

**Comunicato Stampa****“DATI INTEGRATI E DI QUALITÀ: LA CHIAVE PER UN RAPPORTO PERSONALIZZATO CON I CLIENTI”, SECONDO TIBCO E MINSAIT**

- **Presentato il white paper “Customer Data Platform e governance dei dati: Le chiavi per modernizzare il business”, realizzato da TIBCO e Minsait, presente oggi all’evento TIBCO NOW Global Tour 2019 a Londra**
- **Secondo il report, il 40% delle grandi aziende utilizza ancora soltanto dati interni per prendere decisioni cruciali per il business e il 44% delle aziende italiane ha la necessità di accelerare i tempi di analisi dei dati**
- **Saper governare fonti dati eterogenee e disporre di una Customer Data Platform (CDP) per consolidare le informazioni sono aspetti chiave per mettere il cliente al centro delle strategie di business**

**Roma, 26 settembre 2019.-** Negli ultimi anni il marketing tradizionale sta cedendo il posto a una comunicazione sempre più precisa e personalizzata. Le aziende devono creare un rapporto esclusivo con i clienti e mantenerlo coerente nei diversi canali di contatto. Per farlo, non è più sufficiente raccogliere dati ma è necessario convogliare tutte le informazioni in un unico luogo in modo tale da avere una visione complessiva del cliente.

Questo è quanto emerge dal white paper “Customer Data Platform e governance dei dati: Le chiavi per modernizzare il business” realizzato da TIBCO, multinazionale americana, e Minsait, società di Indra, presente oggi all’evento TIBCO NOW Global Tour 2019 a Londra.

La Customer Data Platform (CDP) è, infatti, un “crocevia” dove arrivano le informazioni provenienti da tutte le fonti di contatto: punto vendita, e-commerce, CRM, messaggi social, contact center, banche dati esterne, ecc. Informazioni che, elaborate con tecnologie avanzate quali Big Data, intelligenza artificiale (AI) e machine learning, raccontano chi è il cliente, consentendo un rapporto e una comunicazione sempre più personalizzata.

In questo modo, l’innovazione tecnologica può aprire nuovi orizzonti, soprattutto in Italia, dove – secondo il Politecnico di Milano - il 40% delle grandi aziende utilizza ancora soltanto dati interni, di cui la maggior parte (76%) consiste in dati transazionali. Secondo il rapporto, questo è sintomo di un ritardo nelle capacità di avvalersi di nuove fonti, come le banche dati pubbliche, e di creare nuovi business valorizzando i propri dati.

Il restante 60% si dimostra invece più aperto e coglie l’opportunità di scambiare dati con l’esterno, integrando dati di fonti e formati differenti come dati geo-spaziali, dati testuali, CRM, social, e-commerce e dati web strutturati.

“Più della quantità dei dati conta la qualità. Con la CDP diventa possibile tener conto dei fattori che normalmente non vengono considerati nelle analisi su clienti, come correlazioni con dati d’inventario, di produzione, spostamenti del cliente nel punto vendita e rilevazioni di sensoristiche IoT, con impatti diretti sulle vendite”, ha spiegato Roberto Carrozzo, responsabile Business Intelligence & Business Analytics di Minsait in Italia.

## Comunicato Stampa

Tra le realtà internazionali più significative nella realizzazione di piattaforme di Customer Data figura, infatti, Minsait, la società di Indra leader per l'IT e la Digital Transformation. Forte della sua lunga esperienza in Master Data Management, Minsait ha creato delle CDP in cloud molto efficienti, grazie alle quali è possibile segmentare i clienti in tempo reale o quasi reale.

In questo modo, Minsait risponde all'esigenza espressa dal 44% delle aziende italiane di accelerare i tempi di analisi. Infatti, se le CDP vengono aggiornate ogni 15-30 minuti, le aziende possono effettuare azioni di marketing tempestive come applicazione di sconti, raccomandazioni d'acquisto, assistenza via chatbot durante la visita in negozio.

