

Elaborare i dati PER CAPIRE

Il complesso processo logico dal dato alla conoscenza

di **Graziano Guazzi**

Non sempre l'abbondanza di dati si traduce in informazioni. Prendiamo ad esempio il modello di business del Grossista di Bevande, più in generale delle Aziende che operano nel mondo HORECA. In seno a tale modello, il Cliente è un'entità molto complessa, che i sistemi informativi generalizzati, ma talvolta anche quelli specializzati, non sanno gestire correttamente e completamente. La conseguenza la si paga in termini di difficoltà operative, ma quel che è peggio in lacune ed errori nell'analisi dei dati. Dimostreremo tale affermazione procedendo empiricamente.

Cliente ed Esercizi

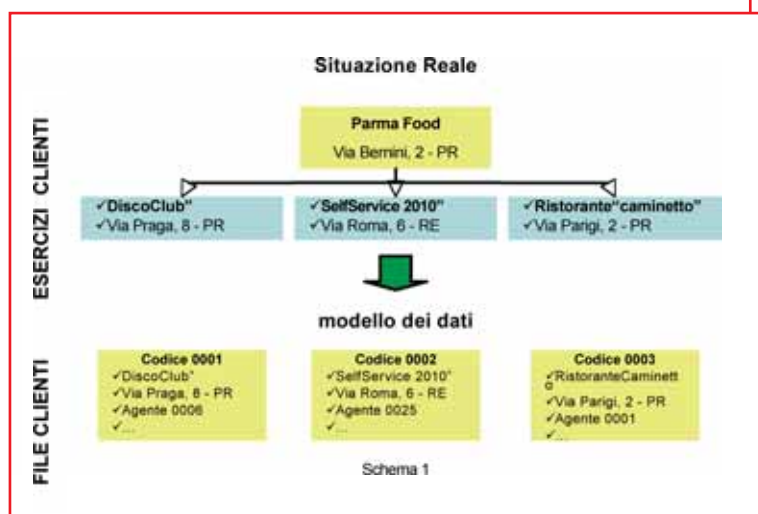
Non di rado capita che il Cliente operi con più locali (che chiameremo Esercizi), dislocati in zone diverse, operanti in canali diversi, serviti da agenti e trasportatori diversi. Al limite, potrebbero avere listini e condizioni di pagamento diversi. In questi casi, per sfruttare gli automatismi previsti dagli applicativi, ad esempio l'assegnazione dell'agente e la ricerca del prezzo di vendita, è necessario poter mantenere tutti i dati del Cliente distinti per Esercizio. Come mostra lo schema 1, in un sistema informativo inadeguato, l'entità Esercizio "sparisce" e viene fatta coincidere con il Cliente, con evidenti conseguenze negative. Solo per citarne alcune:

- più posizioni contabili per lo stesso Cliente
- fatturazioni distinte per Esercizio
- lacune sull'analisi dei dati: manca la "vista" Cliente (sommatoria dei singoli Esercizi).

Attività

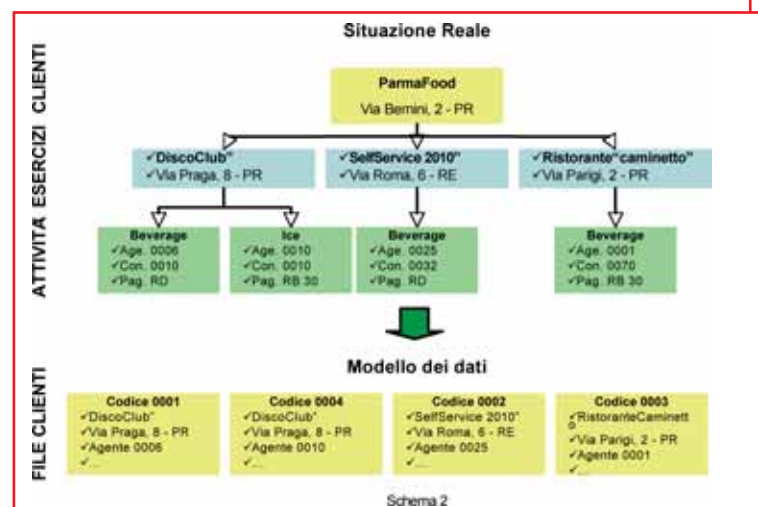
Alcune realtà trattano merceologie che richiedono logiche e strutture distributive specifiche. Alcuni esempi: "bevande" e "gelato", oppure "bevande" e "caffè". Chiamiamo queste macro merceologie Attività. In questi casi, spesso sullo stesso Esercizio operano agenti e consegnatori specializzati per Attività. Addirittura, potrebbe sorgere il bisogno di concedere condizioni di listino, di pagamento, etc., diversificate per Attività. Come mostra lo schema 2, quando si presentano queste

situazioni, l'inadeguatezza del sistema informativo amplifica le conseguenze negative, costringendo alla codifica di un Cliente per ogni Esercizio/Attività.



Punti Vendita e Cambio Gestione

Supponiamo che il Cliente Parma Food dell'esempio ceda il "Ristorante Caminetto" a terzi. La situazione può evolvere nel seguente modo:



- 1 subentra un nuovo Cliente, che decide di continuare a servirsi dall'Azienda;
- 2 subentra un Cliente già servito, che decide di continuare a servirsi dall'Azienda;
- 3 La nuova gestione opta per un diverso fornitore.

