

# INDICE

	<i>pag.</i>
<b>Indice delle Figure</b>	IX
<b>Indice delle Tabelle</b>	XI
<b>Prefazione</b>	XIII
<b>Introduzione</b>	1

## Capitolo 1

### **I BIG DATA E L'APPROCCIO DATA-DRIVEN: DAL DECISION-MAKING ALL'ORIENTAMENTO STRATEGICO**

1.1. La rivoluzione dei Big data	7
1.1.1. Small Data vs Big Data: quale integrazione?	13
1.2. I riflessi manageriali dei Big Data	14
1.2.1. I processi: dal supply chain management alla creazione di valore	17
1.2.2. Le decisioni: dalle azioni guidate dai dati al miglioramento continuo	23
1.2.3. Le strategie: dai business model all'orientamento strategico	28
1.3. Data-driven decision-making: origine e tentativi definitivi	32
1.4. Una rilettura del data-driven quale approccio per il management strategico: verso una concettualizzazione	38

## Capitolo 2

### **L'EVOLUZIONE DEI BUSINESS MODEL: CREARE VALORE NELL'ERA DEI BIG DATA**

2.1. Business model: principali prospettive e dimensioni di analisi	45
---	----

	<i>pag.</i>
2.1.1. Visione basata sulle risorse	48
2.1.2. Visione basata sulle tecnologie	51
2.1.3. Visione basata sulla promozione delle risorse umane	53
2.1.4. Visione sistemica	55
2.2. Dalla creazione del valore all'innovazione nei modelli di business	58
2.3. Verso una possibile ridefinizione dei modelli di business in ottica data-driven	61

### Capitolo 3

#### **DATA-DRIVEN MANAGEMENT: UN FRAMEWORK CONCETTUALE MULTILIVELLO**

3.1. Le dimensioni chiave dei data-driven business model: una prospettiva multilivello	67
3.1.1. Livello 1: business model	72
3.1.2. Livello 2: la creazione del valore basata sull'analisi dei dati	77
3.1.3. Livello 3: approccio data-driven	83
3.2. I fattori abilitanti dell'innovazione nei data-driven business model	88
3.3. La proposta di un framework multilivello per il data-driven management	95

### Capitolo 4

#### **L'APPLICAZIONE DEL FRAMEWORK: UN'INDAGINE QUALITATIVA**

4.1. La metodologia e le domande di ricerca	99
4.1.1. Il disegno della ricerca	101
4.1.2. La raccolta e l'analisi dei dati	104
4.2. I risultati	108
4.2.1. Settore agroalimentare	108
4.2.1.1. DR1: il modello di business	108
4.2.1.2. DR1: i processi di creazione di valore	111
4.2.1.3. DR1: approccio data-driven	113
4.2.1.4. DR2: l'innovazione data-driven	115
4.2.2. Settore farmaceutico	118
4.2.2.1. DR1: il modello di business	118
4.2.2.2. DR1: i processi di creazione di valore	121

	<i>pag.</i>
4.2.2.3. DR1: approccio data-driven	122
4.2.2.4. DR2: innovazione basata sui dati	125
4.2.3. Settore automobilistico	127
4.2.3.1. DR1: il modello di business	127
4.2.3.2. I processi di creazione di valore	130
4.2.3.3. DR1: approccio data-driven	131
4.2.3.4. DR2: l'innovazione basata sui dati	133
4.3. Discussione dei risultati e revisione del framework	135
<b>Conclusioni</b>	143
<b>Bibliografia</b>	151