

Sfruttare la potenza dell'AI negli analytics e nella business intelligence

Mike Leone | Capo analista
ENTERPRISE STRATEGY GROUP

GENNAIO 2024

Obiettivi della ricerca

Se da un lato le aziende continuano a riconoscere l'importanza del processo decisionale basato su dati analitici, dall'altro il ritmo del business impedisce l'affermazione degli analytics. Il volume sempre crescente di dati analitici distribuiti a disposizione dell'azienda travolge gli stakeholder focalizzati sui dati. Nel momento in cui le aziende si sforzano di ricavare una visione completa dei propri dati analitici, si presenta un altro livello di complessità: la velocità del cambiamento. Poiché la velocità del cambiamento nelle aziende è spesso superiore alla velocità di raccolta e analisi dei dati, le aziende chiedono aiuto per riuscire a fornire tempestivamente insight accurati basati sullo stato attuale del business.

Per affrontare queste sfide, le aziende ricorrono a strumenti di AI che eliminano i processi manuali per migliorare l'efficienza, aumentare la produttività e democratizzare gli analytics. Grazie agli augmented analytics o all'AI generativa (GenAI), gli stakeholder possono accedere ai dati, analizzarli, esplorarli e visualizzarli in modo rapido e semplice e collaborativo.

Per approfondire queste tendenze, Enterprise Strategy Group di TechTarget ha intervistato 375 professionisti del settore dati e IT di aziende del Nord America (Stati Uniti e Canada) incaricati o responsabili della valutazione, dell'acquisto, della gestione e dello sviluppo di soluzioni di analytics e business intelligence.

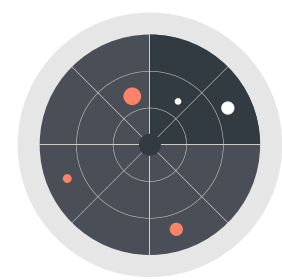
Questo studio si proponeva di:



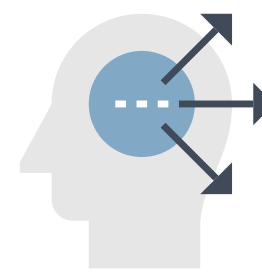
Identificare i vantaggi che le aziende cercano e ottengono dall'integrazione dell'AI negli analytics e nella business intelligence (BI).



Capire in che modo le aziende intendono sfruttare l'AI nelle proprie piattaforme di analytics e BI, inclusi augmented analytics e AI generativa.



Scoprire le sfide associate alla realizzazione di iniziative di modernizzazione degli analytics e della BI e quelle riscontrate durante l'implementazione degli strumenti e delle tecnologie associate.



Determinare gli stakeholder coinvolti nella scelta delle piattaforme di analytics e BI, nonché le intenzioni di spesa e di utilizzo di queste tecnologie.



CONCLUSIONI PRINCIPALI

FAI CLIC PER LEGGERE



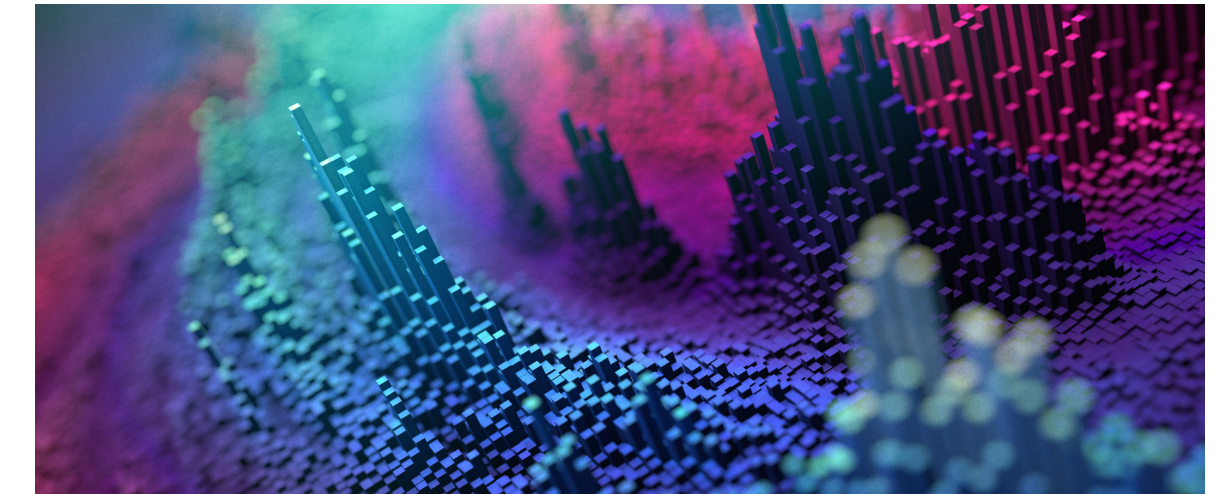
L'integrazione dell'AI nella BI e negli analytics si conferma una priorità nonostante le sfide

PAGINA 4



Gli stakeholder cercano di migliorare il coinvolgimento dei dipendenti con analytics e BI

PAGINA 9



Le soluzioni personalizzate favoriscono gli investimenti e pregiudicano la stabilità dei fornitori

PAGINA 14



L'AI sta rivoluzionando il ciclo di vita dei dati e degli analytics, ma resta ancora molto da fare

PAGINA 19



L'AI generativa favorisce la trasformazione in un contesto in cui è sempre più necessario bilanciare i vantaggi con la riduzione dei rischi

PAGINA 23



Metodologia di ricerca e dati demografici

PAGINA 27

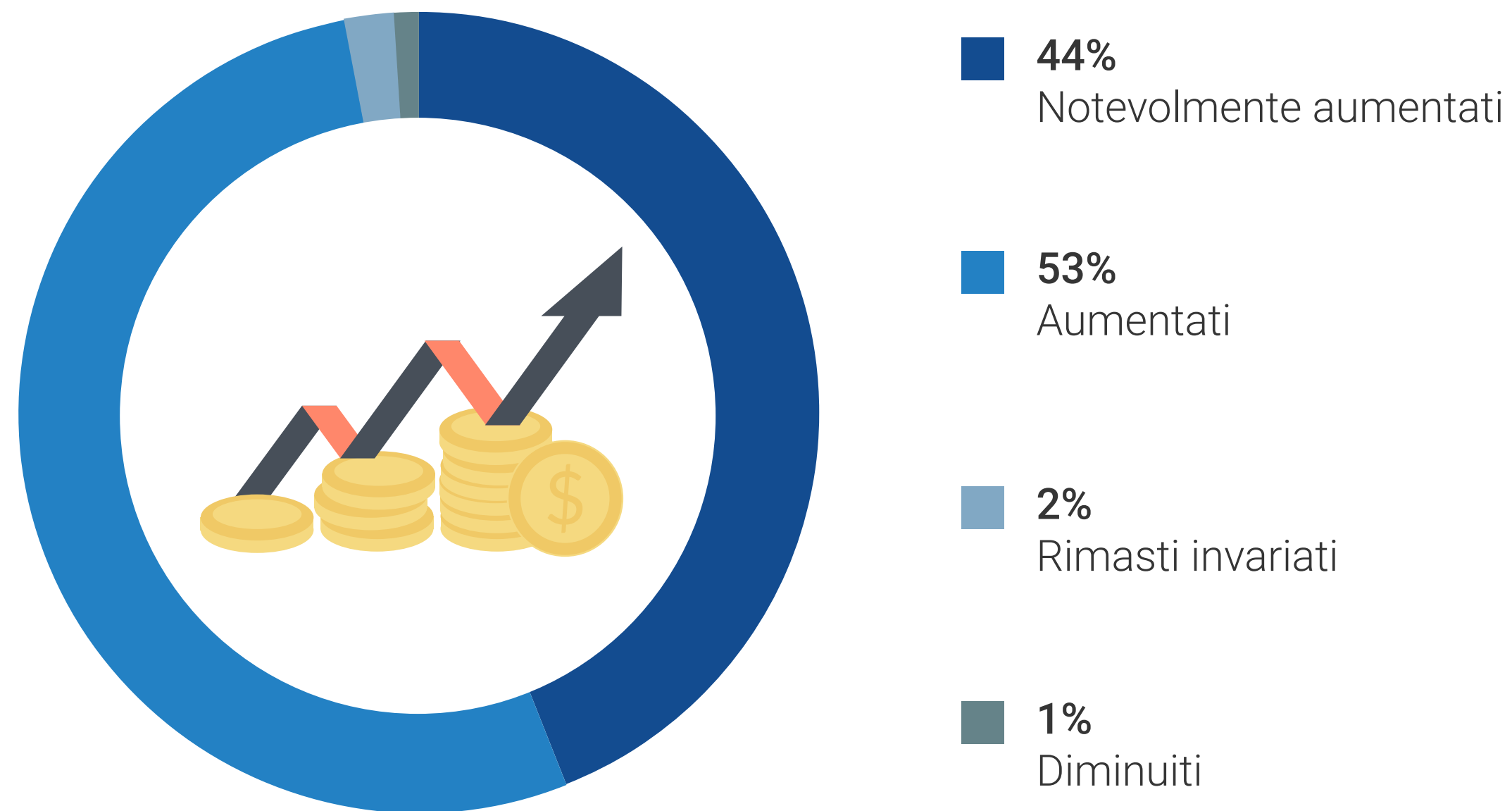
**L'integrazione
dell'AI nella BI e
negli analytics
si conferma una
priorità nonostante
le sfide**



Aumentano gli investimenti strategici in analytics e Business Intelligence

Gli investimenti in business intelligence e analytics hanno registrato un'impennata significativa nell'ultimo anno. In effetti, lo scorso anno il 97% delle aziende ha registrato un aumento degli investimenti in analytics e BI. Le aziende riconoscono sempre più l'importanza di sfruttare i dati analitici per ottenere un vantaggio competitivo. Gli strumenti di BI sono stati fondamentali per consentire alle aziende di scoprire modelli, tendenze e insight nei propri dati, in modo da poter prendere decisioni più strategiche e basate sui dati. In prospettiva, la tendenza all'aumento degli investimenti in BI e analytics è destinata a continuare. In effetti, l'89% delle aziende afferma di stanziare un budget maggiore per gli strumenti che consentono all'azienda di migliorare l'integrazione, l'accesso e l'analisi dei dati. E gli investimenti non riguarderanno solo uno strumento, dato che il 73% delle aziende dispone oggi di almeno tre strumenti di BI.

| Cambiamento negli investimenti in analytics e business intelligence.

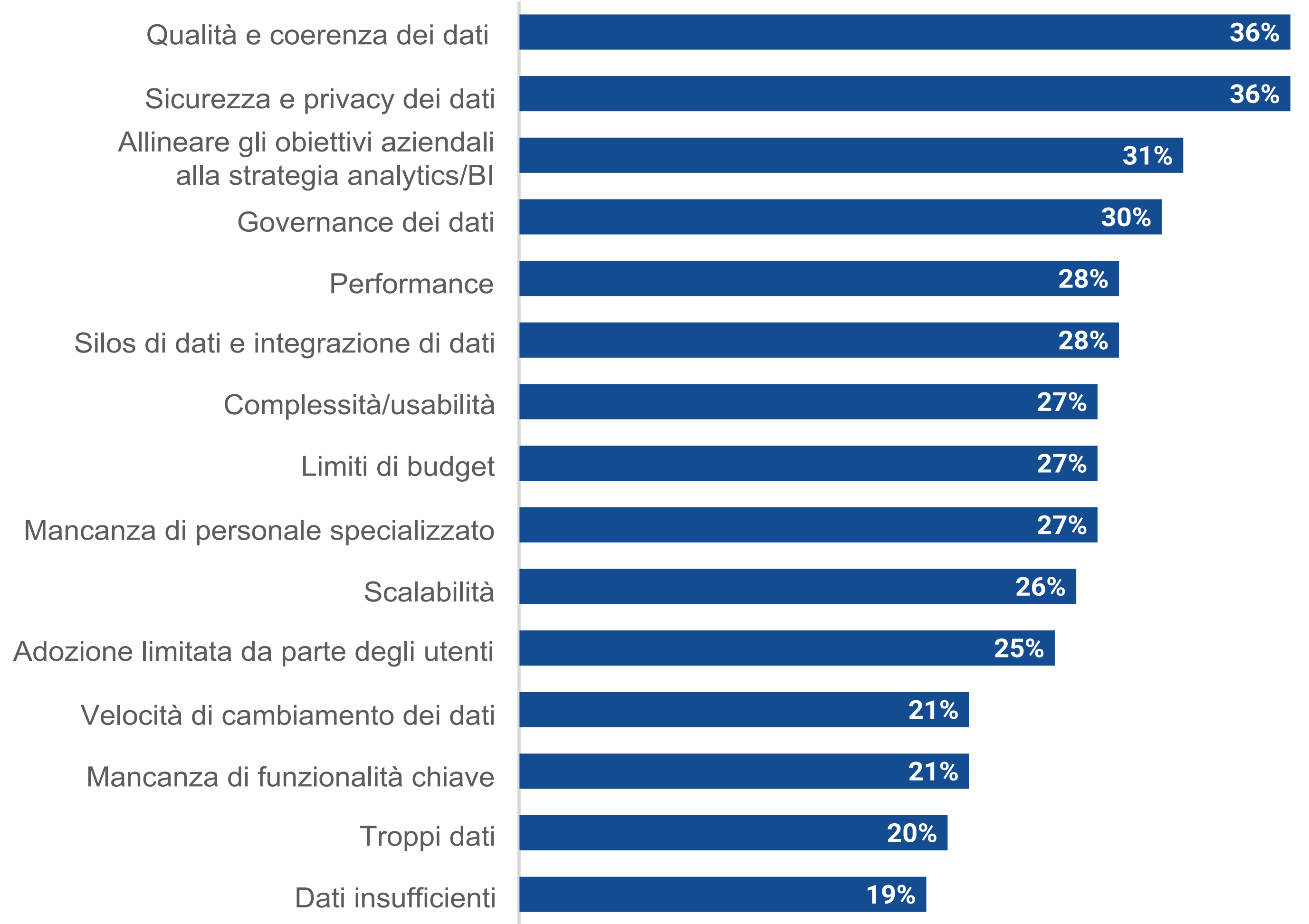


"L'89% delle aziende afferma di stanziare un budget maggiore per gli strumenti che consentono all'azienda di migliorare l'integrazione, l'accesso e l'analisi dei dati."

