
Scopri il Tax

Visita il sito ufficiale

Arper



HOME RISORSE LIFESTYLE NOTIZIE INNOVATORI VS COVID-19 CO

INNOVATORI VS COVID-19

“Quando ci sono momenti difficili essere coraggiosi”. Gianni Bientini Business Intelligence Group

BIG Srl è una società di consulenza ad alto valore tecnologico, fondata nel 2019 da Gianni Bientinesi, Sc delle più importanti realtà italiane specializzata nel settore del calcolo ad alte prestazioni applicato alla



Publicato 2 anni fa - 17/06/2020
di **Kokou Adzo**

Impostazioni dei cookie



Prima di tutto, come state, lei e la sua famiglia in questo periodo di emergenza 19?



“Nonostante la situazione drammatica abbiamo rispettato le indicazioni di stare a casa e fortunatamente stiamo bene”.



Scopri il Tavolo Aee

Visita il sito ufficiale Arper e scopri la nuova collezione Aeeri

Arper

Ci parli di lei, della sua carriera e di come nasce questa idea imprenditoriale

“**Gianni Bientinesi** è esperto in *Business Intelligence, studi e ricerche di mercato* internazionale. Si laurea presso la facoltà di Scienze politiche dell’*Università degli Studi di Torino* nel 1999 e si specializza in Sociologia della comunicazione e Metodologia della ricerca sociale con menzione al premio “**Migliore tesi di laurea**”, che viene depositata presso la *Biblioteca nazionale universitaria* e dal *Centro Unesco di Torino*.

Durante il percorso di studi inizia le sue prime esperienze lavorative nel campo del marketing presso AC Nielsen Customized, specializzandosi in indagini continuative su utenze e business della telefonia fissa, mobile e internet.

Nel 2002 inizia la sua collaborazione presso *Ipsos* come ricercatore dell’indagine *Audipress* e nel 2005 presso *Tns* si occupa della progettazione e implementazione di indagini di mercato legate al settore mobile e internet.

Nel 2009 entra in Leroy Merlin Italia e nel 2013 lancia *L’Osservatorio sulla Casa*, il primo che mette al centro i bisogni degli abitanti italiani, diventando punto di riferimento per la conoscenza del mercato del mondo casa in Italia. È da qui che è chiamato a tenere corsi di formazione sul marketing, comunicazione e ricerche di mercato nelle principali università di design e architettura italiane.

Grazie a queste esperienze, sperimenta e sviluppa nuovi metodi di ricerca mettendo al centro le persone e proponendo un nuovo approccio alla Business Intelligence.

Fondatore di **Business Intelligence Group** dove ricopre il ruolo di *Presidente e Amministratore Delegato*. Svolge attività di consulenza, formazione e divulgazione di temi tematiche relative all’innovazione, salute e sostenibilità. Autore del saggio «Le persone e i numeri» pubblicato da Minerva editore”.

Come innova la vostra azienda?

“**Business Intelligence Group è una delle poche aziende in Italia** in grado di s propri clienti (Grande Distribuzione, Produttori, Agenzie di Comunicazione, Socie Consulenza e Istituti di Ricerche di Mercato) **dalla realizzazione di indagini di implementazione di sistemi hardware e software** per lo sviluppo di reportistic di grandi quantità di dati (Data Lake)”.

Business Intelligence Group Srl si avvale di una piattaforma tecnologica proprie permette di raccogliere, organizzare ed analizzare una grande mole di dati attrave tecniche big data e sistemi di Intelligenza artificiale. La società offre anche servizi consulenza e formazione attraverso la piattaforma di e-learning nell’ambito del m comunicazione aziendale.

La società è specializzata in **attività di alto profilo tecnologico e innovativo** pe l’organizzazione e la progettazione di **servizi utili per l’implementazione di pia strategici Online e Offline**. **Business Intelligence Group** è specializzata sulle te riguardano:

- Retail e Grande Distribuzione
- Casa e Abitare
- Automotive e Trasporti
- Tecnologia e Innovazione
- Ecosostenibilità
- Salute e Benessere”

Business Intelligence Group Srl



In che modo la pandemia da COVID-19 colpisce la vostra attività e come state affrontando questa crisi?

“Ad un anno esatto dalla fondazione della società è scattato il lockdown. L'anno era davvero bene ed i clienti iniziavano a confermare o sviluppare progetti che erano stati nel semestre precedente. Tuttavia, nonostante il rallentamento generale, la nostra organizzativa ci ha permesso di portare avanti le attività in corso e sviluppare nuove di ricerca”.

Avete dovuto fare delle scelte difficili in questa situazione di emergenza ? E le lezioni apprese?

