



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

I PARTNER DELL'INIZIATIVA

Il progetto ABIGAIL(M), Acquire BIGDATA e analytics per l'innovazione e il lavoro manageriale è il risultato di un'iniziativa strategica di Fondirigenti. Nasce da una collaborazione tra Fondazione Aldini Valeriani, Federmanager BO-RA-FE e Federmanager Academy.

GLI OBIETTIVI, I TARGET E LE ATTIVITA' SVOLTE

Gli obiettivi dell'iniziativa sono stati:

- 1) costruire uno STATO DELL'ARTE sulla cultura che manager e figure apicali delle imprese delle province coinvolte hanno in materia di Big Data;
- 2) avviare una serie di LABORATORI E AZIONI SPERIMENTALI, non nel senso di una innovazione radicale, ma di presa in carico degli strumenti Big Data da parte di manager non specialisti IT;
- 3) pervenire a una MODELLIZZAZIONE di quanto sviluppato nel percorso e da qui a una DIFFUSIONE del Modello la più ampia possibile alle imprese di questi territori e, si auspica, anche a livello nazionale.

Hanno partecipato al progetto 11 manager di aziende diverse, soprattutto manifatturiere. Nel periodo di febbraio-marzo 2022 è stata diffusa una survey online, cioè una indagine sulla preparazione in materia di Big Data e di utilizzo di questi da parte dei manager. Sono state esplorate le conoscenze relative alle basi cognitive dei Big Data, quali interessi ci fossero a portare nelle aziende certe tematiche e poi come profilare una risposta concreta che avesse carattere laboratoriale e non formativo.

Ha risposto un piccolo campione motivato, per un ragionamento di tipo qualitativo più che quantitativo. La survey è servita per raccogliere indicazioni relative alle competenze da approfondire e ad identificare il target dei focus group. Questi ultimi sono stati una sorta di intervista qualitativa di gruppo su tre macro temi: sfide e cambiamenti che impattano i big data, identificazione dei temi prioritari da trattare nei laboratori, approfondimento del fabbisogno di competenze. Da giugno a settembre sono stati svolti tre cicli di laboratori, che hanno portato i manager a mettere mano concretamente su dispositivi Big Data in riferimento a tre gruppi di nozioni/problemi tipici ormai di ogni azienda. I manager hanno utilizzato WEKA e KNIME, liberamente scaricabili da internet. Il primo laboratorio è servito per omogeneizzare le competenze tecniche di base, il secondo si è concentrato sulla definizione di opportune strategie per valorizzare i dati raccolti da IoT, un tema sempre più rilevante per le aziende e i manager che le guidano, il terzo invece è stato volto a condividere e sperimentare metodologie e strumenti di Marketing. Nei mesi di ottobre e novembre si è giunti all'elaborazione della modellizzazione, per l'enucleazione delle prassi operative da porre alla base di una azione di Adattabilità e dunque di Trasferibilità ad altre aziende.



I RISULTATI

Il risultato principale del progetto è il modello volto a definire le competenze e le relative azioni a supporto per la crescita della cultura manageriale digitale; esso si basa su tre assi:

- 1. il mindset culturale e una leadership guidata dal dato;*
- 2. la competenza teorica imprescindibile e parte essenziale della cultura data-driven;*
- 3. le digital soft skill da rafforzare attraverso un percorso di digital change management, ovvero le competenze trasversali di tipo relazionale e comportamentale che consentono ai manager di utilizzare efficacemente i nuovi strumenti digitali e guidare il cambiamento.*

Al termine è stato predisposto anche un report finale, a cui sono stati allegati piano di comunicazione, survey, galleria fotografica, slide evento finale.

LE RISORSE ON-LINE

E-BOOK