Qualità e sicurezza dei dati sono i principali ostacoli per analytics e BI

Nonostante i continui investimenti e l'interesse crescente, la qualità e la coerenza dei dati analitici rimangono una sfida per le aziende, poiché la complessità e i volumi dei dati in continuo aumento, unitamente al ritmo incalzante delle tecnologie basate sull'AI, comportano maggiori rischi di imprecisioni e compromettono l'affidabilità degli insight generati. Purtroppo, non è sufficiente fornire funzionalità self-service per risolvere il problema. La sicurezza e la privacy dei dati continuano a rappresentare sfide significative per BI e analytics, a causa delle grandi quantità di dati elaborati e della complessità degli algoritmi di AI, che possono rivelare involontariamente dati sensibili. Inoltre, l'interconnessione dei sistemi di AI amplifica il rischio di violazione dei dati, evidenziando la necessità di misure di sicurezza avanzate e di controlli sulla privacy. Anche se molte aziende si impegnano per consentire a un maggior numero di stakeholder di utilizzare analytics e BI tramite funzionalità self-service, molte di esse affermano che le promesse di analytics self-service non sono state mantenute. Inoltre, la maggior parte delle aziende dichiara che è necessario troppo tempo per intervenire sugli insight.

Principali sfide per piattaforme di analytics e BI.

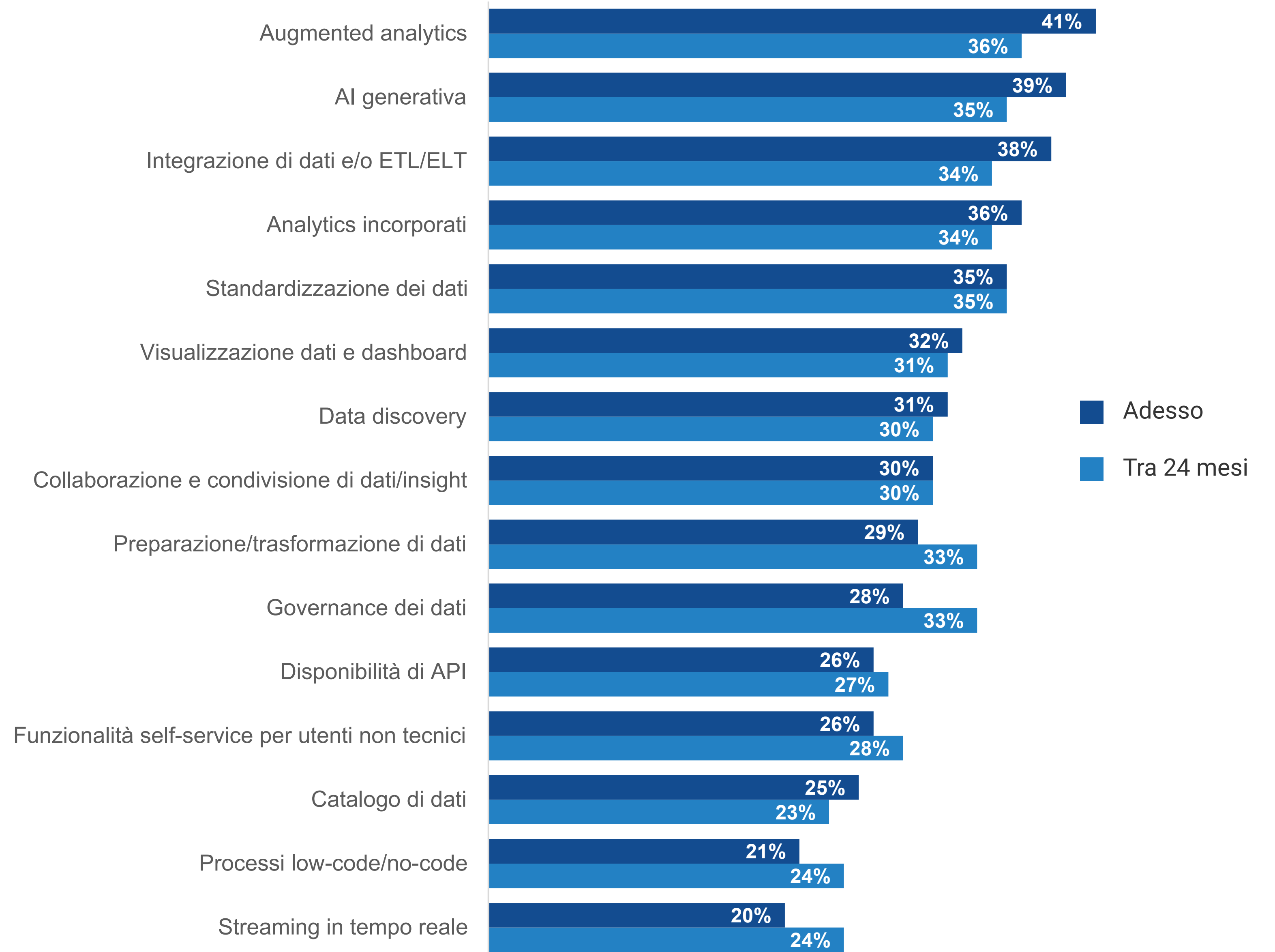


Augmented analytics e GenAI sono alla base delle funzionalità attuali e future della business intelligence

Augmented analytics e AI generativa dominano la scena sia per l'utilizzo attuale che per quello futuro. Grazie all'AI, le aziende procedono a pieno ritmo con l'automazione dell'analisi, la creazione di dashboard e la generazione di insight al fine di rendere più accessibili ed efficienti i processi decisionali basati sui dati.

È opportuno notare che nei prossimi 24 mesi le aree di interesse specifiche dei settori si differenzieranno. Ad esempio, il settore manifatturiero punterà soprattutto su funzionalità per la collaborazione e la condivisione di dati e insight. Il settore retail si concentrerà sulla preparazione/trasformazione dei dati, mentre il settore dei servizi finanziari continuerà a dare maggiore importanza al miglioramento delle funzionalità self-service per gli utenti non tecnici.

Funzionalità di BI in uso e pianificate.



Il livello semantico: un componente fondamentale per semplificare i processi di BI e aumentare la comprensione dei dati

L'unico componente che si è dimostrato fondamentale per le iniziative di analytics e BI è il livello semantico. I livelli semantici forniscono una visione unificata e strutturata dei dati provenienti da fonti diverse e consentono agli utenti di ottenere insight accurati da insiemi di dati complessi senza dover ricorrere a competenze tecniche specialistiche. Nell'ultimo anno, nel settore si è assistito a una rinnovata attenzione e priorità per il livello semantico. La sua versatilità lo rende uno strumento indispensabile per le aziende che vogliono massimizzare le proprie funzionalità di analisi dei dati. I livelli semantici costituiscono la struttura portante degli analytics e sono sempre più legati alle tecnologie di AI e ML. Dal miglioramento dell'accuratezza dei dati, al supporto degli analytics self-service fino al rafforzamento della governance e della sicurezza dei dati, i livelli semantici svolgono un ruolo poliedrico nel ciclo di vita degli analytics.

"I livelli semantici costituiscono la struttura portante degli analytics e sono sempre più legati alle tecnologie di AI e ML."

Fattori che determinano l'utilizzo di un livello semantico per supportare gli analytics.



**Gli stakeholder
cercano di migliorare
il coinvolgimento
dei dipendenti con
analytics e BI**

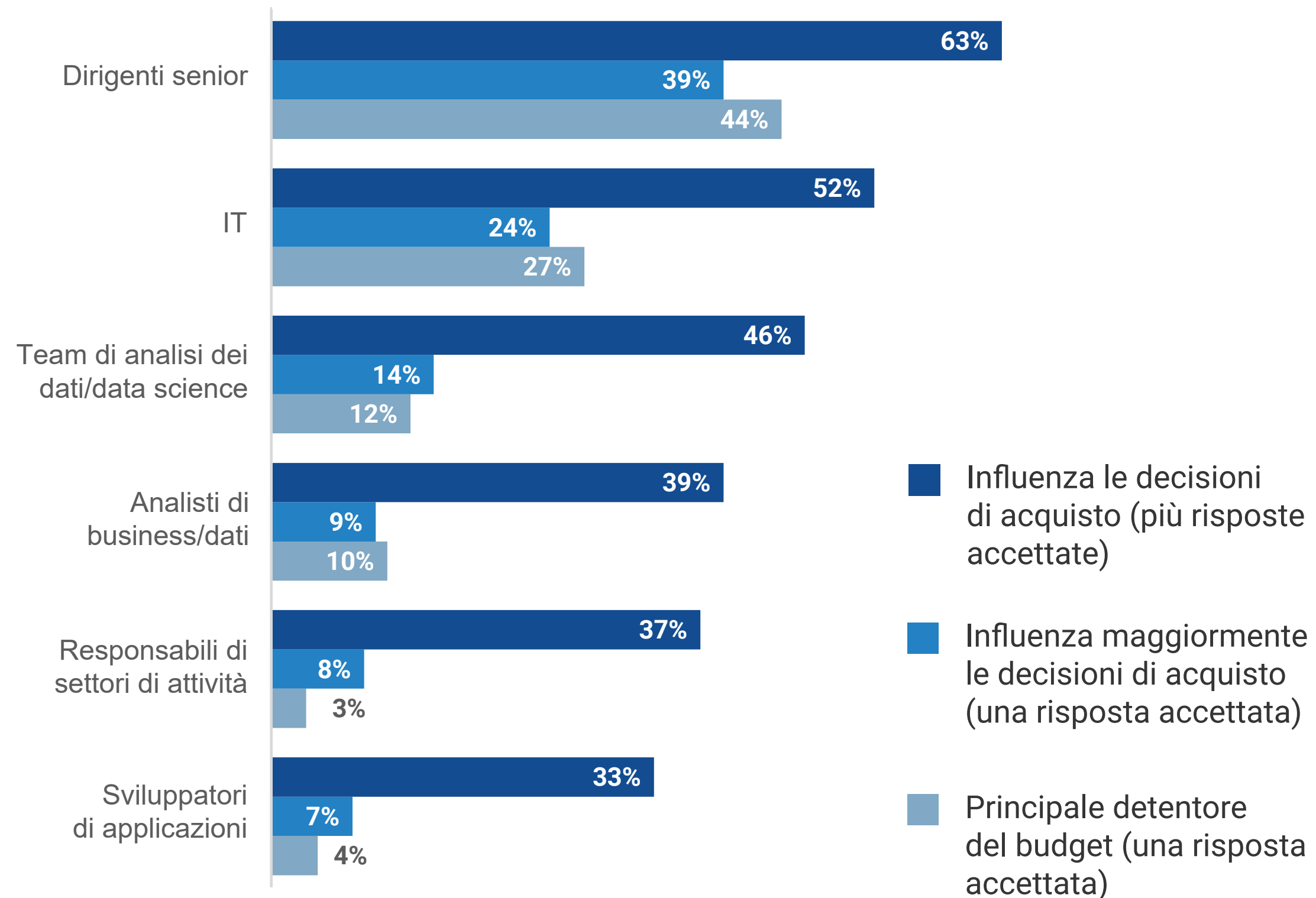


Mappatura del panorama degli stakeholder con particolare attenzione ai dirigenti senior e all'IT

