

## L'intelligence come supporto alle decisioni di impresa

Qualcuno la chiama società dell'informazione, altri parlano di rivoluzione o globalizzazione delle informazioni. Qualunque definizione si scelga, tutte sottolineano lo stesso aspetto: l'enorme e diffusa pervasività delle informazioni che influenza - e ha radicalmente cambiato - gli stili di vita quotidiana dei singoli e delle organizzazioni. Ci accorgiamo di questa sovrabbondanza di dati quando nel tempo libero leggiamo un quotidiano o decidiamo che film vedere al cinema, oppure quando in ufficio analizziamo la concorrenza o cerchiamo un documento, persino quando in famiglia prenotiamo una vacanza o scegliamo la marca del nuovo cellulare. Una situazione ormai più che consolidata, che interessa le mille sfaccettature del-

la realtà di ogni giorno il cui comune denominatore è la gestione dell'informazione.

In passato il problema di base era, al contrario, la scarsità di informazioni disponibili, rincarato dalla difficoltà di accedervi con mezzi adeguati. Da qui la spinta a investire nell'innovazione tecnologica per poter acquisire ogni tipo di informazione, in qualsiasi luogo, in qualsiasi momento e con qualsiasi strumento («any place, any time, any device» come ama ripetere Bill Gates). Se con l'avvento delle nuove tecnologie è stato risolto il problema dell'accesso, siamo ora nell'era dell'eccesso di informazioni, contraddistinta dalla difficoltà di "governare" le conoscenze a disposizione. Sono troppe le opportunità di scelta cui ci troviamo di fronte e,

sebbene l'accesso alle informazioni rappresenti un mezzo prezioso per migliorare la condizione socioeconomica, manca il tempo per individuare quelle di vero interesse. L'overload informativo esige tempo: tempo per selezionare tutte le conoscenze disponibili, tempo per trovare quella che serve, tempo per valutare quanto è stato trovato. Il maggior problema, oggi, è dato proprio dalla necessità di ottimizzare i tempi di analisi dei dati e verificare l'affidabilità delle fonti da cui provengono.

Una situazione che, secondo le previsioni sulle attuali tendenze evolutive, non dovrebbe accennare a risolversi, anzi. L'inarrestabile affermarsi di Internet e delle tecnologie di distribuzione di massa dei contenuti, farà sì che la quantità di documenti disponibili esploderà letteralmente e renderà sempre più gravoso il compito di cercare e scegliere i dati utili, separandoli dal rumore di fondo.

In questo contesto, si inserisce un'ulteriore difficoltà: come e dove investire in "attenzione umana".

L'esigenza è quella di azzerare/ridurre il rischio di ignorare questioni importanti.

Per le imprese, sviluppare capacità di ascolto sulle fonti - e soprattutto sulle fonti aperte - diviene dunque un fattore chiave per la competizione.

Le tecnologie di trattamento automatico del linguaggio (TAL) possono contribuire a superare l'impasse, selezionando e correlando le informazioni per supportare il processo di valutazione aziendale.

### L'analisi semantica

L'approccio semantico, su cui si basano le soluzioni di Expert System, ottimizza i processi di

elaborazione delle informazioni non strutturate, assicurando un'approfondita elaborazione dei testi: dalla gestione integrata dell'intero patrimonio informativo attraverso l'identificazione dei dati più rilevanti, alla ricerca, alla categorizzazione automatica, all'estrazione e alla correlazione, anche in tempo reale, di entità significative.

A differenza dei sistemi di indagine convenzionali, incentrati su logiche keyword e dunque incapaci di elaborare con efficacia documenti testuali, le soluzioni offerte dai sistemi software di tipo semantico effettuano un'analisi linguistica che ricalca gli schemi del "ragionamento umano". Quando un lemma è ambiguo, e cioè può avere più significati (ad esempio si consideri il lemma "calcio", che può essere inteso come "sport", "elemento chimico", "colpo dato col piede", ecc.), il software avvia il processo di "disambiguazione", grazie al quale si determina il significato più probabile tra tutti quelli possibili, tenendo conto anche dei significati degli altri lemmi rilevati nel resto del testo.

Le tecnologie TAL di analisi semantica delle informazioni possono essere utilizzate opportunamente in diversi processi aziendali che riguardano la marketing e competitive intelligence.

Per alcune tipologie di prodotto e servizio la Rete infatti rappresenta un consolidato punto di confronto tra gli utenti. L'analisi di commenti e indicazioni, forniti spesso da un pubblico competente, rappresenta certamente un elemento su cui orientare l'attenzione umana.

Alcuni esempi.

