

Una piattaforma con algoritmi di machine learning aiuta le aziende a ottimizzare gli investimenti

CHE RISORSA GLI ALTERNATIVE DATA

Le informazioni non strutturate si rivelano le più strategiche

DI LAURA MAGNA

Di Big data si fa un gran parlare, in quanto opportunità per le aziende di strutturare strategie più efficaci e indirizzate in maniera precisa al mercato. Il passaggio obbligato per riuscire nell'intento è naturalmente avere a disposizione competenze e strumenti tecnologici per pescare nel mare magnum delle informazioni disponibili quelle più utili e pertinenti. Le risorse più importanti, in particolare, sembrano essere gli alternative data, ovvero i dati non tradizionali, spesso non strutturati, estratti intelligentemente da fonti digitali molto eterogenee: dalle conversazioni sui social media alle news su blog e forum, dalle informazioni sulla geolocalizzazione dei dispositivi mobili alle immagini raccolte dai satelliti e ai commenti estratti dalle piattaforme di e-commerce. Secondo le stime, entro il 2020 le aziende americane spenderanno più di 7 miliardi di dollari in questo asset, mentre in Italia a guidare il trend sono le aziende finanziarie e assicurative. «Se raccogliarli è già complesso,



la sintesi e l'analisi devono essere effettuate necessariamente da strumenti applicativi di nuova generazione, che sappiano selezionare e pesare segnali già forti o ancora deboli (i weak signals) ma provenienti da fonti autorevoli e con una diffusione in crescita, predittiva dell'importanza che assumeranno presto», spiega a MF-Milano Finanza Mauro Arte, cofounder e coo di Datrix, società specializzata in augmented intelligence, l'intelligenza artificiale a supporto delle attività umane, con 50 dipendenti nelle sedi di Milano, Roma e Cagliari.

Le applicazioni di questa tecnologia per lo sfruttamento degli alternative data sono

molteplici e possibili anche per piccole e micro aziende. Di recente Datrix ha lanciato proprio «una Customer Data Platform che gira su cloud ed è basata su algoritmi proprietari di machine learning, personalizzabile in base alle esigenze di qualsiasi azienda in qualsiasi settore, senza che sia necessario modificare l'infrastruttura software preesistente né installare costosi software aggiuntivi e da mantenere». Grazie a questa tecnologia si può comprendere, per esempio, il ritorno di una campagna marketing o individuare i colli di bottiglia analizzando un'esperienza di acquisto o, ancora, ridefinire il pricing di un'offerta a segui-

to di un'analisi del sentiment dei consumatori. «O ancora», prosegue Arte, «ottimizzare gli investimenti in marketing anche a campagne già attivate o incrementare i clienti ricorrenti o ampliare il singolo carrello scovando proposizioni alternative, come pure valutare la competitività di un'offerta prima del lancio».

Ma è soprattutto in ambito finanziario che la gestione e lo sfruttamento degli Alternative Data insieme ai dati tradizionali hanno dimostrato la loro efficacia, che permette ad Asset Management, Consulenti Finanziari, Family Office, Investor Relations, ESG Management di migliorare modelli, strategie e contenuti di investi-

mento. Come lo spiega ancora Arte. «Abbiamo realizzato un progetto per Innolva, azienda specializzata nella Business Information & nel Credit Management, per affinare la misurazione del rischio di default di piccole e medie aziende non quotate dalle dimensioni variabili. Il lavoro sugli Alternative Data ha consentito di realizzare una carta di identità digitale aggiornata in tempo reale delle aziende e/o del management basato su tipologia e caratteristiche di presenza web, ranking sui motori di ricerca, social reputation, customer reviews, aggiornamento tecnologico, aggiornamento contenuti. Le variabili tradizionali e alternative sono state poi unite, registrando un miglioramento di ben 13 punti percentuali di affidabilità del modello (dall'80% al 93%). E, su un sottoinsieme di 135 mila aziende, è stato possibile individuare 700 bad company aggiuntive a rischio default, ovvero, per le quali lo scoring tradizionale non evidenziava allarmi in caso di finanziamento e 17 mila nuove good company». (riproduzione riservata)