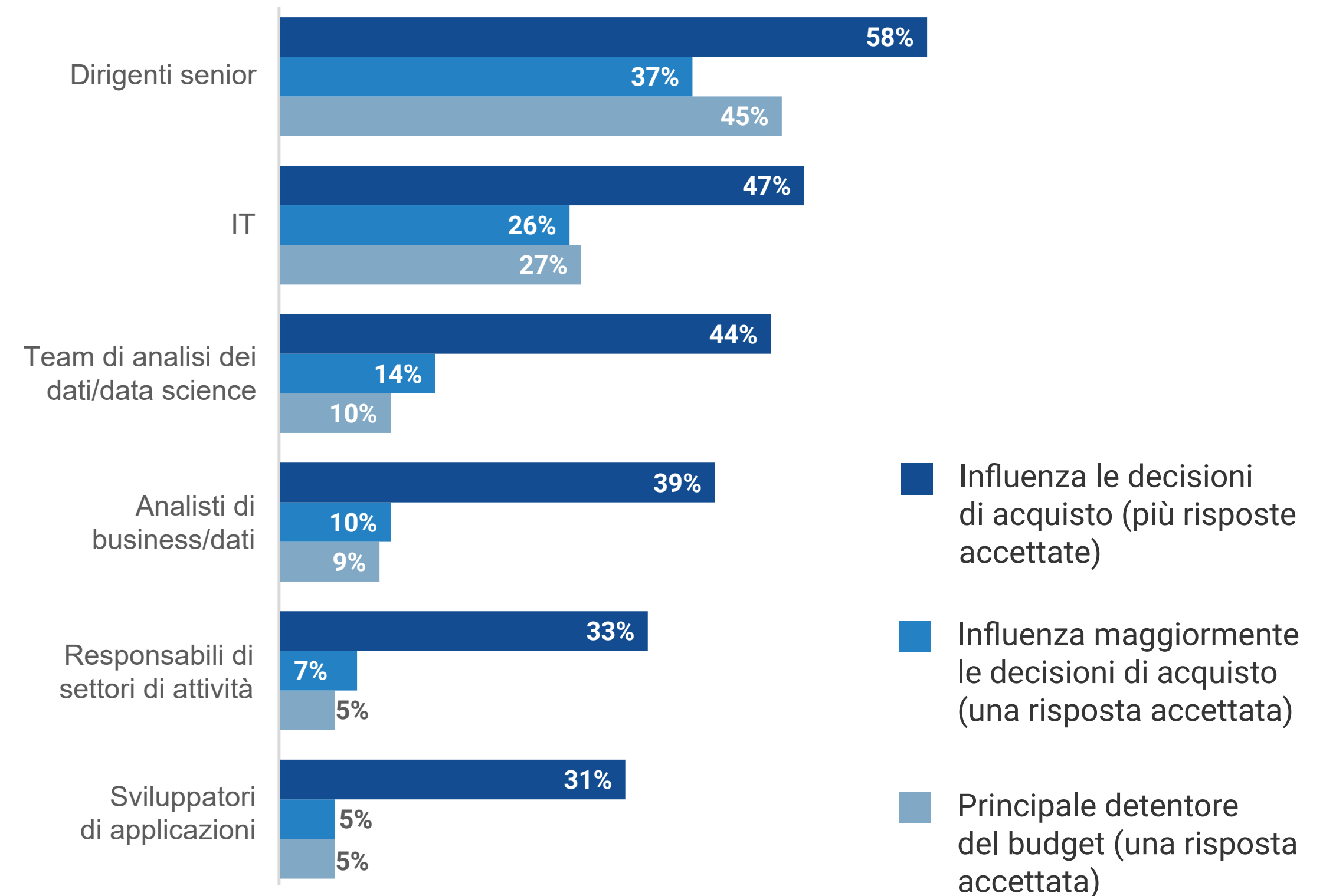
Quando si parla di analytics, business intelligence e AI, la sfera d'influenza degli stakeholder è molto varia. Tuttavia, spesso sono i dirigenti senior a prendere l'iniziativa in questo campo. Essendo gli stakeholder più influenti e i principali detentori del budget, essi esercitano un potere significativo nelle decisioni di acquisto. Segue a ruota il reparto IT, che svolge un ruolo cruciale nell'implementazione e nel supporto di queste decisioni e tecnologie.

L'unico scenario in cui la situazione è diversa è quello del settore tecnologico, dove l'IT è lo stakeholder più influente e il principale detentore del budget.

| Influencer e detentori del budget per gli acquisti di tecnologie di analytics e BI.



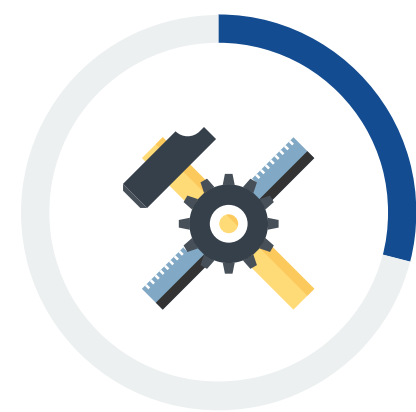
| Influencer e detentori del budget per gli acquisti di tecnologia AI.



La scarsa familiarità e la capacità limitata inibiscono l'uso delle piattaforme di analytics/BI da parte dei dipendenti

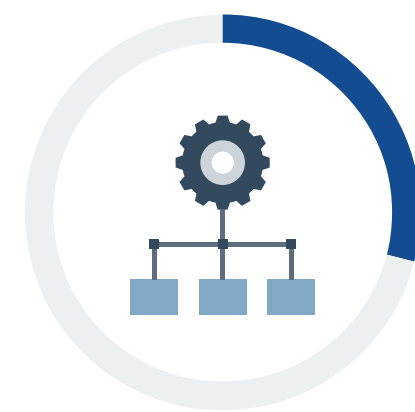
Anche se nessun singolo problema emerge in modo significativo rispetto ad altri, se analizzati insieme i primi tre (familiarità con altri strumenti adeguati, capacità infrastrutturale limitata e carenze di competenze/mancanza di formazione) delineano un quadro più preciso di ciò che impedisce a un maggior numero di dipendenti di utilizzare più frequentemente le piattaforme di analytics/BI. Se i dipendenti si sentono a proprio agio con gli strumenti esistenti che servono adeguatamente ai loro scopi, non percepiscono la necessità di passare a qualcosa di nuovo o diverso, specialmente se la nuova piattaforma richiede competenze che attualmente non sono presenti nell'ambiente aziendale.

| Principali sfide che impediscono ai dipendenti di utilizzare le piattaforme di analytics/BI.



29%

Familiarità con altri strumenti adeguati



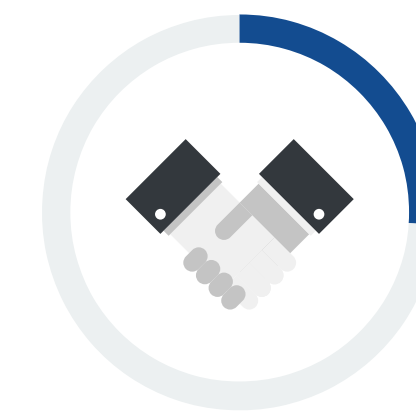
29%

Capacità limitata dell'infrastruttura



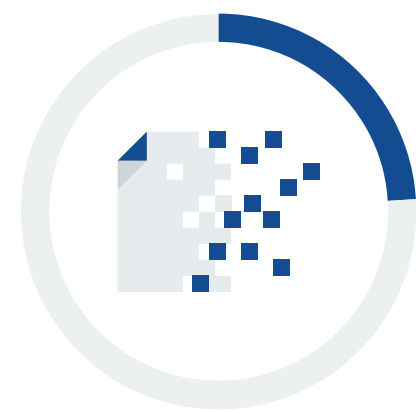
28%

Carenza di competenze/
mancanza di formazione



26%

Mancanza di supporto per casi d'uso specifici



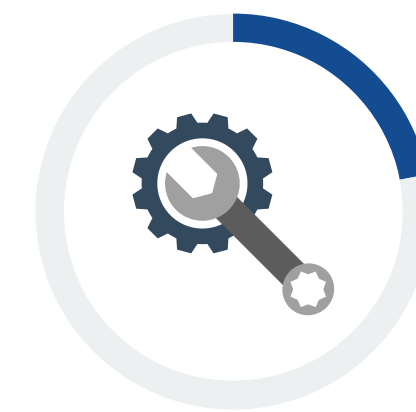
24%

Mancanza di supporto per determinati tipi di dati analitici



24%

Mancanza di caratteristiche/
funzionalità desiderate



22%

Mancanza di un'adeguata integrazione degli strumenti



22%

Mancanza di opzioni di accessibilità



22%

Mancanza di sicurezza/
governance



20%

Costo



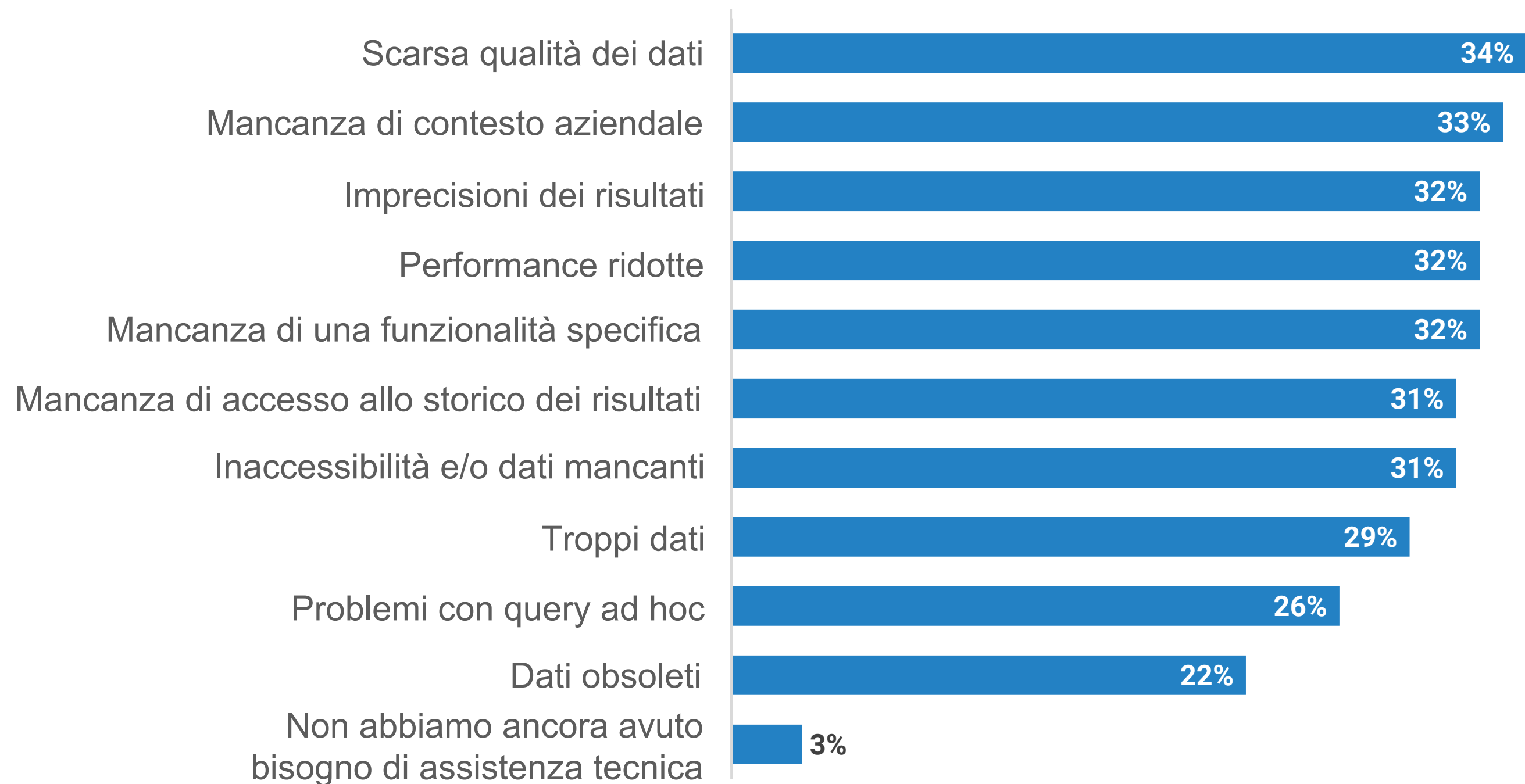
18%

Impossibilità di intervenire sugli insight dei dati analitici

Problemi su più fronti causano richieste di assistenza per le piattaforme analytics/BI

I problemi con le piattaforme di analytics/BI sono di vario genere e includono un ampio spettro di ambiti che vanno dalle questioni tecniche ai problemi organizzativi di più ampia portata. Un numero rilevante di sfide è dovuto a problemi con i dati sottostanti, ma la mancanza di un contesto aziendale è uno dei problemi principali. Poiché gli utenti aziendali cercano sempre più di utilizzare tali piattaforme senza incorporare il contesto aziendale nei dati, hanno difficoltà a ricavare insight utili per i loro scenari aziendali specifici. I dipendenti, in particolare quelli che ricoprono ruoli aziendali, si sentono isolati e frustrati quando cercano di tradurre i dati grezzi in insight fruibili senza una prospettiva aziendale pertinente. Questa difficoltà non solo ne riduce la produttività, ma porta anche all'insoddisfazione e a un minore coinvolgimento.

| Sfide con le piattaforme di analytics/BI che generano richieste di assistenza.

