

SELF-SERVICE ANALYTICS:
FORTGESCHRITTENE ANALYSEN
IM FACHBEREICH:
VON SELF-SERVICE REPORTING HIN ZU
SELF-SERVICE ANALYTICS

FACHBEREICH FACH
AUFFÄLIGKEITEN MASSNAHME
VISUALISIER

KORRELATIONEN EFFIZIENZ
BUSINESS INTELLIGENCE

KEINE IT-KENNTNISSE
ANALYTICS INT
BI REAKTIONSGESCHW. REAKTIONSGESCHW.
WETTBEWERBSVORTEILE

AGILITÄT DATEN
SELF-SERVICE BI

Auf Self-Service BI folgt **Self-Service Analytics**

Der Begriff Business Intelligence (BI) ist mittlerweile erfolgreich in der Unternehmenslandschaft etabliert, der Übergang zum nächsten logischen Schritt – der Self-Service BI – erfolgte fließend. Self-Service – landläufig mit Selbstbedienung übersetzt – soll den Anwender dazu befähigen, selbstständig eine Technologie oder eine Software anzuwenden und sie zu seinem und dem Unternehmensvorteil effizient zu nutzen. Der Nutzer kann im Rahmen des Self-Service-Prinzips die entsprechende Technologie nach seinen Wünschen und Vorstellungen einsetzen, ohne von anderen Personen oder Experten-IT-Wissen abhängig zu sein. So können Fachbereiche ihren Reporting-Anforderungen in Eigenregie nachkommen, die IT gewinnt neue Effizienz und Zufriedenheitsraten.

Nach der Etablierung der Self-Service BI knüpft heute bereits die nächste Evolutionsstufe an: Self-Service Analytics. Basierend auf ihrem Expertenwissen können Fachanwender nicht nur simples Reporting selbstständig betreiben, sondern eigene Analysen konzipieren. Dazu gehören z. B. Ursachenforschung, die Aufschlüsselung von Korrelationen oder die Untersuchung von Datenmustern und Auffälligkeiten.

Was also soll Self-Service Analytics leisten? Die schnelle und intuitive Erstellung von Analysen ohne Skript-Kenntnisse und unabhängig von anderen Experten im Unternehmen oder der IT. Die Daten, ermittelt von den Fachbereichen selbst, stehen nicht nur unmittelbar bereit, sondern können zu Entscheidungsvorlagen oder konkreten Maßnahmen aufbereitet werden.

ANWENDER
MEN

DATENMUSTER

UNGEN

ZUFRIEDENHEITSRATEN

PASSGENAUIGKEIT

ENTSCHEIDUNGSVORLAGEN

UITIV

EIGENREGIE

REPORTING

TECHNOLOGIE

QUALITÄT

SELF-ANALYTIC BI

URSACHENFORSCHUNG

INTERAKTIV

UNTERSUCHUNG

ANALYSE

Self-Service Analytics verhilft Fachanwendern zum Durchblick

Self-Service Analytics stützt sich insbesondere auf den Faktor der intuitiven Bedienbarkeit: Denn nur wenn ein BI-Werkzeug einfach und ohne größeren Schulungsaufwand bedienbar ist, wird die Hemmschwelle sinken, dieses Tool selbstständig zu nutzen. Je höher die Nutzerakzeptanz, umso mehr steigt nicht nur die tatsächliche Nutzung, sondern auch der kreative Umgang mit der BI-Lösung: Nutzer werden eigene Analysen entwerfen, deren Ergebnisse sie in ihrer Arbeit unterstützen und neue Erkenntnisse generieren.

Self-Service bringt Business-Vorteile für die unterschiedlichsten Unternehmensbereiche:

- **Reaktionszeit:** Wenn Anwender nicht länger auf andere im Unternehmen warten müssen, können sie ihre Analysen in Minuten statt Tagen durchführen.
- **Agilität:** Externe Änderungswünsche z. B. durch Führungskräfte oder andere Fachbereiche können ohne Zeitverlust integriert und die Ergebnisse optimiert werden.
- **Qualität:** Fachanwender können sich nun auf ihre Fachlichkeit und Expertise konzentrieren und diese gewinnbringend einsetzen.
- **Passgenauigkeit:** Mit Self-Service Analytics ist Individualität leistbar. Gleichzeitig ist iteratives Vorgehen mit kurzen Zyklen möglich und erhöht die Anwendernähe erheblich.

