

Sistemi Informativi - Internet

I Portali

Obiettivi.

Descrivere la nascita e l'evoluzione del concetto di portale.

Presentare le caratteristiche delle varie tipologie di portale.

Illustrare le generazioni di portale.

Proporre un modello di integrazione basato sui portali.

La nascita dei Portali

- I Portali nascono negli USA intorno al 1998
 - Come porte di accesso alle informazioni ed ai servizi della Rete Internet
 - Come una evoluzione dei motori di ricerca
 - Excite, Yahoo e AOL
- Superamento della frammentazione dei servizi e dei contenuti
 - framework adatto alle necessità degli utenti
 - disponibilità “concentrata” di
 - ✓ risorse
 - ✓ informazioni
 - ✓ servizi
- Accentramento del traffico dei navigatori all'interno di grandi “contenitori” dell’informazione
 - contenuti, notizie, servizi gratuiti e a pagamento

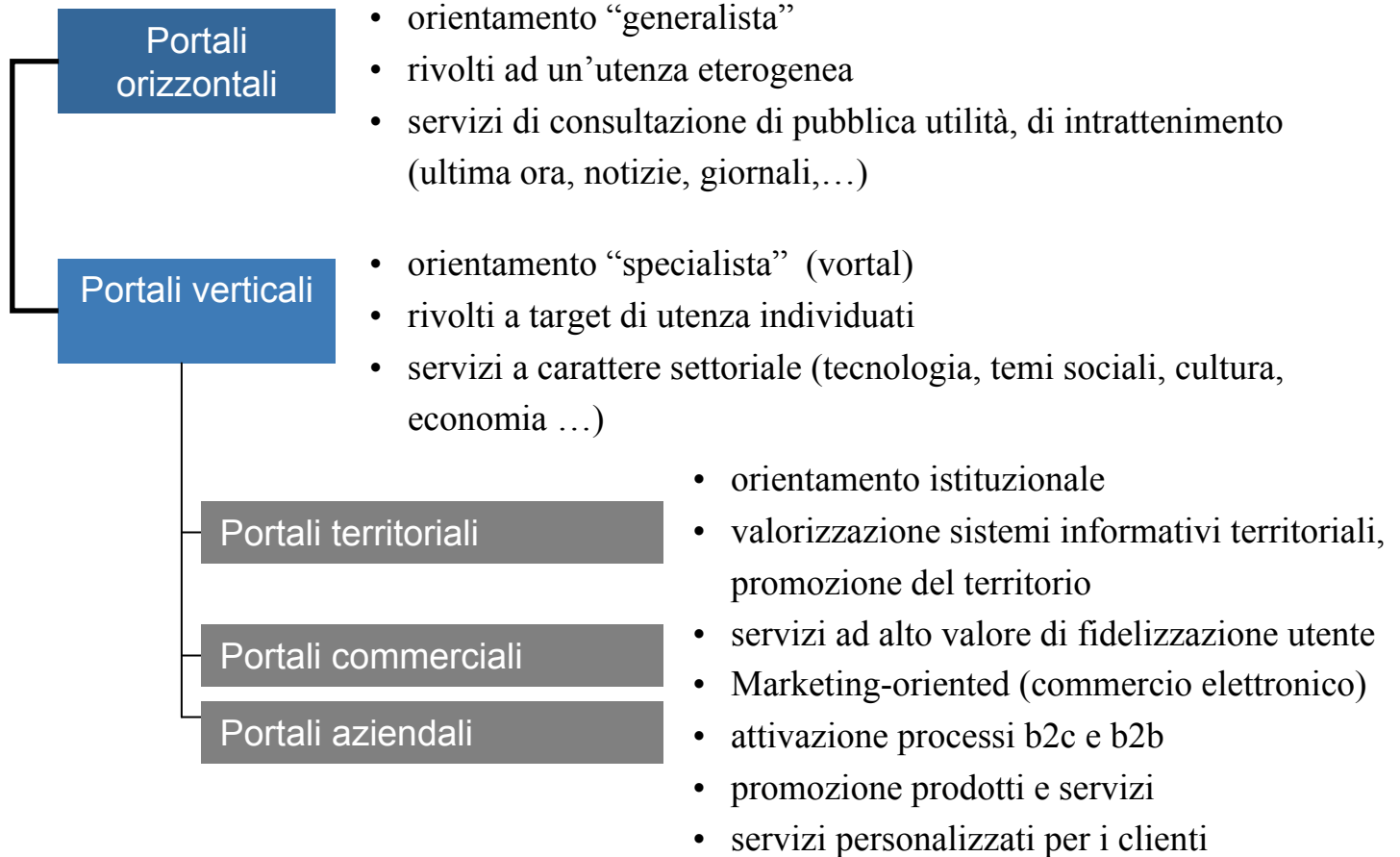
Definizioni di Portale

- Un portale si può definire come un sito multifunzione e multiservizi rivolto ad un pubblico vasto
- Il portale è “una finestra sull’informazione di Internet”
(Gartner Group)
- *“Un portale rappresenta un'infrastruttura che fornisce agli utenti diversi livelli di funzionalità e di interattività, in base alle loro preferenze e alle regole aziendali, fornendo un contesto migliore per l'attività lavorativa e aggiungendo valore ai siti esistenti”*
(Matt Cain)
- Il mezzo per portare l’utente in un luogo dove può trovare riscontro alle sue richieste
- “La porta” per la connettività alla Rete

Caratteristiche ed obiettivi di un Portale