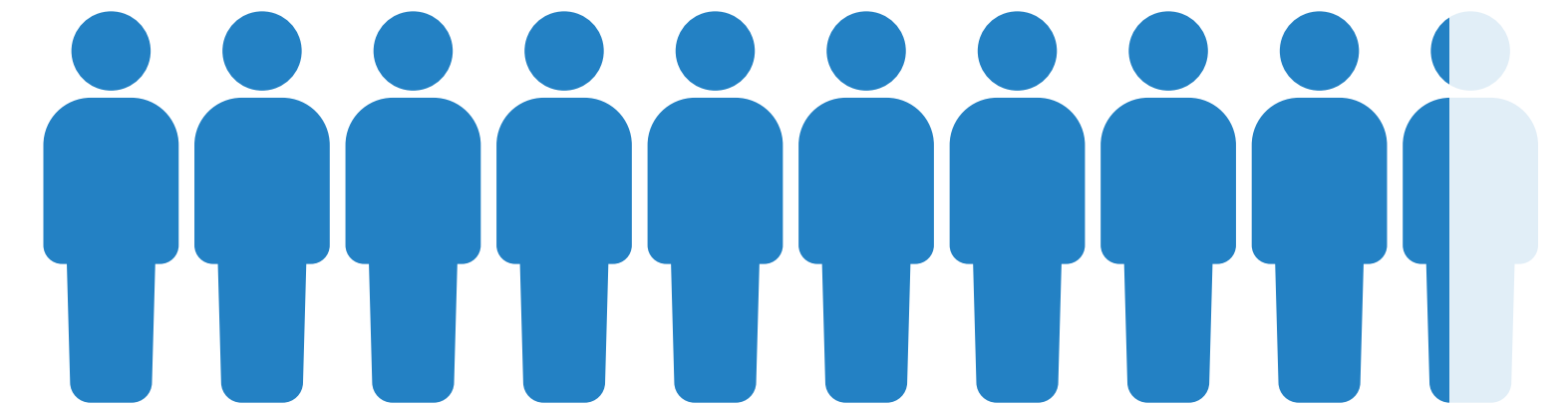


"Un numero rilevante di sfide è dovuto a problemi di dati sottostanti, **ma la mancanza di un contesto aziendale è uno dei problemi principali.**"

Le aziende continuano a implementare strategie per migliorare l'utilizzo di analytics e BI

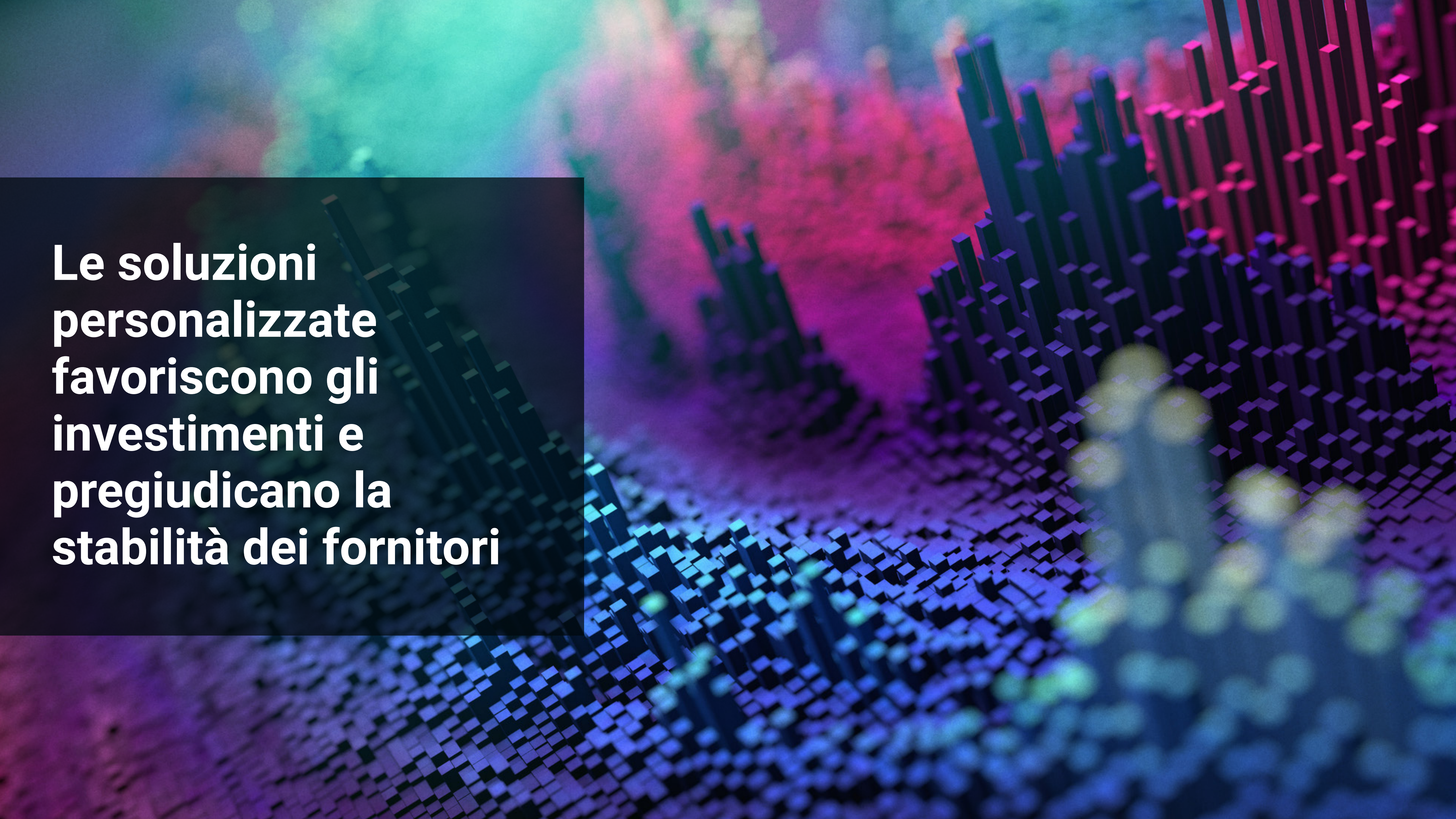
Oggi, il 99% delle aziende ha elaborato un piano per consentire agli utenti esistenti e a quelli nuovi di sfruttare gli analytics. Sebbene gli approcci varino da un'azienda all'altra, molti dei passaggi selezionati si concentrano sul miglioramento della produttività e dell'efficienza incorporando automazione, self-service e AI. In effetti, quasi il 40% delle aziende incorporerà funzionalità di AI generativa e sfrutterà gli augmented analytics come motore decisionale. I progressi nell'ambito degli analytics predittivi, dell'intelligenza artificiale e del machine learning stimolano la domanda di soluzioni di BI, con l'obiettivo principale di far crescere l'adozione da parte degli utenti finali. Il 93% delle aziende dichiara che l'integrazione di AI e ML in analytics e BI ha incrementato l'adozione da parte degli utenti finali ed è quindi evidente che queste tecnologie stanno rivoluzionando il modo in cui le aziende prendono le decisioni.

| Passaggi per consentire ai dipendenti di utilizzare analytics e BI.



93%

delle aziende dichiara che l'integrazione di AI e ML in analytics e BI **ha incrementato l'adozione da parte degli utenti finali.**

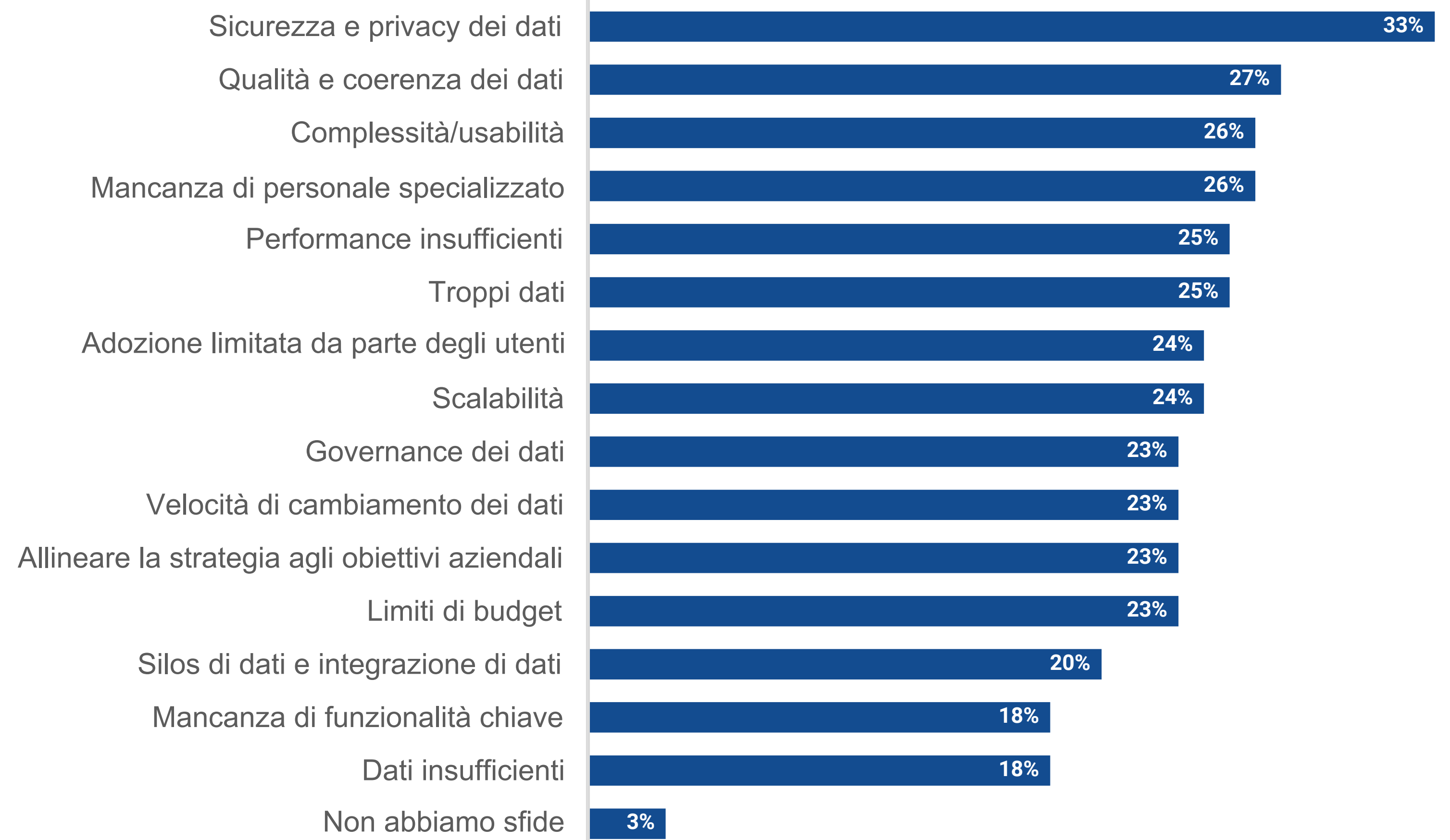
The background features a vibrant, multi-colored bokeh effect in shades of blue, green, and purple. Overlaid on this is a 3D grid of vertical bars, with some bars being taller than others, creating a sense of depth and perspective. The bars are rendered in a dark blue or black color, contrasting with the bright, out-of-focus background.

**Le soluzioni
personalizzate
favoriscono gli
investimenti e
pregiudicano la
stabilità dei fornitori**

Le sfide della piattaforma di AI sono diverse e si manifestano in tutti i settori del mercato

Garantire la sicurezza è fondamentale per le aziende, in particolare per proteggere i sistemi basati su AI. Dato che le aziende si affidano sempre più alle tecnologie di intelligenza artificiale, devono implementare solide misure di sicurezza per prevenire accessi non autorizzati, violazioni dei dati e potenziali minacce. Anche la qualità dei dati analitici è estremamente importante per garantire risultati accurati e affidabili. La precisione dei risultati dipende in gran parte dall'uso di dati analitici di qualità elevata, privi di errori, incoerenze e inesattezze. Inoltre, garantendo l'integrità dei dati, le aziende possono prendere con sicurezza decisioni informate e ottenere insight utili per il successo e l'innovazione. Le piattaforme di AI possono essere complesse, soprattutto per il personale non tecnico. Gli algoritmi avanzati, i modelli di machine learning e i metodi di elaborazione dei dati analitici richiedono competenze specifiche. Senza una base tecnica, lavorare con le tecnologie AI può essere difficile.