Neue Business-Möglichkeiten durch **Self-Service Analytics**



Nach dem Self-Service Analytics-Prinzip stehen Analyseergebnisse für Präsentationen aufbereitet zur Verfügung, um eine schnelle und datenbasierte, fundierte Entscheidungsfindung zu ermöglichen. Je intuitiver die BI-Software bedienbar ist, desto höher ist die Aufgeschlossenheit der Nutzer gegenüber der Umsetzung neuer und kreativer Analysemöglichkeiten. Begünstigt wird die Nutzerakzeptanz noch durch interaktive Visualisierungsoptionen, die Möglichkeit zur Anbindung eigener Daten in das BI-Tool und den Gesamtdatenbestand sowie komfortable Funktionalitäten rund um Kennzahlen und Konfigurationen. Die Übertragung der Analysen und Auswertungen auf mobile Geräte wie Tablets und Smartphones ist im heutigen Zeitalter kein Feature mehr, sondern ein unausgesprochenes Muss.

Ein BI-gestütztes Controlling – sei es in Richtung Marketing, Finanzwesen oder Vertrieb orientiert – leistet einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg, da es unternehmerisches Potential und zugleich Optimierungsbedarf aufzeigt. Dabei ermöglichen IT-gestützte Analysen einen Überblick über das Große und Ganze, was bei den komplexen Anforderungen der gegenwärtigen Geschäftswelt bei Weitem keine Selbstverständlichkeit ist. Ebenso erlauben sie vielfältige Datenaufschlüsselungen. Die Analysen werden im Idealfall in einem zentralen Informations-Cockpit zusammengeführt, das neben anschaulichen Übersichten auch den schnellen Zugriff

auf Einzeldaten ermöglicht. Komplexe Datengefüge können so für Ad-hoc-Analysen ausgewählt und ausgewertet werden. Für die Bedienung des Daten-Cockpits sollten im Sinne der Self-Service-Mentalität keine tiefgreifenden IT-Kenntnisse erforderlich sein.

Ebenso entscheidend ist die abteilungs- bzw. fachbereichsübergreifende Durchführbarkeit der Analysen. Das in den Fachbereichen vorhandene spezifische Wissen wird dabei optimal ausgeschöpft und die Mitarbeiter interpretieren die Analysen gemeinsam. Neue Ideen ergeben sich hier aus den verschiedenen Sichtweisen und den gegenseitigen Anregungen der beteiligten Mitarbeiter, die in allgemein verständlichen, sachhaltigen Analysen ihr Fundament haben. So binden diese Gespräche die Mitarbeiter auf neue Weise ein und signalisieren Wertschöpfung.

Doch sollte in diesem Zusammenhang das Konzept der Freiheit durch Self-Service nicht überstrapaziert werden: Datensicherheit muss immer an erster Stelle stehen. Unabhängig von allen Debatten um die Sicherheit der Daten, bieten gute BI-Lösungen immer rollenbasierte Zugangsberechtigungen. Im Rahmen der Data Governance muss die Datenhoheit stets beim Unternehmen bleiben und BI-Daten sollten nicht auf einer beliebigen Server-Farm oder lokal bei den Anwendern gespeichert werden.

Service Checkliste

Was sollte eine qualitative BI-basierte Lösung für die Durchführung fortschrittlicher Analysen seitens der Fachanwender leisten? Die folgende Service-Checkliste gibt Ihnen einen Überblick über die wichtigsten Punkte. Sind diese Teil der Lösung, die Sie ausgewählt haben? Dann wird Ihnen diese Check-Liste sicher einen wertvollen Beitrag für mehr Effizienz und verlässlichere Aussagen in Ihrem täglichen Business liefern.

Die Lösung bietet

- eine schnelle und übersichtliche Visualisierung von Datenmustern und Trends,
- Schnelligkeit und Performance bei gleichzeitig hoher Zuverlässigkeit,
- interaktive Visualisierungen, mittels derer der Nutzer den Analyseprozess steuern kann,
- Fachfunktionen für die schnelle „out-of-the-box“-Nutzung,
- einfaches Publizieren und schnelles Teilen der Ergebnisse, z. B. Export in PowerPoint und Teilen über Microsoft SharePoint oder mobile Endgeräte.

Sicherheit und Kontrolle durch

- hohe Datensicherheit (Berechtigungskonzepte, physische Speicherung der Daten).

Die Lösung ermöglicht

- eine intuitive Bedienbarkeit ohne zusätzliche IT- oder Statistikkenntnisse,
- die Einbindung sämtlicher relevanter Datenquellen und Datentypen (intern, extern, eigene Daten),
- mittels Mustererkennung Hinweise auf unzureichende Datenqualität,
- mobilen Zugriff,
- eine Ad-hoc-Beantwortung von Fragen.

Der Anbieter ist

- ein innovativer Partner, der die Lösung im Sinne der Markttrends weiterentwickelt.
- nicht nur Provider der BI-Lösung, sondern ermöglicht auch eine individuelle und situative Anpassung des Produkts an Kundenanforderungen.

In der Praxis

Self-Service Analytics wird von den verschiedensten Fachbereichen in Anspruch genommen: vom Controlling über das Marketing hin zur Produktion. Der Vertrieb z. B. greift gern auf analytische Auswertungen zurück, wenn es um sog. „predictive Analytics“ seines Kundenstamms geht und nutzt die Ergebnisse zur Zielgruppenoptimierung, Kundenwertsegmentierung oder Realisierung des „next best offer“.

» Marketing & Vertrieb

Für ein effizientes Vertriebs- und Marketing-Controlling müssen die Daten für die Analysen meist aus einer großen Datenmenge geeignet ausgewählt, je nach Fragestellung korrekt zugeordnet und dann analysiert werden. In einem Self-Service Analytics-Tool bietet sich dem Anwender die Möglichkeit zu systematischen Auswertungen. Der Fachanwender selbst ist in der Lage, die vorliegenden Daten zu verknüpfen und sie zu einem sinnvollen, verwertbaren Ganzen zu formen. Hier fließen beispielsweise Kundendaten (bzgl. Region, Unternehmensgröße, Bestellhistorie etc.) mit Kennzahlen des betriebswirtschaftlichen Controllings (z. B. Return on Investment (ROI), Umrechnungskurse, Auftragsvolumina), Big Data, Internetdaten (etwa aus einem Online-Shop, der Website, Social Media) und bspw. Produktions- und Lagerdaten zusammen.

Mittels BI-Analysen kann der Fachanwender kontinuierlich überwachen, welche Vertriebs- oder Marketingmaßnahme im Zeitverlauf den größten Erfolg hatte. Erfahrungen zeigen: Die Qualität der Analysen steigt, wenn der Fachanwender seine thematische Expertise und Erfahrungen einfließen lässt. Gleichzeitig stehen die Ergebnisse dem Fachbereich unmittelbar zur Verfügung, wodurch auch laufende Maßnahmen wie z. B. Marketingkampagnen oder vertriebliche Vorgehensweisen dynamisch angepasst bzw. korrigiert werden können.

» Produktion & diskrete Fertigung

Effektives Produktionsmanagement ist eine zentrale betriebliche Führungsaufgabe in Fertigungsunternehmen: von der Planung über die Organisation bis hin zum Controlling der Produktionsprozesse. Alle Beteiligten im Produktionsmanagementprozess – von der Produktentwicklung über die Produktionsplanung und Logistik bis zum Vertrieb – benötigen für die tägliche Arbeit komfortablen und schnellen Zugriff auf tagesaktuelle Daten aus diesem umfangreichen Datenbestand.

Moderne BI-Software bietet eine Lösung für die Analyse sämtlicher Produktionsdaten mit der Zielsetzung, die Flexibilität der Produktstruktur zu erhöhen, die Produktkomplexität zu beherrschen sowie den Produkt- und Kostenmix zu optimieren.

Zu den Anwendungsbeispielen für Self-Service Analytics gehören im Umfeld von Produktion und diskreter Fertigung:

- Einbauratenanalysen
- Überwachung von Fertigungsdaten und Produktionsfehlern
- Analysen von Fehlersymptomen und Fehlerursachen
- Produktivitätskontrolle
- Projektverfolgung
- Vergleich von Stücklisten in Hinblick auf z. B. Material, Komponenten, technische Eigenschaften, Beschaffung, Fahrzeug-Stammdaten, Fahrzeugmodelle etc.
- Analysen des Verhältnisses vom Entwicklungsauftrag zum Änderungsantrag

» Gesundheitswesen

In den letzten Jahren ist ein immenser Anstieg des Leistungsbedarfs aufgrund demographischer, medizintechnischer und pharmazeutischer Entwicklungen zu verzeichnen, der analytischen Bedarf nach sich zieht.

Mit Self-Service Analytics können Fachanwender

- regionale Abhängigkeiten verstehen (Über- und Unterversorgung),
- Kostentreiber und somit Einsparpotentiale ermitteln,
- neue Versorgungsformen bewerten und deren Wirksamkeit sichern,
- Leistungsausgaben stabilisieren und die Vertragsgestaltung optimieren,
- die Entwicklung der Risikostrukturen beleuchten sowie
- Versichertengruppen segmentieren, vergleichen und Risiken bewerten.

