

Butterfly, il decision making in tempi record

csz costozero.it/butterfly-il-decision-making-in-tempi-record/

Raffaella Venerando

March 12, 2020

Ascolta



Il Ceo Enzo Troncone: «Uno dei nostri punti di forza è la capacità di integrare e fare sintesi tra fattore umano e i dati a disposizione dell'organizzazione»

La sua idea innovativa in pillole: punti di forza, benefici, mercato.

Butterfly è una startup che ha come core business il **#decisionmaking** in ambito aziendale. In particolare, ha sviluppato strumenti software che consentono di qualificare, tracciare e velocizzare i processi decisionali, combinando **Behavioral Science** e **Machine Learning**. Studi autorevoli, come quello dell'Harvard Business Review, stimano che oltre il 95% delle performance di un'organizzazione dipende proprio da come vengono prese le decisioni. Tuttavia, oltre il 90% dei manager non adotta procedure decisionali adeguate (Mc. Kinsey & Co). Il mercato cui ci rivolgiamo è potenzialmente molto ampio: qualsiasi organizzazione, dalla piccola impresa alla società multinazionale, trarrebbe beneficio dall'utilizzo interno di un approccio scientifico al decision making. Noi però intendiamo puntare in prima istanza alle aziende medio grandi. Fra i punti di forza del sistema vi è sicuramente la gestione trasparente, efficace ed efficiente dei processi decisionali, alla base del successo di qualsiasi organizzazione. In secondo luogo, l'ottimizzazione del tempo (risorsa scarsa sia per le organizzazioni sia per i team di lavoro) dedicato alle decisioni, che ora vengono prese principalmente attraverso lunghi processi ed estenuanti meeting che portano spesso a nulla di fatto. Di conseguenza, sfruttare al meglio il tempo a disposizione è un fattore decisivo in qualunque strategia di miglioramento aziendale. Terzo punto di forza è la capacità di Butterfly di integrare e fare

sintesi fra il fattore umano (ovvero le competenze strategiche e l'esperienza dei team) e i dati a disposizione dell'organizzazione. Così le decisioni, oltre ad essere completamente tracciabili e monitorabili, diventano effettivamente data driven.

Qual è stato il momento di “svolta” nel percorso dall'idea al prodotto?

Il primo momento di svolta è stato quando abbiamo capito che la nostra idea e il progetto di ricerca avevano un potenziale di impresa. Come spesso capita, questa epifania è nata da un confronto di idee fra persone con background molto differenti: pur provenendo da settori diversissimi (IT, grande industria, healthcare, progettazione e public governance) avevamo avuto tutte esperienze simili, constatando che i processi decisionali rappresentano un momento critico di ogni organizzazione e che innumerevoli risorse (tempo, soldi ed energie) vengono spesi in riunioni, verbali e scambi di email spesso inutili. Il secondo momento di svolta è quando abbiamo avuto chiaro che le nostre soluzioni avrebbero dovuto combinare due elementi imprescindibili l'uno dall'altro. Il primo è l'informatizzazione e l'automazione di quanti più passaggi possibile, per semplificare il processo.

Nel tempo poi, il sistema doveva apprendere da sé stesso e dalle scelte fatte, migliorando progressivamente le performance degli algoritmi sottostanti. Tuttavia, il processo doveva basarsi fortemente sul fattore umano, sulle skills dei decisori e dei membri dei tavoli decisionali che devono mantenere sempre la centralità nel processo. Il sistema dunque avrebbe dovuto mediare fra questi due elementi.

Doveva essere qualcosa in più di un semplice sondaggio fra esperti, doveva integrare dati, doveva mediare fra i bias decisionali che ci contraddistinguono, restituendo agli utenti report che evidenziassero i nodi critici di ogni decisione. Per quanto si possa sempre migliorare, siamo felici di poter dire che quest'obiettivo, così sfidante, è stato raggiunto.

Idea/prodotto, mercato, partner, team: in che ordine contano questi elementi per la buona riuscita del “suo” progetto?

Tutti gli elementi sono stati fondamentali per la riuscita del progetto e sono collegati fra loro. L'idea/prodotto – che nasce a valle di un dottorato di ricerca fatto **con l'Università di Napoli e l'Università di Santos in Brasile** – è stata sicuramente un fattore di successo poiché risponde ad un problema piuttosto sentito in ambito aziendale. Non di meno, solo grazie alla complementarietà delle skills del team di lavoro, siamo riusciti a focalizzare l'idea e renderla effettivamente appetibile per il mercato. In particolare è stata fondamentale la pregressa esperienza professionale del team di Butterfly: io vengo dal mondo industriale, con un dottorato proprio sul Decision Making, **Domenico Di Maria** è Dirigente Medico presso l'Ospedale Rummo di Benevento, **Laura Mariano** ha una notevole esperienza nella progettazione e rendicontazione di progetti a valere su fondi comunitari, **Michele Criscuolo e Fabio Ciao** sono developer con un ampio e consolidato background in sviluppo software, **Ferdinando Scala** vanta una ventennale esperienza nel marketing strategico.

L'esperienza pregressa, non solo ci consente di interagire con professionalità e competenza con diversi settori industriali target, ma soprattutto di beneficiare di reti e partnership in Italia e all'estero. Fra tutte, mi sento di ringraziare in particolare **l'Associazione Nazionale Ex Allievi Nunziatella**, la **SIOeChCF** – Società Italiana Otorinolaringoiatria e chirurgia cervico facciale, il **Gruppo Campano ORL**, il Project

Management Institute – Southern Italy Chapter (PMI-SIC).

Nell'ultimo periodo di vita della startup, stiamo poi testando il valore fondamentale dell'ecosistema dell'innovazione: incubatori, acceleratori, società di consulenza che hanno avuto modo di testare non solo il nostro prodotto, ma anche la nostra caparbietà e che ci stanno affiancando nella delicata fase di ingresso nel mercato.