



Отраслевые решения в области бизнес-аналитики

Павел БРИТОВ, Pre-sales менеджер, SAS Россия
Илья СОЛОВЬЕВ, директор направления телекоммуникаций, SAS Россия
Александр ГВОЗДЕВ, директор по маркетингу, SAS Россия

Сегодня руководители компаний и менеджеры все больше полагаются на приложения бизнес-аналитики, предоставляющие необходимую для управления информацию. Многие компании уже не в состоянии эффективно работать без нее.

Повышение спроса на бизнес-аналитику служит серьезным стимулом для активизации разработки этих средств, ориентированных практически на все сферы деятельности. В то же время многие интеллектуальные решения представляют собой автономные системы, которые практически не интегрируются с существующими системами бизнес-аналитики. Кроме того, их возможности в части поддержки специализированного глубокого анализа для вертикальных отраслей крайне ограничены.

С точки зрения востребованности, сейчас на первый план выходят средства, способные быстро повысить отдачу от уже сделанных инвестиций в бизнес-аналитику. Предпочтение отдается расширяемым пакетным решениям, где отражены проблемы отрасли. Важно, чтобы их можно было настроить в соответствии с требова-

ниями заказчика и интегрировать с существующими системами. С целью снижения общей стоимости владения компании стремятся упростить процедуру внедрения за счет развертывания имеющихся интеллектуальных возможностей на единой программной платформе, что обеспечивает возможность легкого подключения новых источников данных для решения постоянно возрастающего количества задач.

Кроме того, аналитические решения должны интегрироваться с системами сбалансированных показателей либо предлагать поддержку этой методологии для реализации мониторинга ключевых показателей работы компаний.

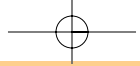
Проблемы проектов внедрения информационно-аналитических систем

Если еще несколько лет назад средства бизнес-аналитики воспринимались как «желательные», то сегодня они являются важной составляющей процесса принятия стратегических и оперативных решений. Компании стараются задействовать их во всех аспектах своей деятельности. Потребность в знаниях, помогающих принимать верные решения, растет и по мере увеличения числа пользователей, которым необходима актуальная информация.

Бизнес-аналитика в наибольшей степени востребована в под-

разделениях компаний, занимающихся непосредственной работой с клиентами, – для повышения эффективности маркетинга, продаж и обслуживания. Предоставление всем сотрудникам этих отделов доступа к аналитическим средствам и приложениям – решающий фактор в обеспечении развития и улучшения взаимоотношений с клиентами. Так, например, интеграция этих средств в системы управления маркетинговыми кампаниями позволяет разрабатывать и реализовывать многоканальные маркетинговые акции. А передача знаний о клиентах в точки контакта с ними дает возможность использовать имеющуюся аналитическую информацию при каждодневных операциях.

В то же время, несмотря на огромные деньги, которые заказчики вкладывают в хранилища данных и средства бизнес-аналитики, лишь немногие из них могут похвастаться тем, что отслеживают показатели своей работы по всем сферам деятельности. Особенно сложно предоставить обобщенные знания о клиентах компании, полученные из различных каналов. Только единичные заказчики могут утверждать, что их информационно-аналитическая система интегрирована в текущие бизнес-процессы. Число «недоработанных» проектов по развертыванию бизнес-аналитики растет, что ставит ИТ-специалистов в сложное положение. С одной стороны, им все труднее формулировать аргументы для оправдания расходов



на аналитику, с другой – на них «нажимают» недовольные сотрудники подразделений, которые с помощью аналитических систем должны способствовать достижению ключевых целей в бизнесе.

Поставленные в жесткие условия компании все чаще обращают внимание на настраиваемые и расширяемые пакетные аналитические решения, ускоряющие внедрение средств бизнес-аналитики. Однако покупка готового пакетного решения вместо самостоятельной разработки – это еще не все. Можно приобрести множество пакетных решений для решения отдельных задач бизнеса, и в результате получить несогласованные «островки» знаний на различных платформах. Подобный подход может привести к усложнению систем и увеличению общей стоимости их владения. Кроме того, разрозненные проекты поддерживают различные вендоры, а значит, обеспечение финансирования внедрения корпоративной информационно-аналитической системы в целом превращается в чрезвычайно трудную задачу.