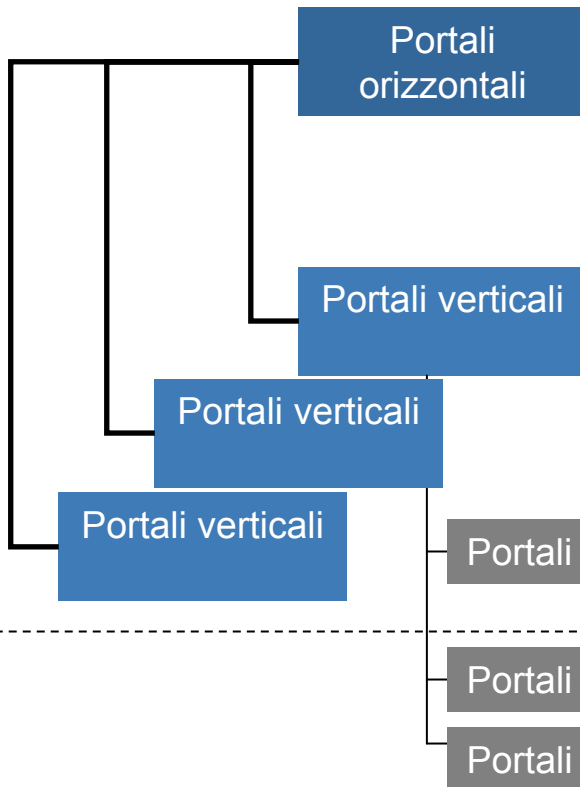
- 5 cinque caratteristiche fondamentali (Gartner Group)
 - Funzione di ricerca sul web e/o sul sito
 - Servizi di news
 - Strumenti di riferimento
 - Accesso all'acquisto on line
 - Servizi per la comunicazione (e-mail, chat)
- 3 importanti obiettivi
 - Aggregare in una “lavagna” comune contenuti e servizi diversi provenienti da fonti diverse
 - File, Documenti, Immagini, Applicazioni
 - Permettere la personalizzazione della fruizione, presentando informazioni diverse o le stesse informazioni in modo diverso, a seconda degli utilizzatori e dei rispettivi ruoli
 - Customer, Employee, Sales, Supplier
 - Consentire l'accesso attraverso l'utilizzo di una security unificata
 - Single sign on (user e password) per i diversi servizi/applicazioni integrati

Tipologie di Portali



Tipologie di Portali

Portali *Full Scope*



- orientamento “generalista”
- rivolti ad un’utenza eterogenea
- servizi di consultazione di pubblica utilità, di intrattenimento (ultima ora, notizie, giornali,...)
- orientamento “specialista” (vortal)
- rivolti a target di utenza individuati
- servizi a carattere settoriale (tecnologia, temi sociali, cultura, economia ...)
- orientamento istituzionale
- valorizzazione sistemi informativi territoriali, promozione del territorio
- servizi ad alto valore di fidelizzazione utente
- Marketing-oriented (commercio elettronico)
- attivazione processi b2c e b2b
- promozione prodotti e servizi
- servizi personalizzati per i clienti

Evoluzione dei Portali (1)

