

BUSINESS INTELLIGENCE PER L'AZIENDA SNELLA

Prezzo: **Regular Price**
21,00 € **Special Price**
19,95 €



Codice	9788856822281
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	3 mar 2010
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Minella Roberto, Rolle Livio
Editore	Franco Angeli

Descrizione

La business intelligence – la raccolta di dati e informazioni e la loro trasformazione in conoscenze a supporto delle decisioni – è nella nostra era digitale la principale chiave per accrescere competitività. Il volume illustra un'esperienza estremamente istruttiva di applicazione (il caso Toyota). Presenta metodologie e best practice per implementarle e alcuni sviluppi tra cui le opportunità della Social Intelligence nel web 2.0.

In un contesto turbolento come l'attuale le aziende devono affrontare sfide difficili, in cui restare o divenire leader è spesso la sola garanzia di poter continuare a creare valore per gli stakeholders. A questo fine diventa essenziale la capacità di previsione degli eventi per operare scelte strategiche efficaci e mirate.

Toyota utilizza a questo scopo strumenti di Business Intelligence in un'ottica di azienda snella ed estesa (alle reti di concessionari, ai fornitori), coinvolgendo il cliente e sviluppando partnership vantaggiose. Toyota è particolarmente efficace nella BI poiché:

- la adatta alla propria cultura (principi di challenge e respect);
- la governa con strutture organizzative snelle (anche nella business relation con i Dealer);
- coinvolge le persone per il miglioramento continuo, sviluppandone sia la capacità di rispondere in modo flessibile al cambiamento sia l'abilità ad usare il pensiero snello, uno degli elementi fondativi della cultura e del modo di essere di Toyota.

Un uso accorto della BI aiuta, perché consente di ragionare su informazioni, di anticipare tendenze, di rispondere in tempo reale, invece di dover macinare dati per preparare report sempre uguali.

Questo volume individua gli usi della Business Intelligence, in particolare nel settore automotive, e i vantaggi dell'Hoshin Kanri nell'assicurarne l'allineamento strategico. Presenta un modello per valutare il livello di maturità raggiunto e strumenti, metodologie e best practice per implementarla. Infine alcuni possibili sviluppi tra cui le opportunità della Social Intelligence nel web 2.0.

La business intelligence: IT al servizio del business

(Definizione di business intelligence; Obiettivi e applicazioni della BI; Origini della BI; Fasi e classificazioni della BI; Architettura e componenti della BI; Livelli di maturità della BI in Italia)

La BI nell'automotive

(Scenari di settore e possibile contributi della BI; Dai sistemi di gestione alla gestione integrata orientata al business; L'azienda estesa e la costruzione di vantaggi competitivi sui concorrenti; Funzioni della BI per casa madre e concessionari e relativi vantaggi)

La BI integrata nella strategia

(Pianificazione strategica: hoshin kanri in Toyota; Balanced scorecard; Allineamento strategico in base alle metriche; Dalla BI al business process management)

Il processo di realizzazione della BI

(Individuazione del livello di maturità e delle priorità; Scelte di implementazione; Sviluppo di un progetto di BI; Scelte organizzative per la BI: le persone al centro; Sicurezza dei dati e privacy; Problematiche di realizzazione; Fattori di successo e

best practice per la realizzazione)

Sviluppi futuri della BI

(Strumenti, tecnologie e tecniche di raccolta dati; Strumenti di analisi e decisione automatica; Analisi di dati non strutturati o tratti dal web; Strumenti di BI 2.0, o BI del sociale; Modalità organizzative di accesso e utilizzo della BI)

Glossario essenziale degli strumenti della BI e degli acronimi usati nel testo

Bibliografia essenziale.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