“Essendo una società innovativa che basa il proprio core business sulle attività di ricerca e sviluppo ed innovazione questo periodo è stato molto interessante perché ci ha dato l'opportunità di supportare i nostri clienti per immaginare quale potesse essere un piano di sviluppo per il futuro. A tal proposito abbiamo lanciato diverse iniziative a sostegno delle aziende del mondo casa tra cui ‘L'osservatorio nazionale sull'Orto e Giardino’ che in questo periodo di isolamento in casa ha avuto un ruolo molto importante per stemperare lo stato di ansia psicologica collettiva”.

Come gestite lo stress e l'ansia in questo periodo e come vi proiettate, voi e la vostra azienda nel futuro?

“Dal mio punto di vista tutte le crisi, così come dice la parola, sono sempre una occasione per ripensare a come impostare il proprio futuro. La prima cosa che abbiamo fatto in questo periodo è stato quello di investire ingenti risorse nello sviluppo di tecnologie e su un piano di comunicazione aggressivo. Sono infatti convinto che proprio quando i momenti difficili dobbiamo essere coraggiosi ed investire su quelli che sono i tuoi punti di forza principali”.

Chi sono i vostri competitor e come pensate di superare la concorrenza?

“Abbracciando diverse aree di competenza (dallo sviluppo di sistemi di business in-house alle ricerche di mercato alla consulenza strategica) di volta in volta abbiamo competuto in settori differenti. La nostra particolarità è quella di sviluppare progetti integrati che partono dall'analisi del posizionamento dell'azienda cliente per proporre soluzioni tecnologiche e di ricerca ad alto valore aggiunto. A me piace definire il nostro approccio ‘no frills’ e senza fronzoli! Proviamo sempre a proporre le soluzioni giuste senza troppi fronzoli. Questo significa che le nostre competenze sono molto verticali nei diversi ambiti ma guidate da una visione complessiva del progetto finale”.

Le sue considerazioni finali su questa emergenza?

“Dal mio punto di vista credo che questa situazione sia una bella opportunità per tornare al centro di quelli che sono i nostri valori: Le persone oltre i numeri.

Inoltre noi siamo sempre più convinti che una azienda sarà in grado di guardare al futuro con ottimismo se riuscirà a proporre prodotti o servizi:

- innovativi
- Accessibili

- Rispettosi dell'ambiente
- Attenti alla salute”

Il vostro sito Web ?

www.businessintelligencegroup.it

ARGOMENTI CORRELATI :

DON'T MISS

◀ **Nicolò Cavallo, Founder & CEO, Noisefeed : “Il successo delle nostre idee dipende solo da noi”.**

UP NEXT

“Siamo ben allenati a gestire gli imprevisti!” Intervista a Marco Novellino, CEO & Founder, e-Sport Srl



Kokou Adzo



INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

LEGGI ANCHE

CLICCA QUI PER COMMENTARE

LASCIA UN COMMENTO

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Impostazioni dei cookie

Commento *

Nome *

Email *

Sito web

Do il mio consenso affinché un cookie salvi i miei dati (nome, email, sito web) per il prossimo commento.

INVIA COMMENTO

TOP OF THE MONTH



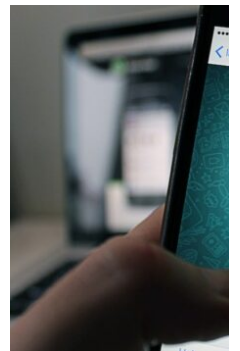
LIFESTYLE / 5 mesi fa

Le 10 aziende che valgono di più al mondo nel 2022



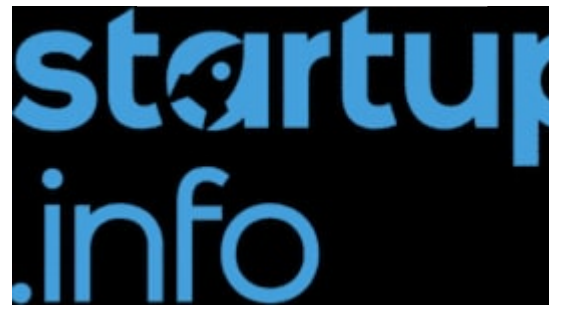
RISORSE / 6 mesi fa

Le 13 migliori app mediche del 2022 da scaricare



LIFESTYLE / 7 mesi fa

Come visualizzare i dati in modo anonimo -



HOME RISORSE LIFESTYLE NOTIZIE INNOVATORI VS COVID-19 CON

Copyright © 2022 STARTUP INFO - [Privacy Policy & C](#)