Эволюция средств бизнес-аналитики и хранилищ данных

Современные приложения бизнес-аналитики и хранилища данных в своем развитии далеко ушли от систем подготовки отчетов, работавших на мейнфреймах в пакетном режиме и производивших кипы бумаг, в которых довольно сложно отыскать нужную. Технологии хранилищ данных дают возможность извлекать и интегрировать информацию из различных приложений и размещать в хранилище, которое содержит только «очищенную» и непротиворечивую информацию в удобном для пользователей формате. В отличие от систем поддержки текущих операций, содержащих только оперативные данные, хранилища предоставляют также информацию, накопленную за определенный период.

Это позволяет топ-менеджменту отслеживать тенденции бизнеса в тот или иной временной промежуток. Хранилища данных развиваются, стремительно увеличивается и объем подлежащих управлению данных: в отдельных организациях он достигает нескольких терабайт.

Однако хранилище данных само по себе не решает всех задач, связанных с обработкой информации. Если, к примеру, информация в хранилище недостаточно документирована или труднодоступна, пользоваться ею будет сложно. Для упрощения доступа производители предлагают различные инструменты бизнес-аналитики, в частности, средства оперативной аналитической обработки (OLAP) и технологии «добычи» знаний (Data Mining). Использование интернет-возможностей позволяет быстро и экономично доставить информацию множеству пользователей.

Сократить сроки внедрения и обеспечить простоту использования данных можно и с помощью готовых комплексных решений, которые обычно состоят из аналитических приложений корпоративного уровня и специализированных хранилищ данных. Аналитические возможности этих продуктов допускают настройку под требования конкретной организации.

Приложения бизнес-аналитики и связанные с ними хранилища данных рассматривались до недавнего времени как стратегические системы поддержки принятия решений, не зависящие от программного обеспечения для осуществления текущих операций. Но сейчас наметилась тенденция использования информации, предоставляемой системами бизнес-аналитики, в том числе для поддержки принятия тактических решений.

Что важно пользователю средств бизнес-аналитики

Работа в архитектуре аналитических средств корпоративного

уровня невозможна без выполнения следующих критически важных требований.

Единая бизнес-модель, которая должна включать в себя общие определения данных на уровне предприятия (общие метаданные). Модель должна представлять информацию, хранящуюся во всех информационных системах, которые связаны с блоком бизнес-аналитики. Кроме того, она должна охватывать системы хранения нормализованных оперативных данных, аналитические киоски, киоски многомерных данных и системы ключевых показателей.

Единая технологическая платформа бизнес-аналитики предназначена для развертывания любого аналитического приложения. Платформа должна включать в себя:

- инструментарий проектирования для разработки и управления моделями бизнес-аналитики;
- технологию интеграции данных, позволяющую получать данные, очищать их, преобразовывать и загружать из всевозможных систем оперативной работы в хранилище данных по определенному графику и (или) в режиме, приближенном к реальному времени;
- технологию хранилищ данных для хранения и управления информацией. Эту технологию требуется интегрировать с программным обеспечением для ведения системы сбалансированных показателей, а также с программным обеспечением автоматизации маркетинга;
- серверы подготовки отчетов, аналитические серверы и серверы приложений, выполняющие анализ данных для многих пользователей;
- инструментарий бизнес-аналитики, позволяющий всем менеджерам и руководителям старшего звена самостоятельно формировать отчеты, получать различные срезы информации, а аналитикам – выполнять моделирование, выявлять скрытые закономерности в данных, выводить количественные показатели и делать прогнозы.



ТЕМА НОМЕРА

КИС: от «лоскутного одеяла» к полнофункциональным решениям

Аналитика взаимоотношений с клиентами и аналитика операций и цепочек поставок, настроенная на особенности данной отрасли и организованная по замкнутому циклу, должна производить измерение ключевых показателей качества работы и давать информацию, на базе которой можно управлять операциями на любом уровне компании. Эта информация должна быть сформирована по модульному принципу. Для поддержки интеграции компоненты должны быть расширяемыми и настраиваемыми. Кроме того, интеллектуальные средства могут быть интегрированы с другими операционными приложениями, такими как программное обеспечение поддержки маркетинговых кампаний или ПО поддержки методологии BSC.