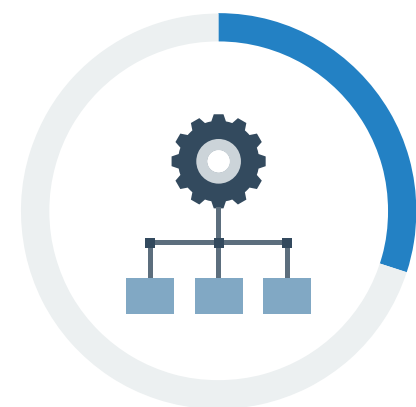
Principali sfide con le piattaforme di AI



Le sfide inibiscono l'uso frequente delle piattaforme di AI

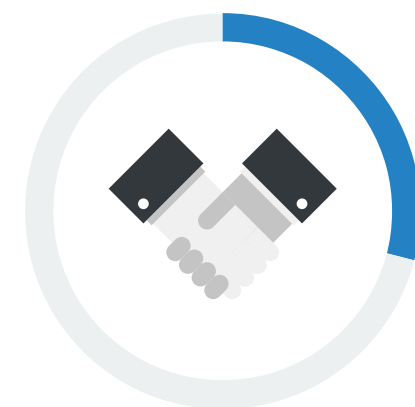
Tra tutte le sfide analizzate, solo l'8% è trasversale a tutte le organizzazioni, il che evidenzia l'eterogeneità degli aspetti che le aziende devono tenere in considerazione in una piattaforma di AI. Un tema prevalente in numerose sfide è l'importanza della personalizzazione. La personalizzazione degli strumenti di AI per soddisfare le esigenze e i casi d'uso specifici degli stakeholder consente alle aziende di migliorare significativamente l'esperienza utente e l'efficacia complessiva della piattaforma. Gli strumenti di personalizzazione possono includere algoritmi di machine learning specifici per i data scientist o incorporare funzionalità di analytics predittivi per i venditori.

| Principali sfide che impediscono ai dipendenti di utilizzare le piattaforme di AI.



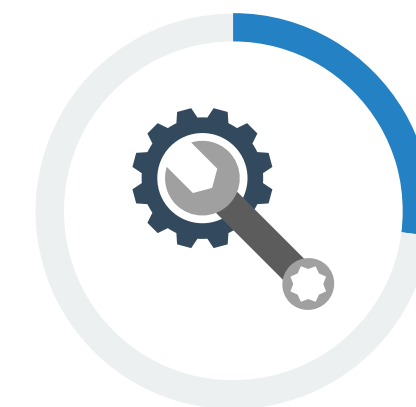
30%

Capacità limitata dell'infrastruttura



29%

Mancanza di supporto per casi d'uso specifici



27%

Mancanza di un'adeguata integrazione degli strumenti



27%

Carenza di competenze/ mancanza di formazione



26%

Impossibilità di intervenire sugli insight dei dati



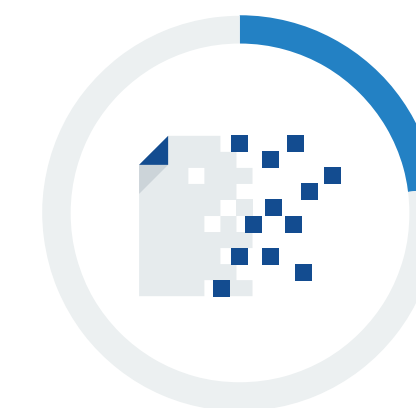
26%

Mancanza di caratteristiche/ funzionalità desiderate



25%

Mancanza di sicurezza/ governance



23%

Mancanza di supporto per determinati tipi di dati



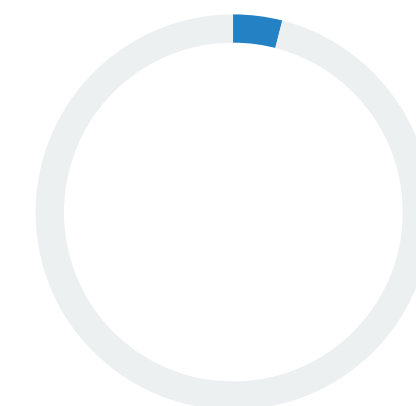
22%

Mancanza di opzioni di accessibilità



22%

Costo

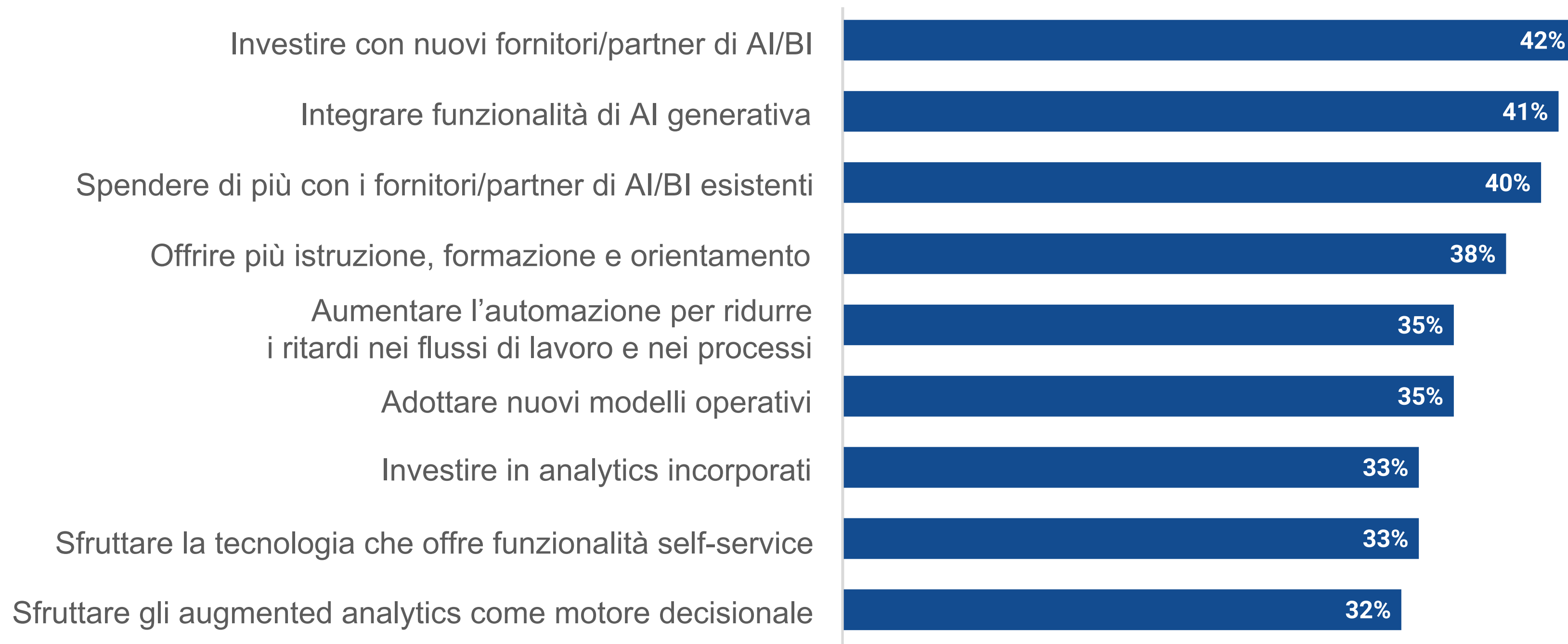


4%

Non abbiamo sfide

"L'integrazione dell'AI generativa consente di sviluppare funzionalità avanzate per l'automazione e la creatività, offrendo agli utenti strumenti più potenti e intuitivi."

| Passaggi per aumentare l'uso dell'AI tra gli utenti finali.



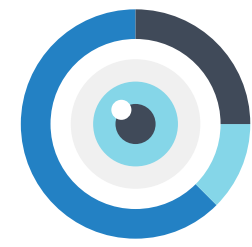
Nuovi fornitori, AI generativa e aumento della spesa aprono la strada al miglioramento del coinvolgimento degli utenti con l'AI

La scelta di nuovi fornitori, l'integrazione dell'AI generativa e l'aumento della spesa con i fornitori esistenti consentono il potenziamento delle offerte di AI, l'automazione avanzata e il miglioramento del supporto agli utenti. È evidente che i nuovi fornitori apportano nuove prospettive e soluzioni specializzate, ampliando il ventaglio di offerte di AI disponibili. Inoltre, l'integrazione dell'AI generativa consente di sviluppare funzionalità avanzate per l'automazione e la creatività, offrendo agli utenti strumenti più potenti e intuitivi. L'aumento della spesa con i fornitori esistenti garantisce un'assistenza maggiore, miglioramenti continui e l'integrazione di funzionalità all'avanguardia senza influire negativamente sulla curva di apprendimento.

I principali casi d'uso dell'AI continuano ad avere un impatto sulle aziende

La combinazione di casi d'uso dell'AI funzionali e specifici evidenzia l'ampia gamma di applicazioni dell'AI in vari settori, ma uno dei casi d'uso più importanti e di maggiore impatto per l'AI è l'analisi dei dati e la modellazione predittiva. Sfruttando la potenza di queste risorse, le aziende non solo migliorano la propria efficienza operativa ma sono anche in grado di prendere decisioni basate sui dati analitici e rimanere agili di fronte a un panorama aziendale in rapida evoluzione. Per questo motivo, l'analisi dei dati e la modellazione predittiva rappresentano una pietra miliare nel contesto dei casi d'uso dell'AI, in quanto consentono alle aziende di acquisire insight preziosi, favorire l'innovazione e conseguire una crescita sostenibile.

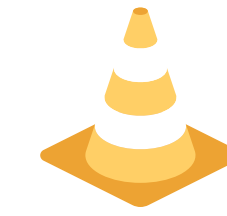
Casi d'uso dell'AI più importanti per le aziende.



