

в ближайшие годы семейство будет расширено и охватит все сегменты рынка хранилищ данных.

Teradata и SAS

После событий прошлого года, когда достаточно стабильный на протяжении многих лет сегмент BI был полностью разрушен рядом громких покупок, казалось, что бизнес-аналитика теперь станет не более чем частью платформ, предлагаемых ведущими мировыми разработчиками. Но в данном случае о поглощении речь не идет.

Задача партнерства – организовать полноценную работу решений SAS на движке Teradata, что позволит уменьшить степень перемещения и избыточность используемых данных и сделает быстрее и точнее аналитическую обработку.

Для этого создана объединенная научно-исследовательская «дорожная карта», согласно которой поэтапно будет осуществляться более тесная интеграция между продуктами компаний. При этом Teradata



обеспечивает разработку хранилища данных и аналитическую обработку сырых данных, а SAS – средства корпоративной BI, интеграцию данных (включая гарантию их качества), аналитику, в том числе Data Mining, а также вертикальные и горизонтальные решения для конечного пользователя.

Насколько могут быть полезными результаты партнерства компаний, показывает пример Warner Home Video, одного из первых пользователей новых комплексов. Ее вице-президент по поддержке бизнес-

Наглядное представление союза Teradata и SAS: этот аттракцион, расположенный на сопутствующей выставке партнеров, пользовался неизменным успехом

решений Томас Тайлстон (Thomas Tileston) сообщил, что в результате объединения технологий SAS и Teradata время обработки данных для прогнозной модели собственной разработки уменьшилось с 36 часов до 1 часа 15 минут.

Поговорите с клиентом

Аналитическая компания Ventana Research по заказу Teradata провела специальное исследование, согласно результатам которого самый эффективный маркетинг сегодня заключается в интерактивном общении с клиентом. Чаще всего оно оказывается «случайным, мобильным, в реальном времени и в пределах определенного социального контекста». Проще говоря, иногда у потенциального покупателя прямо на ходу возникает спонтанное желание приобрести что-нибудь очень или не очень нужное, навеянное ему рекламой или его окружением. Успешные руководители маркетинговых служб интуитивно понимают это – и начинают искать решения



Системы збереження даних, віртуалізація та управління ЦОД: функціональність, економічність та енергозбереження

IDC Storage, Virtualization and Data Centers Management Roadshow

Київ, Президент готель
27 травня, 2008

Реєстрація діє до 22 травня!



Теми заходу:

- Управління системами збереження даних та їх віртуалізація
- Практичні поради щодо управління системами збереження
- Аварійне відновлення і забезпечення безперервності бізнесу
- Раціональне споживання енергії в ЦОД
- Енергоспоживання і сукупна вартість володіння

Платиновий
Партнер

Microsoft

Золоті
Партнери



Срібні
Партнери



HITACHI
Inspire the Next

МКС
МКС СИСТЕМНА ІНТЕГРАЦІЯ

Співпартнер компанії Intel

ЮСТАР



Комунікаційний
Партнер



Інформаційні
Партнери



www.idc.com/ukraine

Додаткова інформація в офісі IDC:
тел.: +38 044 502 6474, e-mail: kprikhodko@idc.com
Реєстрація на сайті: www.idc-cema.com/event/Storage08ua



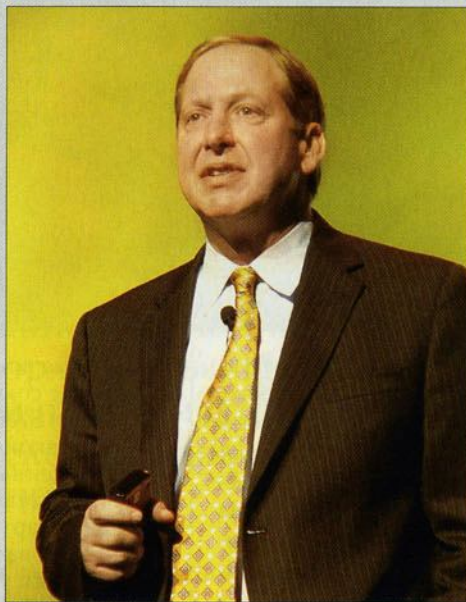
• Чем отличается Teradata?

Сегодня президентом и CEO Teradata является Майкл Келер (Michael Koehler), который известен своей исключительной направленностью на решение проблем клиентов и способностью «переплавлять» их отзывы и идеи своих сотрудников в производительные и рентабельные технические решения.

СТО Teradata Стивен Бробст (Stephen Brobst) – технолог мирового класса, ученый, исследователь и предприниматель. Его главная задача – обеспечивать Teradata лидерство в сегменте хранилищ данных и преобразовать идею активной корпоративной бизнес-аналитики (active enterprise intelligence) в реальность. О том, чем отличается Teradata от других ИТ-компаний, работающих в сегменте управления данными, они рассказали в специальном интервью.

- Teradata сегодня отправилась в самостоятельное плавание – без NCR, с которой ее связывали долгие годы совместной работы...

Бробст: NCR была очень хорошей родительской компанией, но для нас наступило время покинуть ее и сосредоточиться на своей деловой стратегии. Большинство людей – сотрудники, клиенты и аналитики – расценили это как вход Teradata в собственный бизнес, где для нее открываются широкие возможности.



