

Business intelligence: il caso La Scala

## Gestire le performance con l'analisi dei dati

Dario Aquaro

I dati e la comunicazione. E su tutto: gli investimenti in tecnologie e risorse umane. Il mese scorso l'Osservatorio professionisti e innovazione digitale del Politecnico di Milano ha assegnato alla società tra avvocati La Scala il premio di «Professionista digitale 2019/20» nella categoria degli studi legali. Un premio arrivato per un progetto di *business intelligence* che consente di misurare le performance dello studio e interpretare i dati in modo più approfondito.

Ecco: i dati. Se è vero che la crisi ha chiamato anche gli studi legali a ripensare le attività, e chi aveva puntato in anticipo sull'innovazione dei processi non ha subito «scossoni», è anche vero che non di solo telelavoro si parla. Ma di qualcosa in più. I dati, in particolare, «hanno a che fare con le pratiche che gestiamo, con l'attività di ciascuno di noi – dice il ceo di La Scala, Christian Faggella –. E analizzarli significa mettere al centro un sistema meritocratico, di performance management, superando il cliché per cui avvocati e collaboratori di studio non possano essere valutati in maniera oggettiva».

Il dato è fondamentale per le strategie: sviluppare un servizio, individuare un particolare target di clientela, aprire un nuovo fronte di lavoro. Monitorare le statistiche, elaborarle, renderle dinamiche e facilmente consultabili dai soci, e rendere più trasparente possibile l'andamento economico della società.

«La nuova piattaforma di business intelligence – spiega l'avvocato Faggella – è stata costruita raccogliendo tutti i 28 anni di vita dello studio (informazioni, risultati, eccetera). Un track record che facilita la gestione delle emergenze (non solo coronavirus, *ndr*), con tutte le curve di analisi sullo storico che servono a garantire anche la continua fiducia degli stakeholder». Per intendersi, nel sistema sono state finora processate oltre 10,7 milioni di attività, caricate quasi 8,5 milioni di prestazioni professionali, emesse 104mila fatture e gestite 752mila anagrafiche.

«Questo sviluppo si intreccia con quello della piattaforma di comunicazione interna (Bitrix), implementata in epoca pre-virus e che si è rivelata essenziale in questo periodo: per chat, videoconferenze, condivisione di documenti. Basti pensare che negli ultimi sei mesi – sottolinea il ceo di La Scala – gli utenti attivi sono aumentati del 50% rispetto al 2019, l'uso della chat del 70%, e ci sono stati oltre 60 workgroup tematici».

Tutto ciò rafforza la corporate identity, cosa ancora più importante quando si lavora a distanza; mentre flessibilità, pianificazione, turn over e welfare potenziato avvicinano il vero smart working.

«Si narra che la tecnologia sostituisca le persone – osserva Faggella – nel nostro caso non è così. Anzi, siccome la tecnologia non è solo puro strumento, va opportunamente utilizzata e servono figure dedicate a questo: communication manager, performance manager, project manager. E occorre investire sempre nella formazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dario Aquaro