

Power BI: come approcciare l'offerta ad un cliente dei servizi di Business Intelligence?

di [Francesco Bergamaschi](#)

Pubblicato il 9 Maggio 2023

Una volta **acquisita** la giusta **competenza per erogare servizi innovativi tramite Power Bi**, quale può essere l'**approccio** giusto per proporli ai **clienti di studio**?

Il nostro commercialista immaginario *Luca* si sente ormai pronto ad approcciare il mercato **offrendo i nuovi servizi** che Power BI permette di creare.

Infatti, Luca ha già sperimentato:

- [connessione di Power BI ad un database SQL](#), usando quello sottostante al suo gestionale;
- [creazione di semplici metriche](#) nel linguaggio DAX e di semplici visualizzazioni;
- [pubblicazione sul cloud](#) e condivisione di report con colleghi del suo studio;
- [aggiornamento automatico dei dati sul cloud](#), in modo da mantenere aggiornati i report condivisi;
- [condivisione con un utente esterno](#) al proprio servizio Power BI (il cliente).



Come approcciare l'offerta ad un cliente dei servizi di Power BI?

Luca decide di convocare una riunione per ufficializzare la sua richiesta di fare il passo successivo: andare sul mercato. Nel meeting, coinvolge i soci che ha già coinvolto nella sperimentazione della prima

reportistica di Power BI.

Il meeting ha un'atmosfera positiva, tutti sono contenti di offrire qualcosa di nuovo e soprattutto di **differente rispetto alle procedure fiscali**, che restano tuttavia il cuore dell'attività, in modo da stimolare la crescita e l'entusiasmo dei colleghi e l'immagine dello Studio.

Durante il meeting con i soci, qualcuno è restio a procedere. C'è un timore diffuso verso quanto mai fatto prima e i possibili rischi d'immagine in caso di problemi. Luca, tuttavia, è fiducioso.

Microsoft offre un **servizio di assistenza** eccezionale e Power BI esiste da 7 anni. Esistono **consulenti di Power BI** a cui rivolgersi in caso di necessità (magari preventivamente va fatto un accordo con qualcuno di essi, ne prende nota).

Inoltre, sente che **con poco può rendere un grande servizio ai clienti** che, percepisce, sono ancora molto, molto indietro sull'avere una **reportistica dinamica, semplice, accattivante e flessibile**.

Luca riesce a convincere la maggioranza, si decide dunque di procedere. Emergono, tuttavia, le seguenti tematiche da approfondire:

- a **quali clienti** approcciarsi? E come?
- **cosa offrire** come servizio, cioè che tipo di report?
- che **tempi** di realizzazione di una prima versione di test indicare al cliente?
- come comportarsi riguardo alle **licenze Power BI**?
- come comportarsi se una **metrica** richiesta dal cliente fosse **troppo complessa** in DAX per le conoscenze attuali di Luca?
- come comportarsi in caso di **problemi di funzionamento**?
- come comportarsi al riguardo della **manutenzione** dei report creati?
- come comportarsi nel caso in cui l'IT non permetta di **collegarsi al database** sottostante il gestionale del cliente o non sia possibile farlo per qualche ragione di politiche IT o perché i dati

NON sono su un database?

Luca dice la sua su alcune, qui si seguito listate, mentre si riserva di approfondire sul resto.

A quali clienti approcciarsi? E come?

Luca ritiene che il servizio vada offerto a **tutti i clienti** già in portafoglio, che essi siano industriali, artigiani, commercianti. All'obiezione *“gli industriali avranno già la BI”* Luca risponde:

“se è una self-service BI con un sistema diverso da Power BI, possiamo proporre Power BI per ridurre i costi (e avremmo il grande vantaggio di capire cosa la concorrenza offre e il livello di difficoltà dei calcoli richiesti dovendo replicare qualcosa di fatto in un altro modo), se hanno una BI vecchio stile, offrire la versione self-service della BI proponendo Power BI può soddisfare un bisogno che la vecchia BI non soddisfa: la diffusione dell'uso a tutti i livelli aziendali”.

Sul come, si potrebbe partire con una nota alla newsletter dello studio (o a crearne una ad hoc) o con una newsletter esistente dedicata o con una comunicazione di novità ad hoc, offrendo di andare presso i clienti per una breve presentazione di un report già pronto e per rispondere a domande, magari portandosi una brochure stampata.

Cosa offrire come servizio, cioè che tipo di report?

Luca ritiene sia importante **uscire dalla “gabbia” del fiscale**. Alla fine dei giochi, ai clienti vengono già offerte riclassificazioni varie di bilancio e indici classici!

Ci sarebbe un grande valore ad offrire le stesse cose in veste Power BI? Luca ritiene di no. Certo, perché non farlo - in prospettiva?

Ma non è certo la prima cosa da offrire, secondo lui.

Piuttosto, Luca propone di offrire la **creazione e manutenzione di un cruscotto aziendale operativo** che permetta di controllare l'evoluzione del business ogni giorno, in sostanza di offrire un cruscotto di controllo di gestione che mostri **dati finanziari, di ricavi, di margini, di volumi produttivi, di geografia e segmentazione di clienti** e così via.

Che tempi di realizzazione di una prima versione di test indicare?

Luca ritiene non si debba dare un'indicazione se prima non si è saggiato **cosa il cliente voglia controllare e quali dati sono a disposizione** (in che forma o con che qualità).

A questo scopo, suggerisce di proporre sempre un piccolo pre-studio a prezzo e tempi fissati perché si possa poi fare un'offerta ben ponderata. Un pre-studio di due mezze giornate, stima, dovrebbe andare bene per cominciare con i clienti più piccoli.

Del resto, bisognerà lanciarsi prima o poi!

Nel prossimo articolo risponderemo agli altri quesiti!

[CONTINUA...]

A cura di Francesco Bergamaschi

Martedì 9 maggio 2023

Potrebbe interessarti:

CORSO POWER BI

**VideoGuida pratica in italiano su Power BI
Desktop e Cloud, pensata su misura per
commercialisti e consulenti aziendali**

con Dott. David Bianconi e Prof. Francesco Bergamaschi

DA VEDERE DOVE E QUANDO VUOI

Scopri di più su  **COMMERCIALISTA**
TELEMATICO.com

