

DATA LITERACY, UN OBIETTIVO STRATEGICO

di FABIO CAMPANINI, data analyst di Relyens in Italia

LA CENTRALITÀ DEL DATO NEI MODELLI AZIENDALI RENDE ORMAI IMPRESCINDIBILE CONOSCERE LA GRAMMATICA DI UN NUOVO IDIOMA FATTO DI NUMERI E INFORMAZIONI

Il processo di evoluzione digitale della società è un fattore ormai affermato e pienamente riconosciuto, che negli ultimi dieci anni ha investito larga parte della nostra economia, dando origine a un trend in cui raccolta, organizzazione ed elaborazione di dati e informazioni costituiscono un asset sempre più centrale per favorire ogni processo aziendale, sia sul piano decisionale che operativo.

La rilevanza e il valore di questo approccio, fanno sì che il dato, oltre che una commodity sempre più richiesta nel mercato, stia diventando un vero e proprio linguaggio. E come tutti gli idiomi, diviene vettore di comunicazione in grado di includere, connettere e creare sinergie se adeguatamente padroneggiato, o, viceversa, di escludere e isolare se non se ne conosce la grammatica.

È in questo contesto che la *data literacy*, intesa come capacità di leggere, elaborare e comunicare il dato, non può più essere considerata una scelta, ma un obiettivo strategico per tutte quelle realtà operanti nel-



Fabio Campanini, data analyst di Relyens in Italia

le aree toccate da questa rivoluzione, tra cui anche il comparto insurance e l'ecosistema sanità.

Le compagnie assicurative vantano una lunga storia nell'utilizzo degli analytics, e si sono gradualmente evolute sfruttando big data e intelligenza artificiale per ottimizzare i loro modelli di business, migliorare le performance e offrire ai propri clienti soluzioni calibrate sulle loro specifiche esigenze. La sanità, d'altra parte, ha visto il processo di digitalizzazione aumentare esponenzialmente soprattutto in concomitanza alla fase pandemica e vede oggi, nella grande mole di dati generati, un'altrettanto ricca opportunità per ottimizzare la filiera di erogazione delle cure dal punto di vista della sicurezza, della qualità e, non per ultima, della sostenibilità.

I VANTAGGI DI UN MODELLO AZIENDALE DATA DRIVEN

È chiaro, dunque, come per entrambi l'alfabetizzazione del dato sia una sfida imprescindibile che può essere vinta agendo su due piani interconnessi: da un lato l'introduzione di nuovi ruoli specializzati con competenze verticali. Dall'altro, l'aggiornamento continuo e trasversale ai vari livelli aziendali, consapevoli che la data literacy è una risorsa funzionale non solo a favorire il decision making, ma anche a semplificare operazioni e processi, ridurne i margini di errore correlati e favorire un approccio proattivo all'individuazione di soluzioni per i clienti.

È seguendo questi principi che **Relyens**, risk manager europeo di riferimento per gli attori della sanità, investe nella data literacy di ogni collaboratore, tramite numerose attività formative e un monitoraggio costante delle competenze. Un percorso intrapreso coerentemente con l'evoluzione verso un modello aziendale data-driven e con l'ambizione di contribuire a diffondere la cultura del dato nell'intero ecosistema sanitario. **1**