

WEBINAR 24.04.2020

Data Storytelling:

comunicare visivamente ed efficacemente i dati aziendali, anche nel Business Travel

Grazie per aver partecipato al nostro webinar! Ti terremo aggiornato sui nuovi eventi formativi che organizzeremo su questo tema.

Che cos'è il Data Storytelling? È un metodo di comunicazione che coinvolgere l'audience attraverso tre elementi: i dati, le rappresentazioni grafiche e la narrativa. Perché ci può essere utile per comunicare in maniera efficace i dati aziendali? In quanto fa leva sulle capacità del nostro cervello e sul nostro senso più sviluppato, la vista.

Lo strumento migliore per incentivare il nostro cervello all'azione attraverso un approccio visivo e che, allo stesso tempo, ci permette di navigare i dati aziendali in profondità, è la **Business Intelligence**.



A pagina 2 i risultati del **questionario!**



Sei un travel manager?

La nostra soluzione verticale di dashboarding è un strumento di analisi creato su misura per i Travel Manager. Con i nostri dashboard potrai tenere traccia dei risultati raggiunti e dei prossimi obiettivi del Travel Mobility Program, nonché gestire in modo più consapevole la spesa e i processi travel della tua azienda.

**Scrivi a info@travelforbusiness.it
e richiedi una demo gratuita dei dashboard esemplificativi**

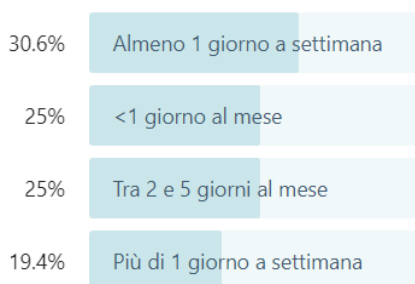
Gli sponsor dell'evento formativo
e creatori della soluzione
Business Travel Intelligence



I risultati del questionario

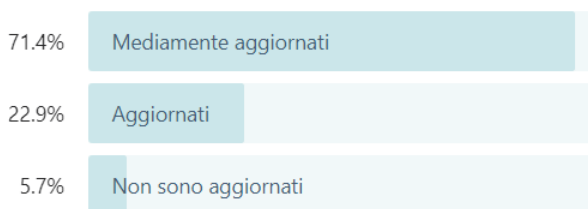
Nel tuo ruolo in azienda, quanto tempo dedichi all'analisi dei dati e alla loro successiva comunicazione/presentazione?

Le risposte ci fanno comprendere che, nel momento in cui vengono comunicati o presentati, i dati hanno già una vita media di 5-7 giorni. La percentuale di persone che gestisce dati con più frequenza è piuttosto bassa. Con il tempo le aziende Data-Driven dovrebbero essere portate a considerare il dato come un elemento di sviluppo strategico per l'azienda e che quindi, come tale, dovrebbe essere sempre aggiornato.



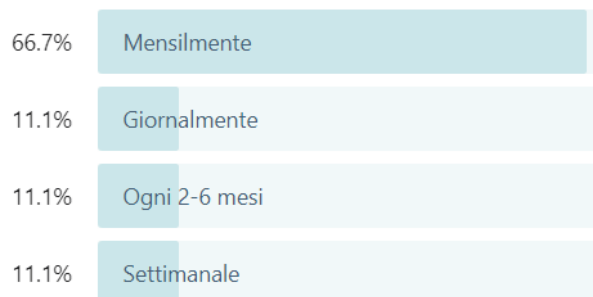
Quando ricevi/invii analisi o report internamente all'azienda, ritieni che contengano dati aggiornati?

La percentuale di persone che ritiene i dati non aggiornati è un segnale di attenzione. La causa potrebbe essere legata, come abbiamo visto nella domanda precedente, ai prolungati tempi di elaborazione del dato stesso. Il 71% di voi ritiene che i dati siano mediamente aggiornati. Questo fa sorgere un dubbio: come posso distinguere i dati aggiornati da quelli che non lo sono?



Con quale frequenza ricevi/effettui dei report?

I risultati di questa domanda rispecchiano la realtà delle aziende italiane. La stragrande maggioranza effettua o riceve una rendicontazione mensile del dato. Distribuite equamente le voci «giornalmente», «ogni 2-6 mesi» e «settimanalmente».



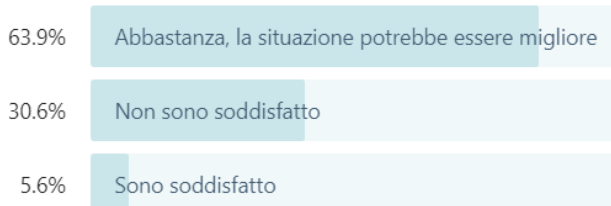
Quanto frequentemente VORRESTI ricevere/inviare aggiornamenti sui KPI aziendali?

Evidente la similitudine con la risposta precedente per la voce «mensilmente». Inversione di tendenza circa le tempistiche di aggiornamento *desiderate*: sembra chiaro che le aspettative di ricezione/invio di analisi e report aggiornati si scostino dalla realtà.



Quanto sei soddisfatto di come report e analisi effettuate in azienda vengono condivise e presentate?

Solo il 5,6% di voi è soddisfatto. La quasi totalità ritiene di non essere soddisfatto o sa che c'è qualcosa da migliorare nel processo aziendale di comunicazione dei dati. Questo è un segnale positivo! C'è sicuramente margine per un ampio miglioramento.



Sei soddisfatto della quantità di tempo che i tuoi responsabili dedicano alla lettura delle analisi o dei report che produci?

Anche in quest'ambito le opportunità di miglioramento sono tangibili. L'8,3% di voi non è soddisfatto del tempo che i responsabili dedicano alla lettura dei vostri report. Forse l'ostacolo è proprio il metodo di comunicazione dei dati?