Durch die intuitive Nutzbarkeit kann jeder User schnell und unkompliziert eigene Analysen erstellen und neue Erkenntnisse gewinnen. So sind die Fachbereiche in der Lage, BI-Anforderungen agil und Ressourcen-schonend direkt umzusetzen. Fachanwender werten mittels Vernetzung von Daten und Informationen – auch fachbereichs-übergreifend – ihr Business ganzheitlich aus. Auf diese Weise wird der BI-Gedanke auf ein ganz neues Level gehoben: intuitiv, mengenorientiert, semantisch geführt, vernetzt – und unternehmensweit einsetzbar.

» Analyse der Innendienstproduktivität

Im wachsenden Wettbewerbsdruck und unter den Bedingungen meist geringer Margen ist das Controlling der Innendienstproduktivität ein wichtiges Instrument für den Unternehmenserfolg. Auf die dabei möglichen Aussagen beispielsweise zum eigenen Potential hinsichtlich des Verkaufs ergänzender oder höherwertiger Produkte (Cross- und Upselling) möchte kein Unternehmen verzichten. Dies gilt ebenso für Kundenpotentialanalysen und das detaillierte Management sämtlicher Vertriebswege.

Unternehmen möchten häufig insbesondere dem „wertvollsten“ Kunden einen optimalen Service bieten. Hierfür wird mit Hilfe einer BI-Software der „Kundenwert“ durch die Segmentierung von Kunden in Gruppen entsprechend ihrer Profitabilität für das Unternehmen, einer Deckungsbeitragsrechnung oder einem Scoring-Modell mit individuellen Kriterien ermittelt und analysiert. So ergeben sich

für Unternehmen auch Rückschlüsse auf die Priorisierung von eingehenden Kundenanfragen. Aus ganzheitlicher Sicht für alle eingehenden Kundenanfragen ziehen Unternehmen meist eine Analyse von Ursache-/Wirkungszusammenhängen zurate. Durch die aus einer Analyse abgeleiteten Maßnahme lässt sich idealerweise die Servicequalität für alle Kundengruppen verbessern. Das Strömungsdiagramm illustriert als ein Beispiel den Wechsel eines Auftrags von der Bearbeitung bis zur Lösung von der einen zu anderen Abteilung. Hieraus können Führungskräfte oder Mitarbeiter im Innendienst ablesen, wie schnell oder auch wie langsam Aufträge und Anfragen in ihrer Abteilung bearbeitet werden. Zudem wird direkt ersichtlich, welche Aufträge wie viele Abteilungswechsel bis zur vollständigen Erledigung durchlaufen. So kann analysiert werden, ob dies effizient ist oder ob eine andere Auftragsverteilung ohne Abteilungswechsel performanter durchgeführt werden könnte. Diese Ergebnisse werden dann mit dem Kunden-Feedback korreliert und mit möglichen Unternehmens-SLAs verglichen und in Zusammenhang mit der Kundenbindung gesetzt.

» Data Science

Prädiktive Vorhersagen gehen heute oftmals einher mit dem Begriff von Data Science. Data Science stellt den Erkenntnisgewinn aus Daten in den Vordergrund und kombiniert Methoden aus den Bereichen maschinelles Lernen, statistische Modellierung, Mustererkennung und Computerprogrammierung. Eingebettet in eine Self-Analytic BI-Software ermöglicht Data Science noch stärker datengetriebene Entscheidungen – durch jeden Endanwender.

Data Science wird nicht nur im Unternehmensmanagement, sondern auch zunehmend in Fachbereichen wie Marketing, Vertrieb, Personalwesen oder Controlling eingesetzt. Dabei werden, je nach Anforderung, moderne Verfahren und Algorithmen zur Lösung der Fragestellungen verwendet, z. B. aus den Bereichen Klassifikation, Regression, Dimensions-Reduktion oder Zeitreihen-Analyse.

INNOVATION SCHAFFEN. AUS LEIDENSCHAFT.

INFONEA ist die erste Self-Service Data-Science-Lösung, mit der Unternehmen ihre Kunden, Produkte und Prozesse wirklich verstehen können.

INFONEA ist ein Produkt der Comma Soft AG – The Knowledge People. Hier arbeiten hoch qualifizierte Wissenschaftler unterschiedlichster Disziplinen mit großer Leidenschaft an Zukunftslösungen mit einer Haltung: Echte Innovationen machen das Leben einfacher. In diesem Sinne bündelt das Team bereits seit mehr als 20 Jahren sein Wissen in INFONEA – damit Data Science für den Anwender keine Wissenschaft, sondern einfach faszinierend ist.

Comma Soft AG

Pützchens Chaussee 202-204a
53229 Bonn
www.infonea.com

Anja Hoffmann
Tel. +49 228 97 70-159
Fax +49 228 97 70-200
infonea@comma-soft.com