35%
Analisi dei dati e modellazione predittiva



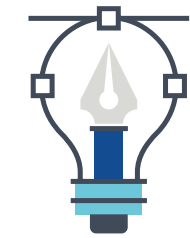
31%
Sviluppo di prodotti e innovazione



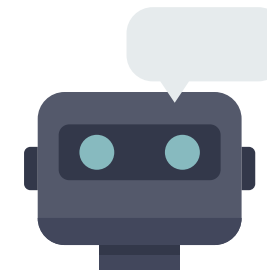
29%
Gestione rischi e rilevamento frodi



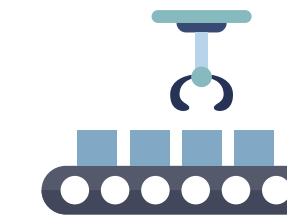
26%
Sicurezza e rilevamento minacce



26%
Insight dei clienti e personalizzazione



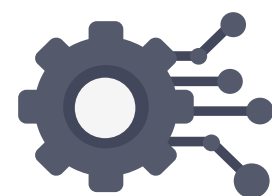
25%
Assistenza clienti e chatbot



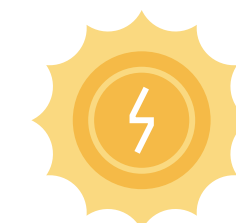
25%
Ottimizzazione della supply chain



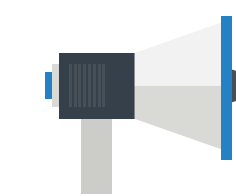
23%
Risorse umane e gestione talenti



22%
Automazione dei processi



19%
Efficienza energetica



19%
Ottimizzazione di vendite e marketing

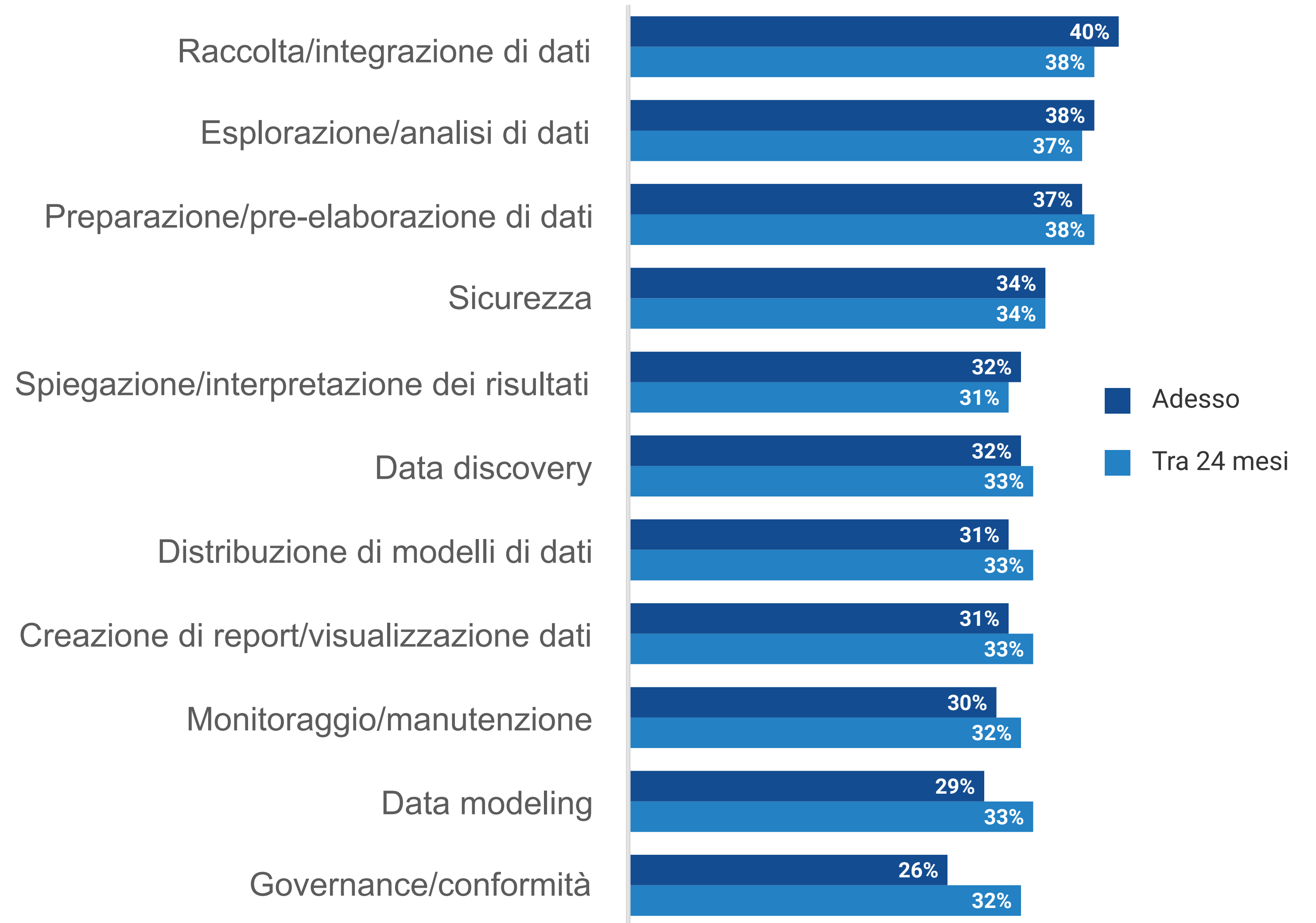
**L'AI sta rivoluzionando
il ciclo di vita dei dati
e degli analytics, ma
resta ancora molto
da fare**



Il ruolo dell'AI sta diventando sempre più importante nel ciclo di vita dei dati e degli analytics

A causa della quantità crescente di dati analitici generati e raccolti, i metodi tradizionali di gestione di dati e analytics non sono più sufficienti. È qui che entra in gioco l'intelligenza artificiale, che ha il potenziale per rivoluzionare tutti gli aspetti del ciclo di vita dei dati e degli analytics. Il 90% delle aziende concorda sul fatto che l'AI ha migliorato significativamente numerosi processi di analytics. Dalla raccolta dei dati (come la valutazione dei feedback dei clienti e il monitoraggio delle analisi dei siti web) all'esplorazione dei dati (come l'identificazione di schemi e tendenze) fino alla preparazione dei dati (come la pulizia e la trasformazione dei dati per l'analisi) e alla garanzia della sicurezza dei dati tramite la crittografia e il controllo degli accessi, le funzionalità dell'AI stanno diventando un punto di riferimento per quasi tutte le soluzioni di analytics.

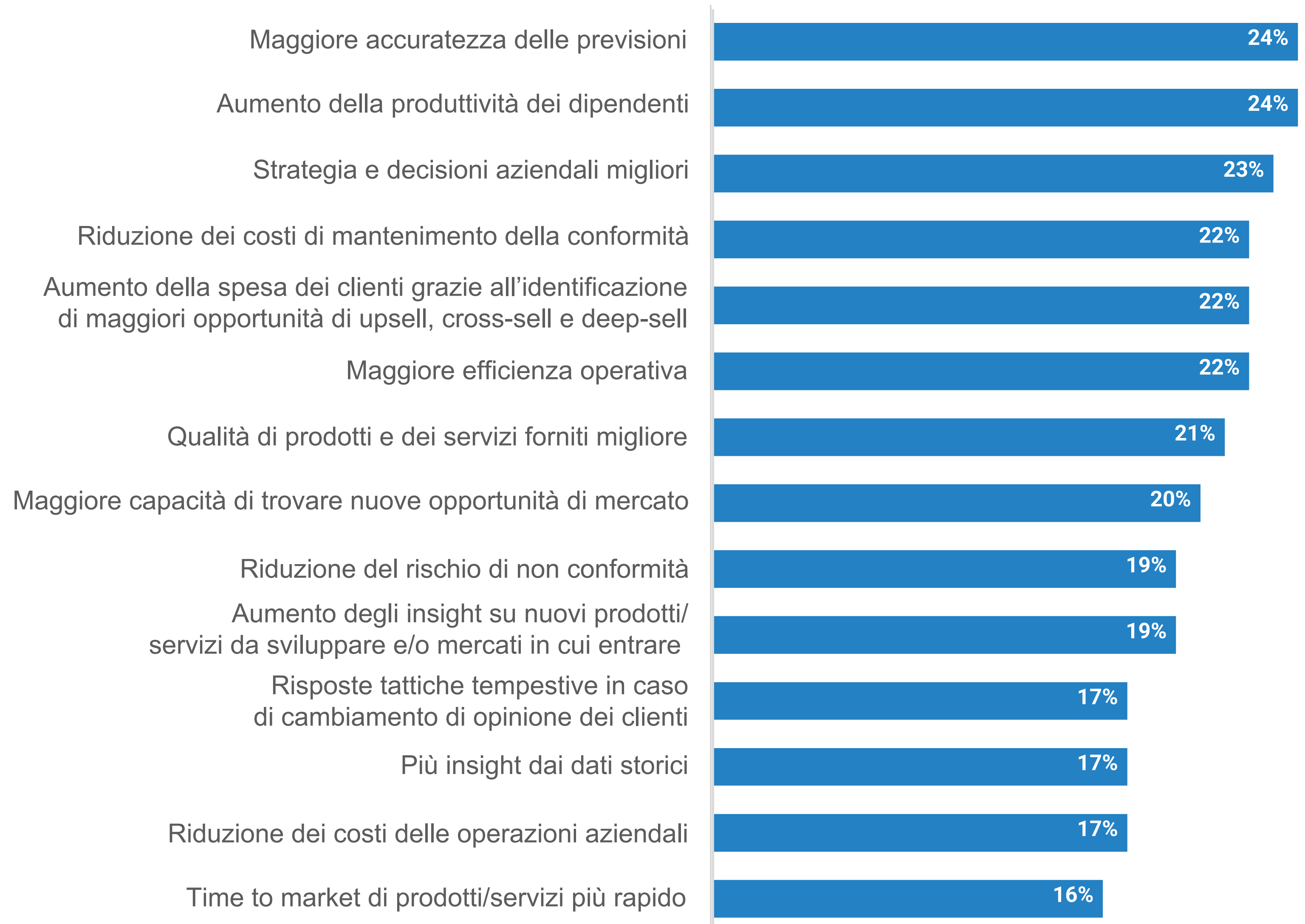
Aree in cui le aziende utilizzano o utilizzeranno l'AI o il machine learning.



Accuratezza e produttività maggiori sono i vantaggi principali dell'integrazione dell'AI in analytics e BI

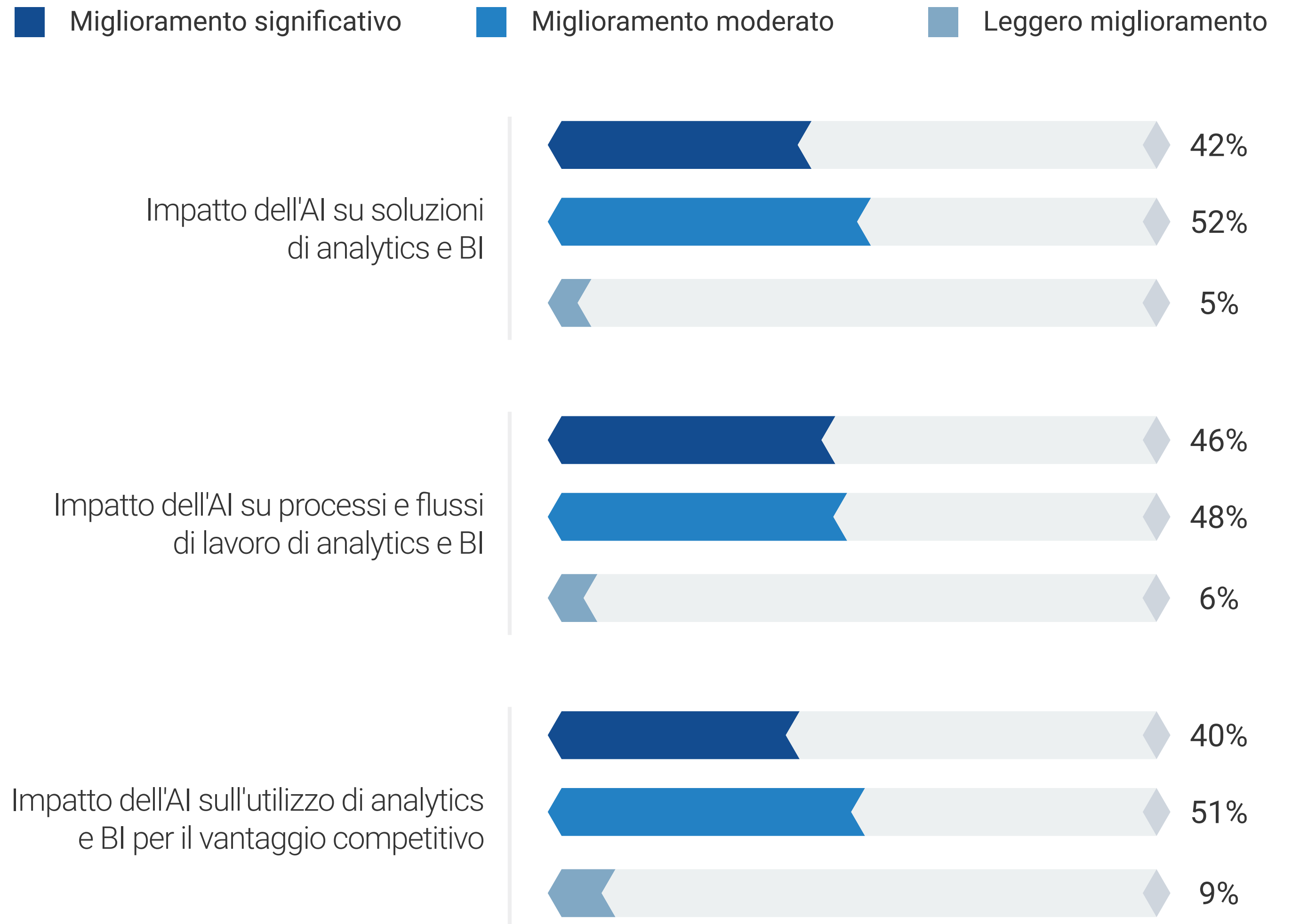
Quasi tutte le aziende hanno riscontrato miglioramenti nelle funzionalità di analytics e BI grazie all'integrazione dell'AI. Ma non si tratta solo di un'ottimizzazione dei processi di gestione e analisi dei dati, ma anche di vantaggi tangibili come una maggiore accuratezza delle previsioni, un aumento della produttività dei dipendenti e una maggiore efficacia della strategia e delle decisioni aziendali. Le aziende si affidano sempre più all'AI per trasformare in modo significativo le performance e l'efficacia delle loro operazioni di analytics e BI. In effetti, il 91% delle aziende cerca attivamente altri modi per sfruttare l'AI con analytics e BI.