In tutti i casi, permane la necessità di continuare ad operare con la vecchia gestione per portare a termine i rapporti, e comunque effettuare analisi storiche. In più, nelle ipotesi 1 e 2, a prescindere dal cambio/conservazione dell'insegna, sorge l'esigenza di codificare la nuova gestione, tenendo conto, come mostra lo schema 3 (in cornice), che per alcuni aspetti (ad esempio la conta delle acquisizioni) la vecchia e la nuova gestione corrispondono ad un unico punto vendita (via Parigi, 2). Il Cambio Gestione è dunque l'esempio di un altro fenomeno che in seno ad un modello inadeguato può alimentare i dati senza incremento di informazione, anzi ... Per capirci, tralasciando tutte le difficoltà operative ed i limiti funzionali, dall'analisi del file risultano 6 Clienti: vedi schema 3. In realtà, la situazione che il modello dovrebbe rappresentare è:

- i Clienti sono due;
- i Punti Vendita (i muri a prescindere dalle gestioni) sono tre;
- gli Esercizi (intesi come gestioni) sono quattro (di cui una a termine; questa precisazione introduce una nuova dimensione indispensabile per una analisi corretta: il tempo).

- la vista Esercizio: sommatoria di tutti i fatti riferiti alla specifica gestione;
- la vista Cliente: sommatoria di tutti i fatti riferiti ai suoi Esercizi;
- la vista Punto Vendita: sommatoria dei fatti riferite a tutte le gestioni.

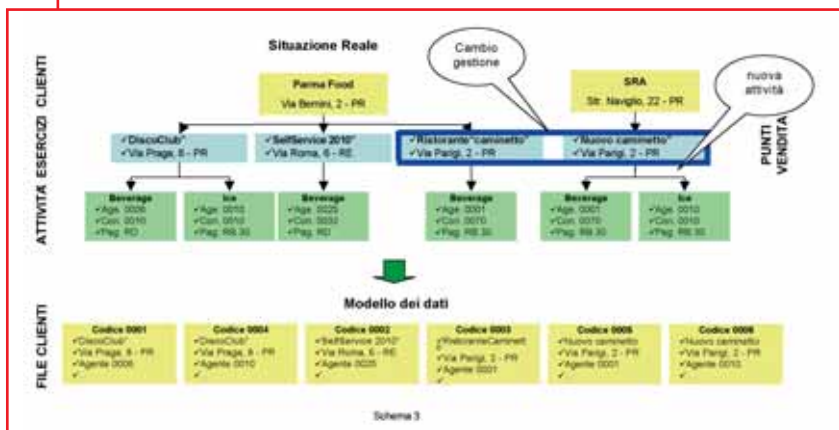
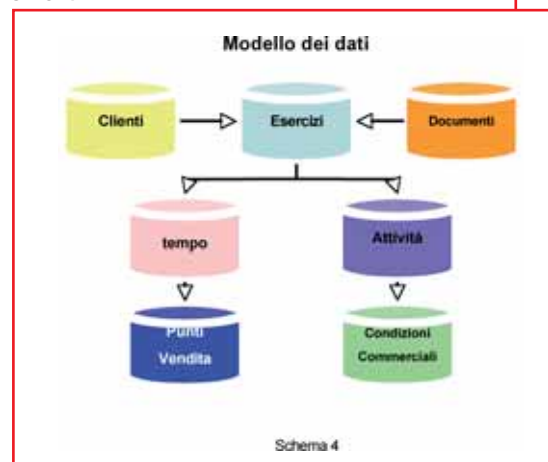
Per complicare le cose, a ulteriore prova della complessità di questo intreccio e delle insidie sottese all'utilizzo di modelli semplificati, proviamo a considerare che la nuova gestione (le cose non cambiano pensando ad una vecchia gestione) potrebbe decidere di inserire nuove merceologie, ad esempio il "gelato" e domandiamoci: in corrispondenza al Cambio Gestione, c'è stato un incremento del numero dei Punti Vendita serviti? Per quanto detto, verrebbe da rispondere di no: le due gestioni si susseguono in seno allo stesso Punto Vendita (via Parigi, 2 - PR); tuttavia se pensiamo all'"attività gelato", qualcosa è effettivamente cambiato: ora sono due i Punti Vendita serviti. Questa precisazione, palesa che per alcune Aziende è indispensabile poter "ragionare" per Attività non soltanto al fine di fissare specifiche condizioni commerciali ed operative, ma anche nell'analisi dei dati.

Conclusione

In generale, possiamo affermare che il modello dei dati deve poter recepire con coerenza e completezza tutti i concetti che emergono dalla descrizione dei fenomeni aziendali che si vogliono rappresentare, gestire ed analizzare. Questo si deve tradurre nella possibilità di "vedere" e "gestire" concretamente tutte le entità nominate. Riferendoci al nostro esempio: "nella soluzione in esame ci sono strutture dati che rappresentano i Punti Vendita, gli Esercizi, i Clienti, le Attività? È possibile gestirle con riferimento al tempo? Come sono correlate tra loro e con fatti aziendali (ad esempio i documenti di vendita)?" Queste domande sono irrinunciabili nella scelta del sistema informativo - vedi schema 4.

Pena:

- gravi complicazioni e limitazioni operative;
- perdita di conoscenza.



Punti di "vista"

Gli esempi fin qui fatti mostrano con chiarezza che il modello dei dati per rappresentare l'intreccio Clienti/Fenomeni è ben più articolato di quello offerto dai sistemi informativi che si limitano a mettere a disposizione l'archivio (e la vista) Cliente. Sono infatti indispensabili: