

Prefazione

Ricordate i tempi in cui le aziende stavano ancora pensando se fosse il caso di investire in un sito web? La creazione di una presenza online avrebbe avuto un impatto sui conti economici?

Andare sul Web significava solo passare dalle “Pagine gialle” e dalle pubblicità stampate a un nuovo canale. Ma in quel modo restava del tutto irrealizzato il potenziale di offrire in forma digitale ogni capacità dell’azienda.

La rivoluzione del Web è stata la rampa di lancio per l’era successiva per le aziende, quella della trasformazione digitale, e le API sono il tessuto connettivo di questa trasformazione, su cui tanto si è discusso. Con la trasformazione delle API si forniscono le capacità dell’organizzazione, i suoi prodotti, attraverso API.

Le comunicazioni, lo scambio di informazioni, l’innovazione e l’adattamento a condizioni di mercato in continuo mutamento avvengono attraverso API ben predisposte. Le API diventano la spina dorsale dell’azienda. Con le API giuste si possono sfruttare anche i canali di vendita dei partner!

La trasformazione delle API non inizia con la costruzione di API, che in precedenza erano il frutto del lavoro dei tecnici; inizia con un cambiamento di mentalità dell’intera organizzazione. Significa, come prima cosa, abbracciare la cultura “API first”, le API come prima cosa.

Il concetto di “API first” comporta che tutto ciò che viene prodotto e consumato nell’organizzazione, sia, e abbia, una API. Aziende come Adidas, DHL e Volkswagen hanno già imboccato questa strada. Vi siete mai chiesti se esista un’API per le Adidas Stan Smith Sneakers? C’è, anzi ce n’è più di una. Alla Adidas esistono API per prodotti, ordini, magazzino, e altre ancora, relative ai prodotti fisici. Ogni prodotto ha un’API.

E stiamo solo scalfendo la superficie. Le API non vivono più isolate in compartimenti stagni; stanno formando paesaggi a ogni livello: di team, di organizzazione, di settore merceologico e anche trasversalmente a più settori. Nei prossimi anni, API autonome modificheranno completamente il modo in cui scopriamo, chiudiamo e implementiamo accordi. Come si fa a trovare il miglior servizio di logistica per spedire ogni mese un container dal porto giapponese di Wakkanai? E se si potesse eseguire questa ricerca e inoltrare l’ordine in una frazione di secondo? E se si potessero eseguire ricerche simili e concludere affari migliori mille volte al giorno? Pensate che, fra dieci anni, le aziende si staranno ancora chiedendo se devono investire nelle API?

Ovviamente, per imbarcarsi in un percorso API è necessario prepararsi adeguatamente, apprendere nuove capacità ed evitare gli ostacoli. Molte aziende iniziano ingenuamente con l'acquisto di una costosa soluzione API con la speranza di mettersi sulla strada giusta, solo per scoprire più avanti di essere finiti nella trappola e si sono vincolati a un particolare produttore, senza alcuna proprietà del prodotto, irretiti nell'insidiosa lusinga del "costruiscila (una API), e tutti arriveranno".

Per portare a buon fine una trasformazione API bisogna costruire sui tre pilastri del business, dell'organizzazione e della tecnologia. Basta ignorarne uno e tutto il progetto crolla. Ogni pilastro deve comprendere il ruolo e l'importanza delle API, deve correre sotto la bandiera "API first" e pianificare con molta cura la strategia API. Solo se i tre elementi procedono insieme si può sperare in un panorama API prosperoso.

Questo libro vi guiderà in un viaggio API che evita le trappole comuni. È il manuale per ogni program owner, ogni enterprise architect e in generale per tutti quelli che lavorano in un'azienda e pensano al futuro.

Dovunque siate, sono sicuro che questo libro si dimostrerà un compagno eccellente.

L'autore fa un lavoro straordinario, spiegando gli aspetti di business delle API nei Capitoli 1, 3 e 8, fornendo una robusta base tecnica nel Capitolo 2, e poi costruendo su queste fondamenta con concetti architettonici e tecnologici nelle sezioni successive. Il processo di apprendimento poi culmina nel Capitolo 7, che presenta il framework per il processo del ciclo di vita delle API, prima di chiudere con il gran finale sulle ricadute delle API su prodotti, business e organizzazione.

Questo è il manuale per le API che mancava, per tutti quelli che sono interessati a realizzare la trasformazione API. Fornisce una panoramica olistica e concisa degli aspetti di business, organizzativi e tecnici delle API, come nessun altro libro ha mai fatto in precedenza.

Stili, strumenti e produttori di API vanno e vengono. I concetti presentati in questo libro invece vi aiuteranno a creare una cultura e valori che durano.

Buon viaggio nelle API!

Zdenek "Z" Nemeč

Fondatore di Good API Consulting
e autore di API Blueprint e supermodel.io