“Tra le priorità da tenere in considerazione – prosegue Carrozzo - nella creazione di una Customer Data Platform non vi è solo la tecnologia ma anche la necessità di trovare soluzioni per trattare i dati in modo sicuro e aderente alla normativa e, in primis, al GDPR. Per una corretta implementazione del sistema è inoltre imprescindibile sviluppare un progetto di natura organizzativa e culturale riunendo intorno allo stesso tavolo il top management con i responsabili del marketing e delle piattaforme IT interne”.

Nella creazione di CDP, Minsait si avvale della tecnologia TIBCO EBX. Lo strumento, creato dalla storica azienda statunitense di produzione software TIBCO, presenta il vantaggio di non richiedere scrittura di codice. Le funzionalità di EBX sono utili per la modellazione, validazione e pulizia dei dati, il matching & merging, il supporto dei workflow e la data governance anche in realtà multidominio.

Gli analisti di Gartner riconoscono, infatti, a TIBCO EBX una specifica superiorità sui concorrenti nel supporto dei casi d'uso, mettendo la piattaforma al primo posto nelle categorie: applicazioni B2B di customer data management; utilizzo nell'inbound; nell'outbound (la gestione delle informazioni di prodotto) e nel master data management (nel supporto di MDM multi dominio).

“Oggi per riuscire a competere nei vari settori di business è necessario avere una visione chiara e completa di tutti i dati che sono disponibili all'interno di un'azienda. TIBCO EBX abilita in un'unica soluzione, la gestione, la governance e il consumo dei dati. È molto importante che la soluzione di data management che un'azienda sceglie non sia solo uno strumento valido per i data expert, ma che sia anche facile da usare in modo da essere utilizzata da più figure e settori all'interno dell'azienda”, afferma Maurizio Canton EMEA CTO & Customer Success.

### Tibco

TIBCO abilita il business digitale permettendo decisioni migliori e azioni più veloci e smart grazie a TIBCO Connected Intelligence Cloud. Le soluzioni TIBCO integrano API, sistemi, device e persone, raccolgono dati in real-time ovunque essi siano, e consentono azioni di business più intelligenti attraverso insights ed advanced analytics. Per saperne di più [www.tibco.com](http://www.tibco.com)

### Minsait

Minsait, società di Indra ([www.minsait.com](http://www.minsait.com)), è l'azienda leader nella consulenza negli ambiti della Digital Transformation e delle Information Technologies in Spagna e America Latina. Possiede un alto grado di specializzazione e conoscenza del settore, grazie alle sue capacità di integrare il mondo core con il mondo digitale, alla sua leadership nell'innovazione e nella trasformazione digitale e alla propria flessibilità. In questo modo la società focalizza l'offerta su proposte di valore ad alto impatto, basate su soluzioni end-to-end, con un notevole grado di segmentazione, che le consente di raggiungere risultati tangibili per i propri clienti in ogni

## Comunicato Stampa

settore con un focus sulla trasformazione. Le proprie capacità e leadership si riflettono nella suite di prodotti proprietari, sotto il marchio Onesait, e nella vasta gamma di servizi offerti.

In Italia Minsait conta più di 1.000 professionisti che lavorano presso le sedi di Roma, Milano, Napoli, Bari e Matera. La società ha sviluppato competenze avanzate in ambiti innovativi come Content & Process Technologies, Customer Experience Technologies, Solutions Architects e Data & Analytics, che consentono di offrire soluzioni e servizi ad alto valore aggiunto nei mercati in cui opera. Minsait ha localizzato in Italia il proprio centro di eccellenza globale per le tecnologie Customer Experience, completando la sua vasta presenza geografica con una consolidata capacità locale di produzione e delivery grazie ai centri di Napoli, Matera e Bari.

Scarica il White Paper [“Customer Data Platform e governance dei dati”](#)