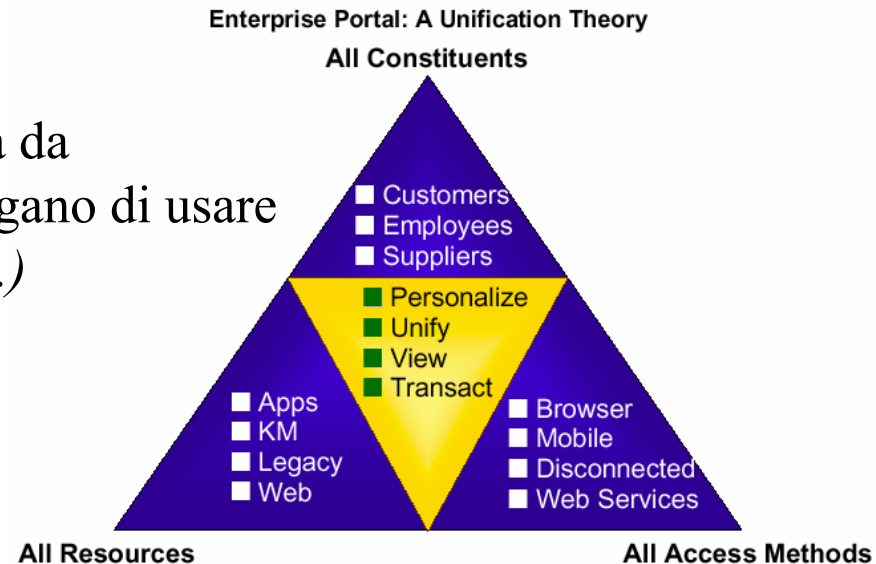
- Generazione zero o dell'aggregazione
- Prima generazione o della personalizzazione
 - focalizzazione sui contenuti
 - categorizzazione dei contenuti (taxonomy)
 - servizi di indicizzazione e catalogazione dei contenuti
 - veloce retrieval delle informazioni cercate
 - notifica personalizzata delle informazioni (MailingList, NewsGroup)
- Seconda generazione o dell'integrazione
 - integrazione e gestione di applicazioni
 - application server
 - funzioni per la collaborazione

Evoluzione dei Portali (2)

- Terza generazione o dell'unificazione
 - Tutti gli utenti del portale d'impresa (impiegati, clienti, fornitori, partner commerciali) vengono messi in grado di accedere a tutte le informazioni (content/information, applications/services, business processes) ed alle conoscenze dell'impresa da qualsunque dispositivo essi scelgano di usare (browser, telefonino, PDA, ecc.)

Evoluzione dei Portali (2)