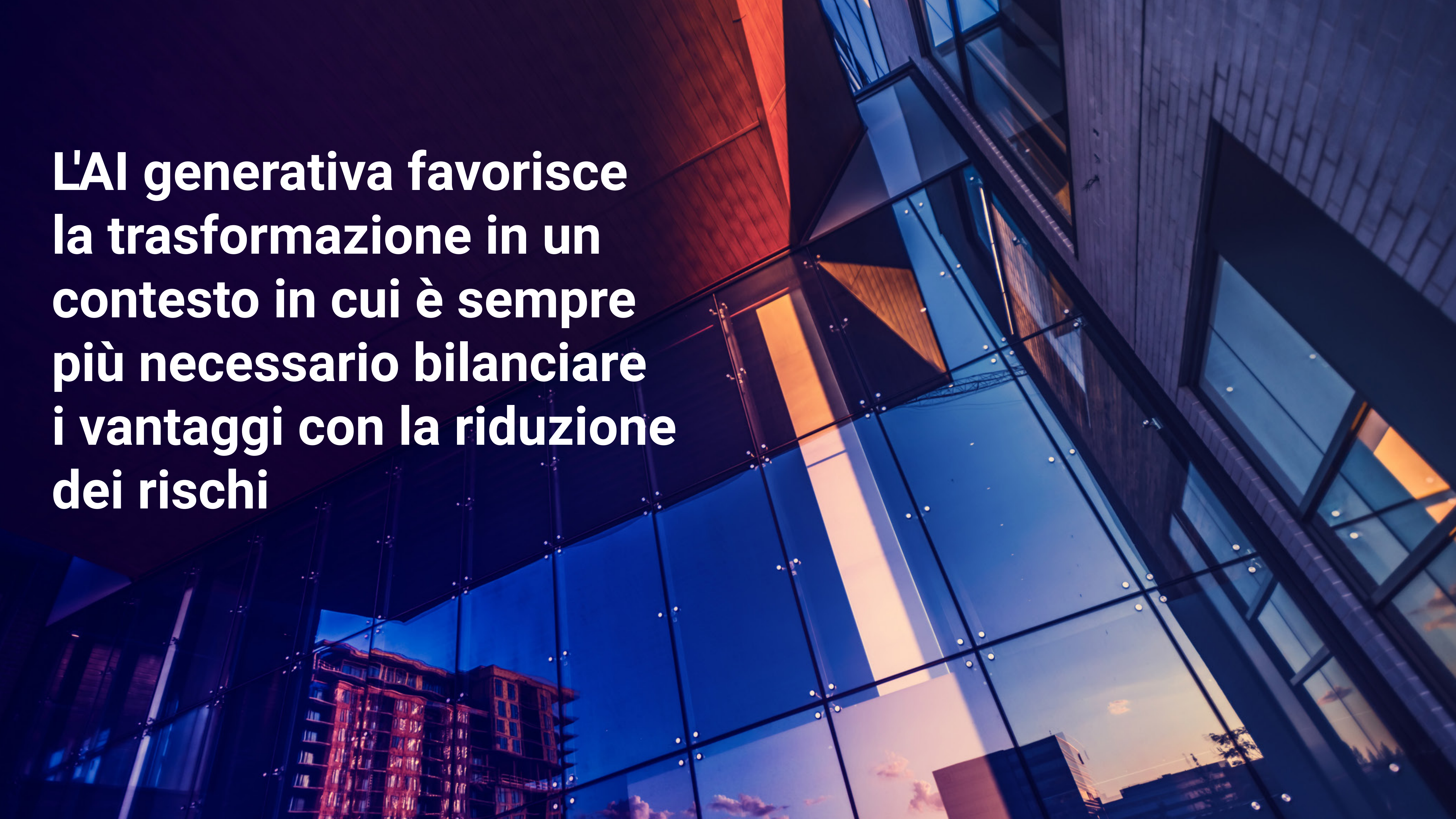
| Principali vantaggi dell'utilizzo dell'AI nelle piattaforme di analytics e BI.



L'AI aumenta la produttività e migliora i flussi di lavoro, consentendo alle aziende di acquisire un vantaggio competitivo

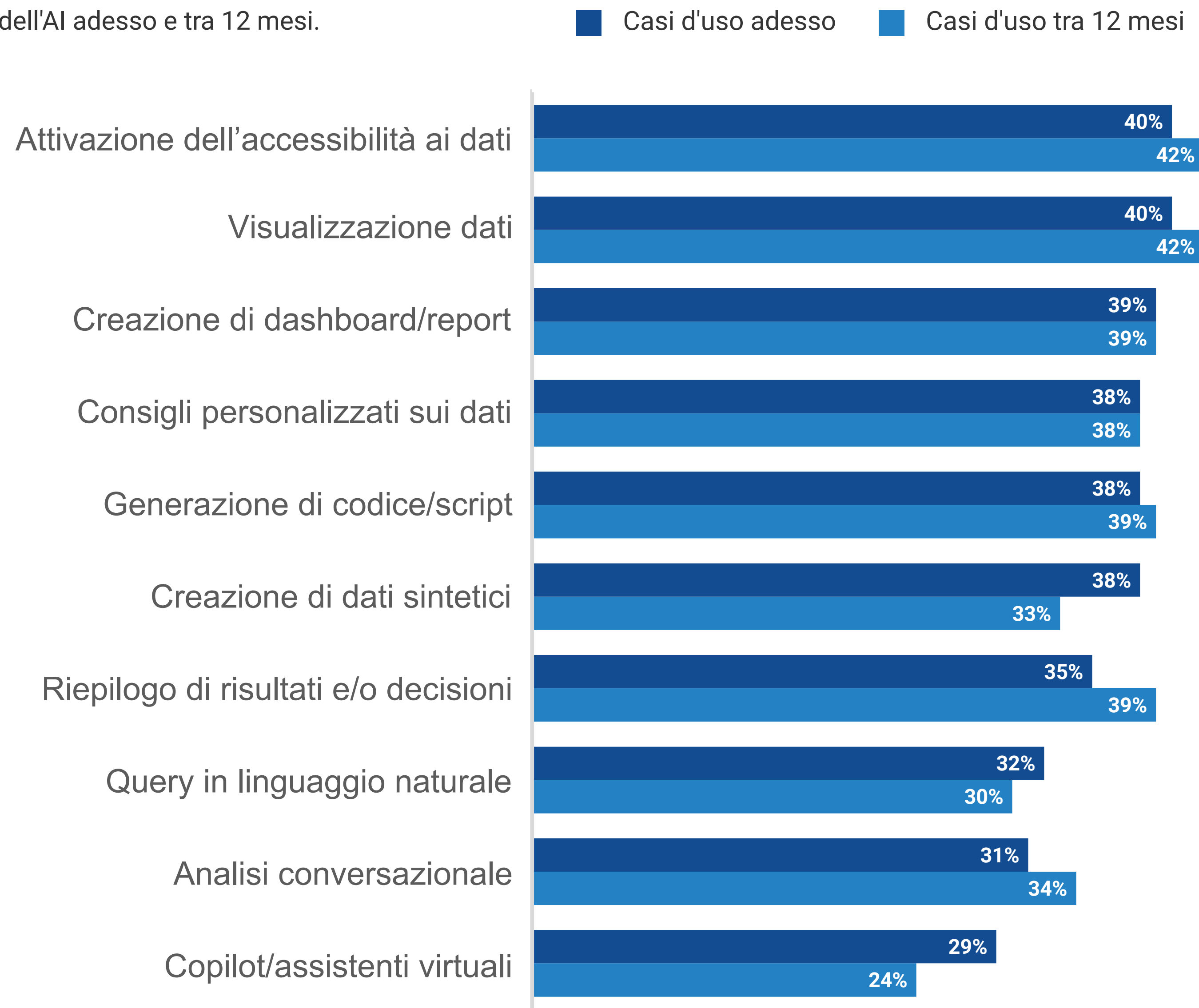
Ben il 94% delle aziende prevede che l'AI comporterà un notevole aumento della produttività grazie a soluzioni di analytics e BI efficaci. Analogamente, il 94% delle aziende prevede che l'AI determinerà un miglioramento da moderato a significativo della velocità e dell'efficienza dei processi e dei flussi di lavoro di analytics e BI. Automatizzando le attività di routine e soggette a errori, l'AI consente alle aziende di concentrarsi sul processo decisionale strategico e di mantenere il vantaggio sulla concorrenza. Per questo motivo il 91% delle aziende prevede che l'AI migliorerà in modo moderato o significativo la loro capacità di sfruttare analytics/BI per ottenere un vantaggio competitivo sul mercato.





**L'AI generativa favorisce
la trasformazione in un
contesto in cui è sempre
più necessario bilanciare
i vantaggi con la riduzione
dei rischi**

| Casi d'uso dell'AI adesso e tra 12 mesi.



Aumentano i casi d'uso dell'AI generativa in analytics e BI

L'adozione dell'intelligenza artificiale generativa è cresciuta in modo vertiginoso nel campo degli analytics e della BI e si prevede che questa tecnologia avrà un impatto praticamente su tutti gli stakeholder coinvolti nel ciclo di vita dei dati e degli analytics, tra cui analisti che esplorano e visualizzano i dati, data scientist che sviluppano modelli e algoritmi, professionisti IT che gestiscono l'infrastruttura dei dati e leader aziendali che prendono decisioni chiave sulla base di insight. Inoltre, grazie alla continua evoluzione e al progressivo perfezionamento, l'AI diventerà parte integrante delle operazioni aziendali quotidiane e dei processi decisionali. Di conseguenza, per le aziende l'AI deve diventare uno strumento prezioso per migliorare le funzionalità di analytics e favorire l'innovazione.

"Il 94% delle aziende ritiene che l'AI generativa **avrà un impatto** sul numero di utenti finali che utilizzano soluzioni di analytics e BI."

I vantaggi si moltiplicano quando le aziende applicano l'AI generativa ad analytics e BI

Grazie alle capacità dell'AI generativa di creare autonomamente contenuti, generare insight e ottimizzare i processi decisionali, questa tecnologia è destinata a migliorare l'efficienza operativa e aumentare la produttività a livelli mai raggiunti prima. Da tempo l'obiettivo è quello di democratizzare l'accesso ai dati e agli analytics in tutti i settori, ma molte aziende ritengono che l'AI generativa sia la tecnologia che finalmente lo renderà possibile. Oltre all'automazione, grazie alla possibilità di aumentare il coinvolgimento degli utenti finali con esperienze personalizzate e dinamiche, l'AI generativa rappresenta un cambio di paradigma nel modo in cui le aziende sfruttano la potenza dei dati e degli analytics. In effetti, il 94% delle aziende ritiene che l'AI generativa avrà un impatto sul numero di utenti finali che utilizzano soluzioni di analytics e BI.

Vantaggi fondamentali e principali dell'utilizzo dell'AI per analytics e BI.





MicroStrategy è la più grande azienda indipendente quotata in borsa specializzata in analytics e business intelligence. La piattaforma di analytics di MicroStrategy offre soluzioni software potenziate con funzionalità di AI generativa che consentono alle aziende di analizzare e intervenire in modo intelligente su enormi quantità di dati. È considerata da sempre la migliore per gli analytics aziendali ed è utilizzata da molti dei marchi più famosi al mondo, tra quelli inclusi nella classifica Fortune Global 500. Perseguiamo due strategie aziendali: (1) espandere l'attività di sviluppo di software per analytics aziendali al fine di promuovere la nostra visione di Intelligence Everywhere e (2) acquisire e detenere bitcoin, che consideriamo una riserva di valore affidabile supportata da un'architettura pubblica, solida e open-source, non vincolata alla politica monetaria sovrana. Siamo la piattaforma per la trasformazione digitale in grado di supportare le aziende in un mercato che non è mai stato così competitivo.

[SCOPRI DI PIÙ](#)

INFORMAZIONI SU ENTERPRISE STRATEGY GROUP

Enterprise Strategy Group di TechTarget è un'azienda integrata specializzata in analisi, ricerca e strategia tecnologica che offre servizi di market intelligence, insight fruibili e contenuti go-to-market alla comunità tecnologica globale.