Analisi dei feedback (forum, newsgroup e siti di settore). Il Marketing può raccogliere giudizi qualitativi e comparazioni con i prodotti dei competitor,



*"Prendiamo un espresso?"*

Figura 1. Esempio di parola ambigua

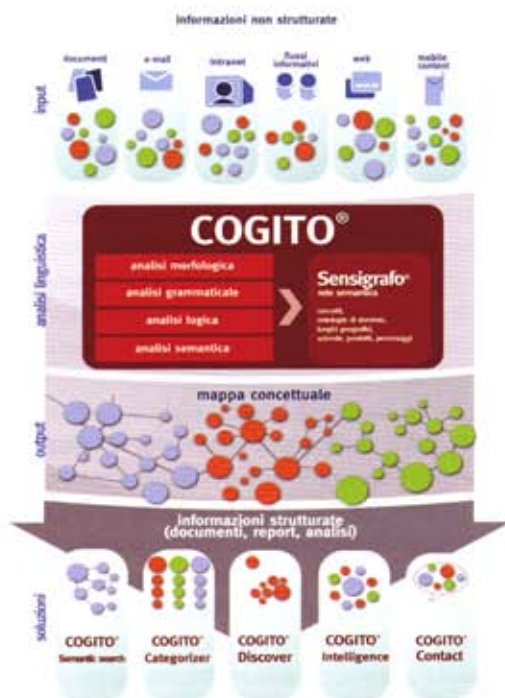


Figura 2. Il programma COGITO®

la Qualità dati sulla resa e il funzionamento, la Ricerca e Sviluppo spunti per nuove realizzazioni.

La rilevazione dei prezzi online rappresenta, invece, una fonte importante per il Trade marketing che potrà monitorare le politiche commerciali dei concorrenti, analizzare le distorsioni del proprio canale distributivo, accertare la presenza di un mercato parallelo, ecc.

Il database dei brevetti rappresenta un vero e proprio patrimonio informativo da cui è possibile far emergere tutta una serie di segnalazioni per il Top Management (oltre che per la Ricerca e Sviluppo e per il Marketing) rispetto all'evoluzione del know how di settore e alle strategie dei concorrenti.

Un ovvio ambito di attenzione è sicuramente rappresentato dai siti Internet in cui sono spesso evidenziate informazioni su caratteristiche e valori dell'offerta, iniziative, progetti ed eventi (ad es. un nuovo CdA, una partnership, una joint-venture, il lancio di un prodotto, ecc.).

Infine, anche gli addetti alla tutela del copyright possono trarre un effettivo vantaggio dall'impiego di tecnologie software per il trattamento automatico del linguaggio. Independentemente dalle piazze di vendita, nazionali o estere, mediante l'analisi costante delle aste online è possibile disporre di una visione di insieme su cui pianificare più efficaci attività di security, per iden-

tificare eventuali mercati paralleli e contrastare la contraffazione del marchio.

Come evidente, le informazioni presenti sulle fonti aperte sono ben presenti e di grande rilevanza ma per quante informazioni si possiedono, finché non vengono valorizzate e valutate restano sostanzialmente improduttive.

Lo specifico contesto delinea uno scenario applicativo "non convenzionale" la cui trattazione, per essere davvero efficace, richiede l'impiego di soluzioni software "non convenzionali", sia che si tratti di ottimizzare le relazioni con i clienti sia che si punti a perfezionare le attività di analisi di mercato e di prodotto, le scelte di progetto, gli investimenti e le strategie.

La tecnologia semantica offre una risposta concreta a questa esigenza, purché la si consideri nel modo corretto: allo stato attuale dello sviluppo tecnologico è di fatto utopistico immaginare come superflua l'attività umana di valorizzazione e valutazione dei contenuti.

Infatti, nel medio termine non saranno disponibili sul mercato soluzioni in grado di sostituire completamente l'uomo nella comprensione automatica dei testi. Attualmente è invece ragionevole pensare alla tecnologia come valido supporto agli analisti in molte fasi di lavoro, riducendo dunque sensibilmente la complessità delle operazioni.

## Conclusioni

Il Forum TAL, istituito nel 2002 per iniziativa del Ministero delle Comunicazioni, si è finora distinto per l'impegno e i risultati ottenuti nel campo dell'elaborazione automatica del linguaggio e, aspetto altrettanto importante, nella promozione degli attori di questo settore (ricerca e industria in primis). Proprio il diffondersi delle conoscenze sulle tecnologie TAL costituisce un passo inevitabile per sviluppare nel pubblico attenzione e sensibilità verso queste tematiche e per favorire la diffusione di soluzioni già mature e in grado di garantire un reale plus.

Purtroppo sono ancora relativamente poco noti i successi del "made in Italy" in questo ambito. Eppure si tratta di un mercato emergente, innovativo, in continua evoluzione, che produce soluzioni di competitive intelligence che, già ora, offrono grandi potenzialità a imprese e organizzazioni di ogni settore.

**Andrea Melegari** Expert System S.p.A.