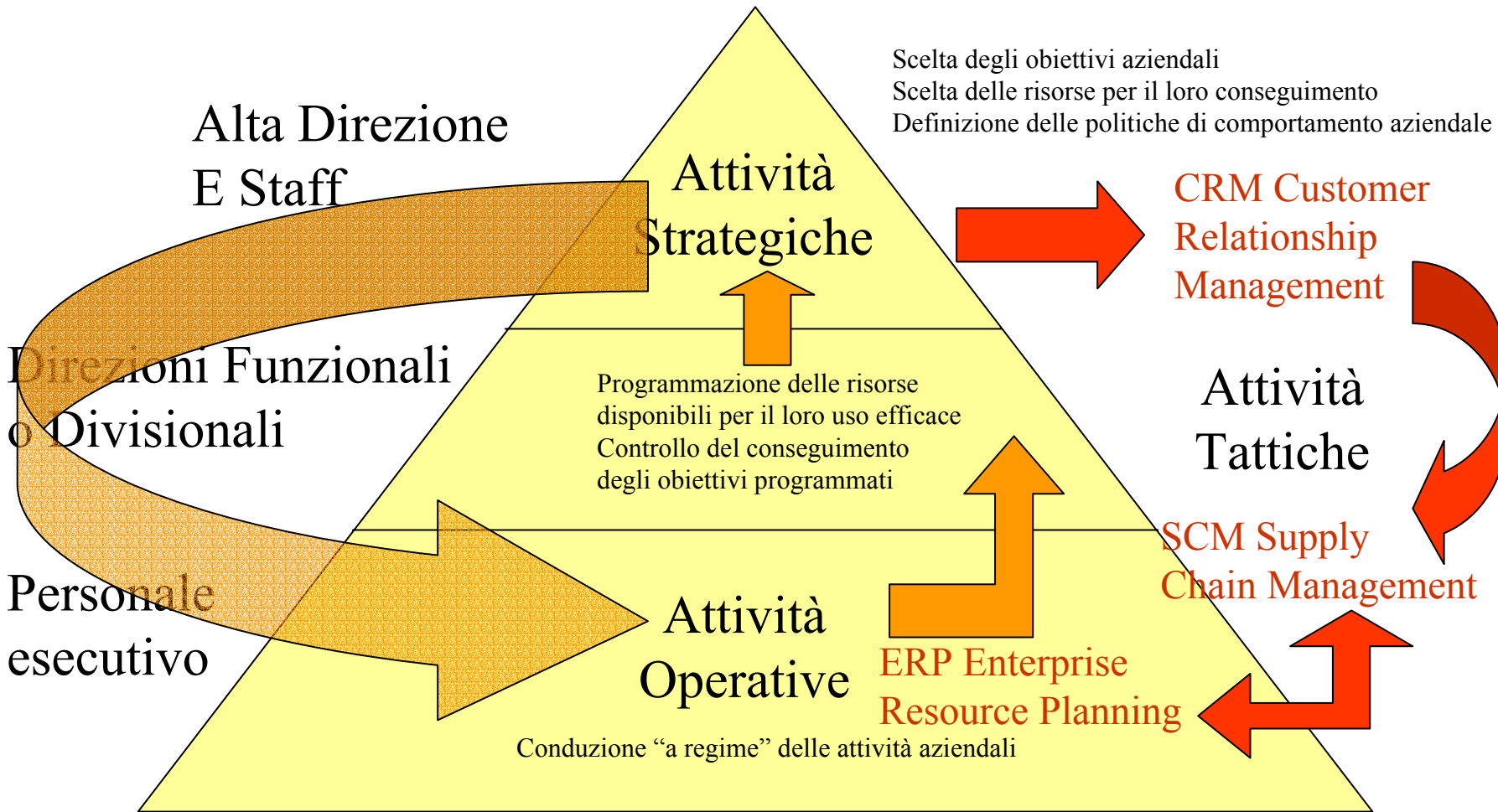
- Terza generazione o dell'unificazione
 - Tutti gli utenti del portale d'impresa (*impiegati, clienti, fornitori, partner commerciali*) vengono messi in grado di accedere a tutte le informazioni (*content/information, applications/services, business processes*) ed alle conoscenze dell'impresa da qualsunque dispositivo essi scelgano di usare (*browser, telefonino, PDA, ecc.*)



Terza generazione o dell'unificazione

- Personalizzazione dei contesti
- Il Portale “apprende” determinati attributi per adattarsi ai bisogni dell'utente finale
 - Che cosa sta facendo l'utente (ad esempio, controllando un E-mail o eseguendo un ordine on-line)
 - Dove si trova l'utente (ad esempio, ufficio, a casa, in automobile)
 - Con chi sta interagendo l'utente (ad esempio, un cliente, una sede dell'azienda)
- Gli attributi espliciti sono determinati chiedendo all'utente di rispondere a delle domande specifiche
- Vi è la possibilità di aumentare le conoscenze circa l'utente anche tramite attributi impliciti
 - determinando dove l'utente si trova attraverso la tecnologia GPS
 - memorizzando le ricerche di volta in volta eseguite per costruire un “profilo” dell'utente

Il Portale come cardine dell'integrazione dei sistemi



Il Portale come cardine dell'integrazione

- “Visione” del portale come cardine dell'integrazione dei sistemi dell'azienda attraverso l'integrazione dei processi
- Integrazione
 - tra i processi “top of pyramid” ed i processi operativi
 - tra il workflow ed i meccanismi di funzionamento
- Questa architettura realizza l'integrazione verticale ed orizzontale tra le applicazioni ed attraverso l'azienda
- Si tratta di una integrazione attraverso i sistemi che sono deputati all'automazione dei processi cardine dell'azienda
 - CRM Customer Relationship Management
 - SCM Supply Chain Management
 - ERP Enterprise Resource Planning

Web-Enabled E-Business: Four Phases ... to Portals

“Sviluppare le applicazioni che abilitano l’e-Business richiede un costante sforzo di integrazione...”