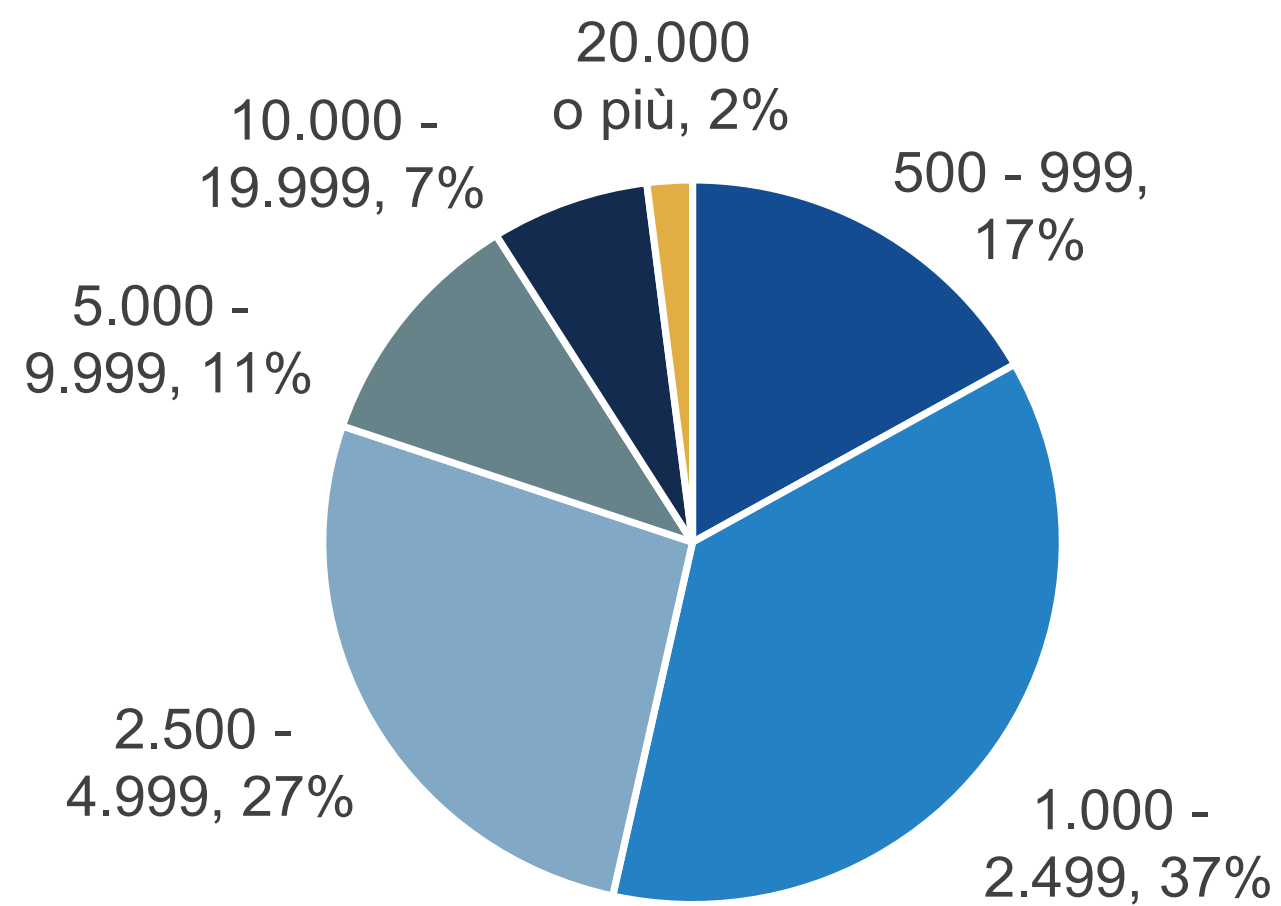


Metodologia di ricerca e dati demografici

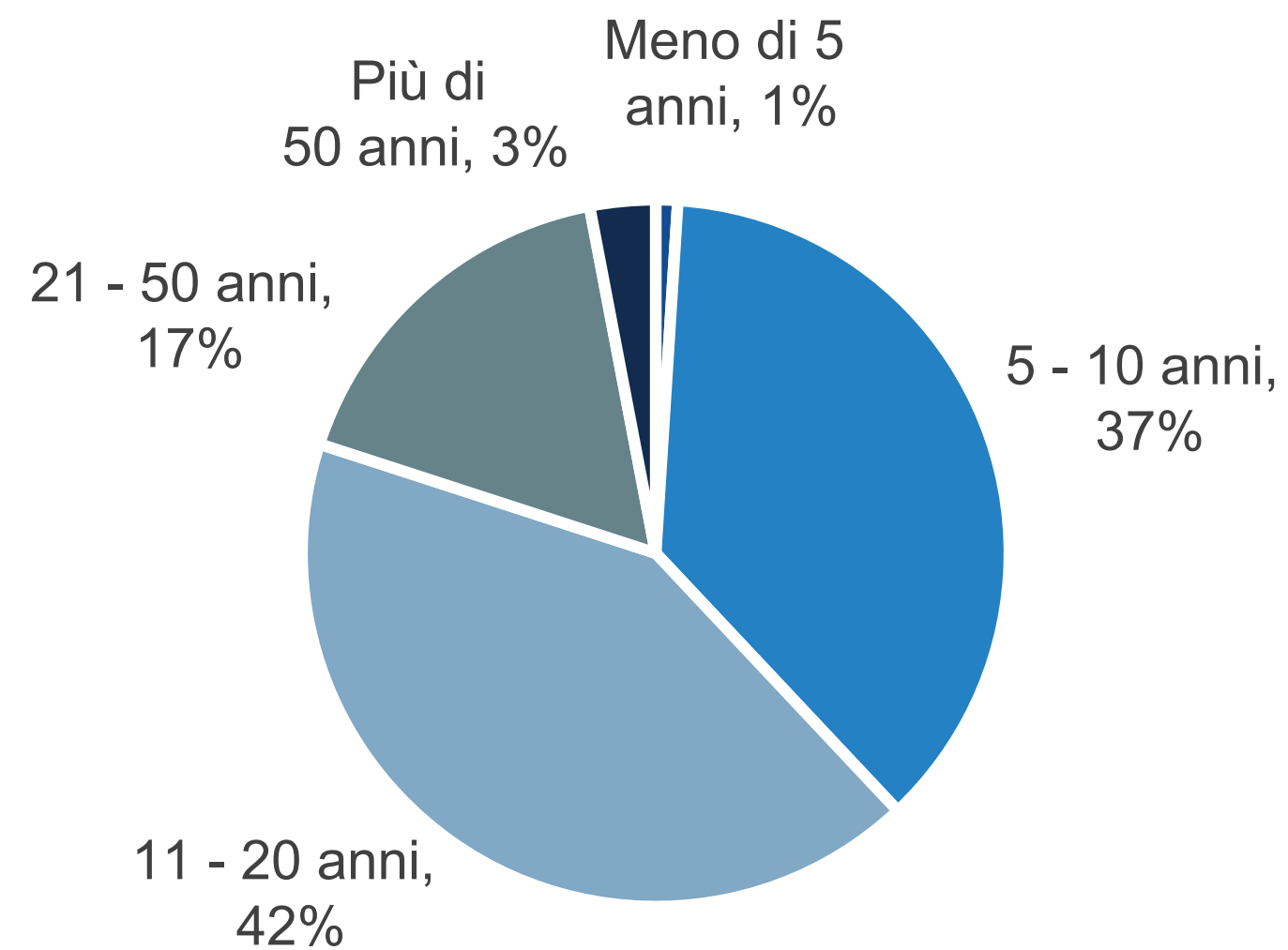
Per raccogliere i dati di questo report, Enterprise Strategy Group ha condotto un sondaggio online esaustivo tra i professionisti del settore dati e IT di aziende private e pubbliche del Nord America (Stati Uniti e Canada) tra il 31 ottobre 2023 e il 9 novembre 2023. Per partecipare a questo sondaggio, gli intervistati dovevano essere incaricati o responsabili della valutazione, dell'acquisto, della gestione e dello sviluppo di soluzioni di analytics e business intelligence. Tutti gli intervistati hanno ricevuto un incentivo per completare l'indagine sotto forma di premi in denaro e/o equivalenti.

Il campione finale di 375 professionisti del settore IT e dati è stato ottenuto dopo aver filtrato gli intervistati non idonei, eliminato le risposte doppie e vagliato le restanti risposte completate, in base a una serie di criteri, per garantire l'integrità dei dati.

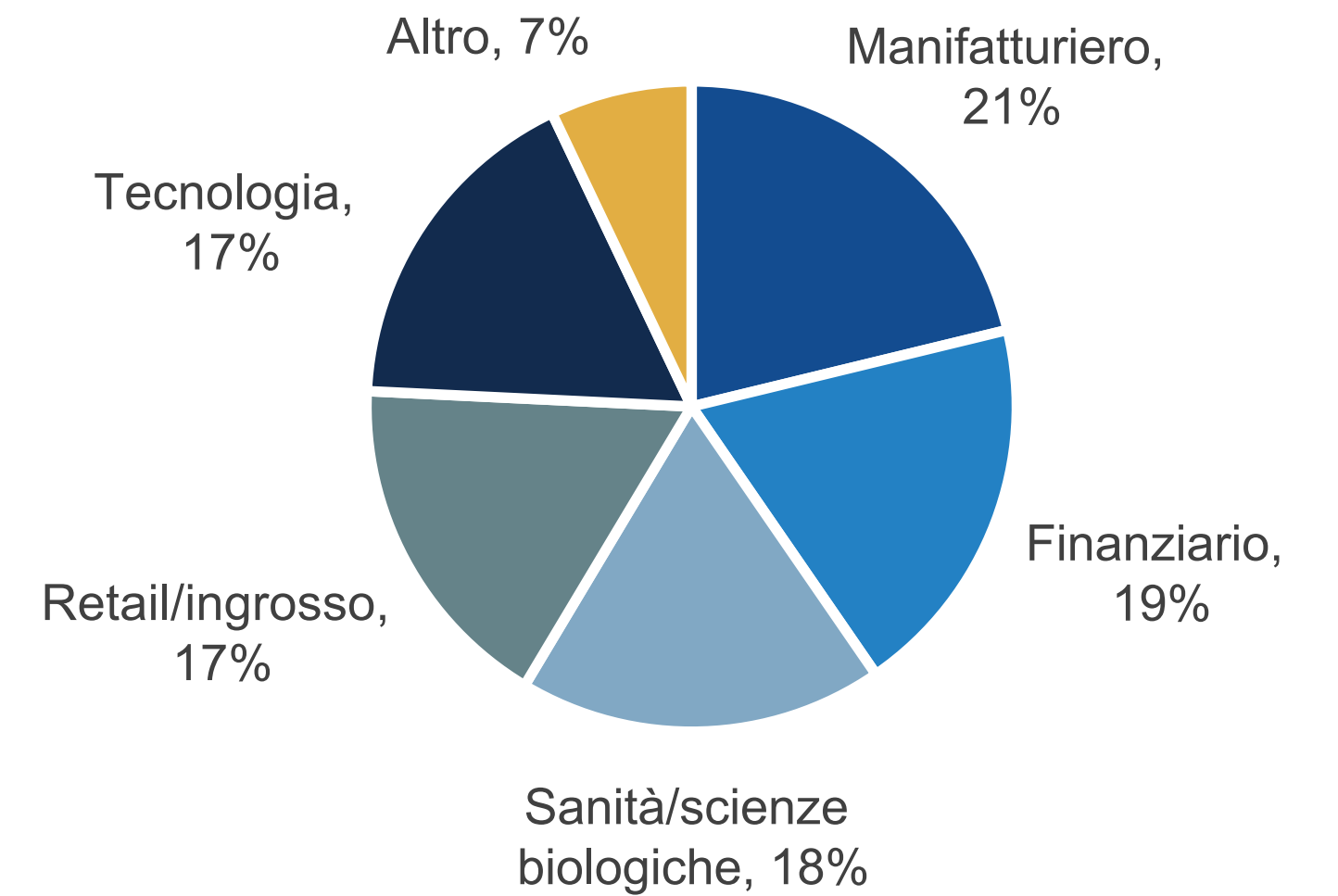
INTERVISTATI PER NUMERO DI DIPENDENTI



INTERVISTATI PER ETÀ DELL'AZIENDA



INTERVISTATI PER SETTORE



Tutti i nomi dei prodotti, i loghi, i marchi e i marchi registrati sono di proprietà dei rispettivi titolari. Le informazioni contenute in questa pubblicazione sono state ottenute da fonti che TechTarget, Inc. ritiene affidabili, ma non sono garantite da TechTarget, Inc. Questa pubblicazione può contenere opinioni di TechTarget, Inc. che sono soggette a modifiche. Questa pubblicazione può includere previsioni, proiezioni e altre affermazioni predittive che rappresentano le supposizioni e le aspettative di TechTarget, Inc. alla luce delle informazioni attualmente disponibili. Le previsioni si basano sulle tendenze del settore e comportano variabili e incertezze. Di conseguenza, TechTarget, Inc. non garantisce l'accuratezza di previsioni, proiezioni o affermazioni predittive specifiche contenute nel presente documento.

Questa pubblicazione è protetta dal copyright di TechTarget, Inc. Qualsiasi riproduzione o ridistribuzione di questa pubblicazione, in tutto o in parte, in formato cartaceo, elettronico o in altro modo a persone non autorizzate a riceverla, senza l'esplicito consenso di TechTarget, Inc. è una violazione della legge sul copyright degli Stati Uniti e sarà soggetta a un'azione per danni civili e, se applicabile, a un'azione penale. Per qualsiasi domanda, contattare Relazioni con i clienti all'indirizzo cr@esg-global.com.



Enterprise Strategy Group è un'azienda integrata specializzata in analisi, ricerca e strategia tecnologica che offre servizi di market intelligence, insight fruibili e contenuti go-to-market alla comunità tecnologica globale.

© 2024 TechTarget, Inc. Tutti i diritti riservati.