



Definizione di un modello in-formativo sulle modalità e le competenze necessarie a gestire i big data a supporto delle decisioni aziendali

SCENARIO DI RIFERIMENTO

L'area che si estende da Modena a Ravenna in un senso e a Ferrara verso nord, con Bologna come centro di massimo potenziale economico, è una di quelle che in Italia sta vivendo con più forza la grande transizione digitale. Qui il potenziale delle applicazioni Big Data ha un fortissimo contenuto innovativo, ha una specificità che può essere declinata in modalità assolutamente profilate e sartoriali e che è trasversale e pervasiva. In questa area hanno già prodotto diversi casi di applicazioni originali, ma si può fare di più, superando il concetto che il digitale non riguarda solo alcuni settori né è un tema solo per specialisti, ma materia preziosa per la strategia di un'impresa.

TARGET

Questo progetto intende dare un contributo proprio in tale direzione, per mettere al lavoro sui Big Data manager NON di area ICT, in modo da pervenire a best practices "potenziali", cioè non riferite ai needs di una singola azienda, ma elaborate su dati realistici. Il progetto è rivolto a circa 10 manager in servizio presso altrettante aziende aderenti a Fondirigenti, rappresentative delle specificità del tessuto produttivo delle 4 province coinvolte, che verificano su quali piste e con quali strumenti si possa ulteriormente allargare una cultura dell'utilizzo dei Big Data nell'industria.

Possono essere coinvolti un numero, minoritario e comunque non superiore a 4 unità, di manager in volontaria e transitoria inoccupazione

OBIETTIVI

La rivoluzione digitale ha portato ad un'esplosione della quantità di dati e informazioni disponibili, che non sono facili da gestire utilizzando gli strumenti tradizionali, come i database, normalmente usati da professionisti IT. Formare manager dotati di competenze multidisciplinari in grado di gestire l'acquisizione e la gestione dei dati è un processo lungo e complesso, ma dare loro le nozioni di base per comprendere le logiche alla base di questi sistemi è possibile ed è il principale obiettivo di questo progetto, che li renderà autonomi nell'effettuare una prima valutazione delle basi di dati. Avendo i concetti di base chiari, infatti, risulta possibile valutare e scegliere gli strumenti e i modi più appropriati per ottimizzare le decisioni manageriali. Poter condividere con una guida sicura (ovvero i mentor di questo progetto) quelle metodologie e tecnologie è un ulteriore importante obiettivo che questo percorso si propone, al fine di far entrare la cultura dei Big Data in un numero sempre più ampio di aziende dei territori considerati.

Stanti queste esigenze il progetto si pone l'obiettivo di mettere a punto un modello in-formativo rivolto ai dirigenti sull'utilità e le modalità di gestione dei big data in azienda.

ATTIVITÀ CORE

Il progetto parte con una Quick Survey destinata ai dirigenti iscritti a Federmanager delle province interessate dal progetto e basata su domande miranti a indagare



quanto nei territori coinvolti dal progetto i Big Data:

- siano conosciuti a livello teorico, e anche in quanto strumenti concreti;
- vengano già fatti oggetto di applicazioni nelle aziende dei rispondenti;
- siano già state identificate le competenze e le relative modalità di applicazione.

Vengono poi attivati due Focus Group con gli stakeholder del territorio di validazione dei risultati emersi nella quick survey e di identificazione dei temi chiave che sono poi affrontati nei laboratori. Partirà quindi un prototipo di percorso in-formativo di circa 70 ore, una serie di laboratori operanti in tre ambiti: uno di preparazione, uno più rivolto alla base industriale e l'altro più orientato al marketing.

RISULTATI

Infine si arriverà alla modellizzazione, il cui prodotto sarà messo in rete e diffuso sui territori interessati. Il modello finale conterrà le evidenze empiriche emerse prima nella Quick Survey, e poi nella sperimentazione laboratoriale; lo sviluppo dei concetti teorici e dei nuclei operativi agganciati agli strumenti utilizzati; la messa a valore delle esperienze costituenti l'oggetto dei Laboratori; l'enucleazione delle prassi operative da porre alla base di una azione di Adattabilità e dunque di Trasferibilità ad altre aziende.

