie di segmentazione
 - Realizzare campagne marketing mirate



RECOMMENDATION ENGINE

MODELLO DI PROPENSIONE DI ACQUISTO.

Sistema che prevede a quali articoli/servizi un cliente potrebbe essere interessato, sulla base degli acquisti precedenti.

- VANTAGGI** ✓
- Ottimizzare le vendite in ottica cross-selling
 - Incrementare la customer care



LEAD SCORING

MODELLO PREDITTIVO DI CONVERSIONE DEI LEAD IN CLIENTI.

Applicazione che utilizza i dati storici per assegnare un punteggio a ogni lead, quantificandone la propensione a diventare un cliente.

- VANTAGGI** ✓
- Ottimizzare l'attenzione e lo sforzo commerciale sia in termini di tempo che di risorse su prospect a più alto potenziale
 - Creare sinergia con il CRM

LE SOLUZIONI EOS PER L'ADVANCED ANALYTICS

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

INTERVISTA AL TEAM "ADVANCED ANALYTICS"

L'applicazione dell'AI e del Machine Learning all'analisi dei dati sta evolvendo molto rapidamente.

L'analisi non è più soltanto descrittiva (di cosa è accaduto e sta accadendo), ma anche predittiva (di cosa accadrà) e prescrittiva (di cosa si dovrebbe fare). Questo, a tendere, influenzerà anche le scelte strategiche aziendali. Come ha fatto notare Alec Ross nel suo intervento all'EOS Customer Day, bisognerà saper fondere le competenze dell'AI con la saggezza umana.

Come state affiancando i clienti nella formazione sulle potenzialità e i cambi di paradigma che dovranno affrontare nei prossimi anni con l'adozione su larga scala dell'AI in tutti i processi aziendali anche a livello decisionale e strategico?

EOS ha iniziato a lavorare ad una soluzione in tale ambito nell'ultimo anno, creando contestualmente un team dedicato denominato "Advanced Analytics". Oggi siamo in grado di offrire ai nostri clienti una proposta in ambito AI basata su tecnologia Microsoft Azure: **PowerPredictive**.

È uno strumento di intelligenza artificiale avanzato e al contempo intuitivo, disegnato su servizi Azure

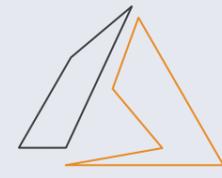
(ad esempio, Azure Machine Learning, Azure Data Factory e Power BI) che supporta concretamente i clienti nell'integrare efficacemente i processi aziendali con le informazioni derivate da suddette analisi.

L'implementazione di un progetto di AI comporta una duplice interazione: comprendere le esigenze dei nostri clienti e veicolare nel modo più efficace possibile come il valore aggiunto dell'intelligenza artificiale può portare benefici nei processi strategici-decisionali.

Fondamentale è la sinergia tra i risultati che l'intelligenza artificiale offre e la capacità interpretativa degli stessi da parte dei key-users coinvolti. Infatti, i clienti sono sempre chiamati ad interpretare i risultati delle analisi e capire come sfruttarli; è proprio in questa fase cruciale che entra in gioco il ruolo fondamentale della "saggezza umana" così come definita da Alec Ross.

MARIA ALBANO - Business Intelligence Specialist

GIUSEPPE ROMANO - Team Leader Analytics Implementation



POWER PREDICTIVE