Система сбалансированных показателей и приборные панели используются для мониторинга состояния ключевых направлений работы компании. Система создается при помощи специального ПО и включает в себя формулировку тактических задач, стратегических целей компании и основных измеряемых показателей работы. Каждый такой показатель связан с соответствующей целью, что позволяет отслеживать процесс ее достижения. Для этого программное обеспечение поддержки сбалансированных показателей должно размещаться «поверх» корпоративных аналитических систем, где рассчитывается большинство измеряемых показателей. Система должна обеспечивать максимальную гибкость, поскольку у большинства компаний

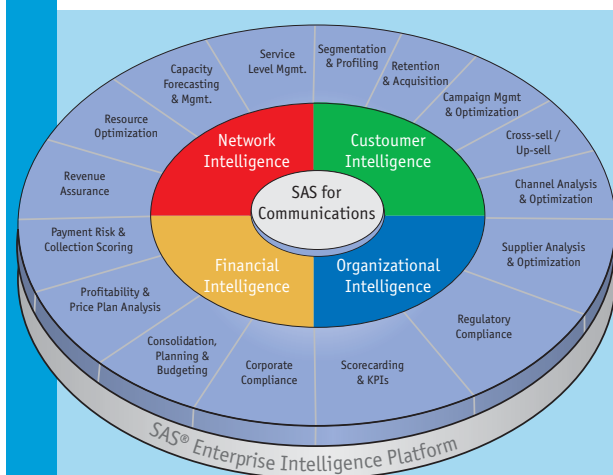
имеются собственные методики подсчета ключевых показателей.

Портал доставки информации предназначен для представления интегрированных и персонализированных отчетов и приложений пользователям внутри предприятия и (или) за его пределами – в требуемом формате, на нужное устройство и в нужное время.

Программное обеспечение управления маркетинговыми кампаниями также должно входить в этот комплекс, позволяя заказчику более эффективно использовать знания о клиентах при подготовке и проведении маркетинговых кампаний, каждая из которых добавляет новую информацию, передаваемую в непосредственно работающие с клиентами подразделения. ■

БИЗНЕС, ТЕХНОЛОГИИ, УПРАВЛЕНИЕ

Решение SAS Telecommunications Intelligence Solutions



Перечисленным требованиям пользователей соответствует отраслевое решение, разработанное SAS, – специализированное средство бизнес-аналитики для телекоммуникационных компаний SAS Telecommunications Intelligence Solutions. Данный продукт стал результатом работы вендора с мировыми телекоммуникационными компаниями. Наряду с другими технологиями SAS (Retail, Banking, Insurance или Manufacturing), это решение несет в себе общую идеологию логической интеграции информации в компании на основе единой BI-платформы, необходимой любой крупной современной компании.

Архитектура данных SAS ориентирована на потребности телекоммуникационных провайдеров в информации. Возможность получать доступ, управлять и систематизировать данные из любого источника повышает ценность унаследованных систем и наделяет дополнительной стратегической значимостью существующие операционные данные. Заранее определенные аналитические модели предоставляют наиболее точную и нужную информацию для решения основных бизнес-задач телеком-игроков – удержания клиентов и предложения новых продуктов. Эти модели служат основанием для построения решения, настроенного на потребности конкретного заказчика. Готовые программные пакеты снижают проектные риски, упрощают внедрение и ускоряют процесс получения отдачи от инвестиций. Расширяемая модульная структура программного обеспечения позволяет компаниям разворачивать интегрированные решения SAS по индивидуальному графику.

Подход вендора к построению корпоративных BI-систем связан с использованием моделей углубленной аналитики, созданных для решения конкретных отраслевых задач. Применение единой интеграционной платформы, управляемой метаданными, позволило компании SAS создать корпоративные BI-системы.