Майк Келер: «Разумные организации используют все детали накапливаемой информации, и это именно то, что помогает им принимать более быстрые и качественные решения»

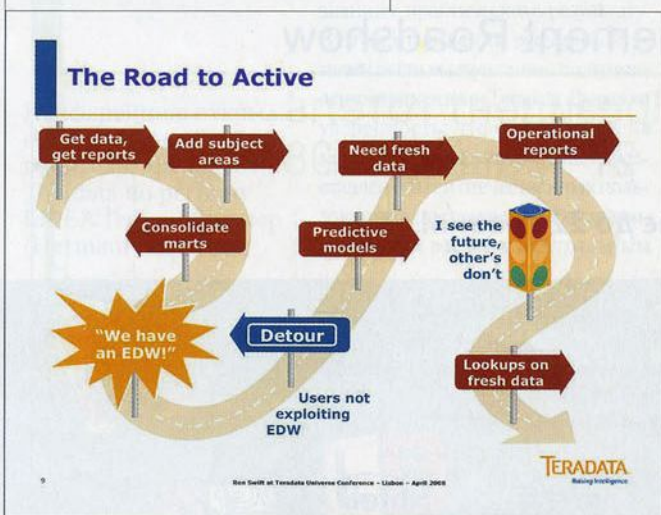
Келер: Компания всегда славилась высокой корпоративной культурой и даже неким драйвом, что обеспечивало и ей, и ее заказчикам конкурентоспособность и процветание. Финансовое положение Teradata сегодня очень

прочное. Ее независимость основывается на лидерстве в технологиях, широком спектре решений и предложений и консалтинговом сервисе. Все это должно принести клиентам максимальную пользу при работе с Teradata.

В чем заключается эта польза?

Келер: В современном мире крупные организации ежедневно работают с огромным количеством данных. Это – реальная проблема. Сегодня в лучших компаниях увеличивается число лиц, принимающих решения «на линии фронта» (frontline employees) в соответствии с единой корпоративной стратегией, – в отличие от продолжительной эпохи, когда все решалось в рамках совета директоров. По сути, речь идет о создании разумной деловой экосистемы с мощной бизнес-аналитикой для поддержки ее успешной работы.

Бробст: При этом активное корпоративное хранилище данных (Active Enterprise Data Warehouse, AEDW) обеспечивает и стратегические, и операционные расчеты, очень отличаясь от типичных технологий операционной обработки. Многие организации до сих пор делают ошибку, считая, что они могут обходиться привычными наследуемыми технологиями реляционных баз данных – это походит на утверждение, что единственным инструментом для построения дома является молоток. В таком случае он успешно



Слайд из презентации Рона Свифта (Ron Swift), вице-президента Teradata по направлению Cross Industry Solutions: путь к «активной аналитике» лежит прежде всего через изменения в представлениях пользователей о BI вообще

enterprise-class intelligence, чтобы находить потребителей в любом месте и в любое время и по тем каналам, которые те чаще всего используют.

Потребители сегодня мобильнее, чем когда-либо ранее, и все более предпочитают смартфоны и ноутбуки для получения информации, налаживания контактов и совершения покупок. Сотовые телефоны быстро становятся одним из наиболее популярных каналов взаимодействия с клиентами для компаний, реализующих свои товары и услуги. Это создает новые возможности работы с покупателями «в любое время и в любом месте», где бы они ни находились.

Звучит пока довольно фантастически, но в январе текущего года Teradata объявила о партнерстве с корпорацией Infinian, глобальным

лидером в создании решений для торговли, которые выводят мобильные коммуникации с клиентами на уровень контекстных личных бесед. Что из этого получится, будет видно в ближайшие год-два, учитывая стремительное развитие беспроводных технологий и постоянное видоизменение все теснее связанных с ними CRM-систем.

Аргументы и факты

Как отметили в интервью Майкл Келер и Стивен Бробст, все дело в отличиях. Каковы же они у Teradata? Концепция единого представления всей информации предприятия в одном хранилище данных не уникальна. Но Teradata – одна из немногих компаний, которая реализовала ее на практике.

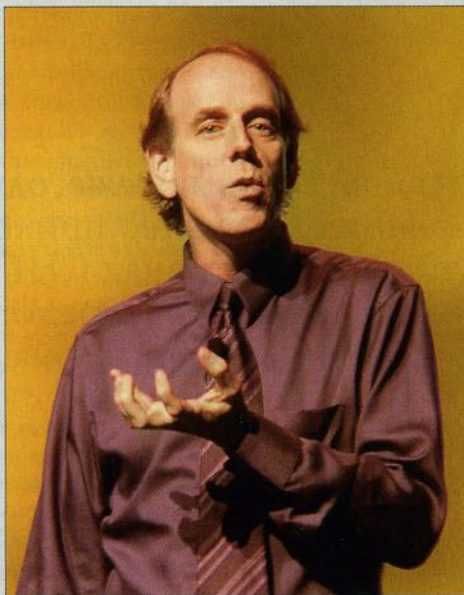
справится только со своей основной задачей – забиванием гвоздей.

Аналитика, в которой нуждаются фирмы, – это целый ряд средств. У хорошего плотника есть набор инструментов, и он выбирает для каждой работы наиболее подходящий. Teradata предоставляет подобный набор для предприятий – EDW-платформу, методологию ее использования и профессиональную команду сервиса и поддержки, давая возможность комплексно решить данную проблему.

- Исторически BI-рынок фокусировался на стратегической бизнес-аналитике – помощи в принятии долгосрочных решений лицами, ответственными за них...

Келер: Мы даем возможность организациям видеть не только общую картину, но и более подробно рассмотреть детали (drill down), чтобы выявить те из них, которые в основном и обеспечивают конкурентоспособность – это главное отличие решений Teradata от других, предлагаемых на данном рынке.

Бробст: Пусть принятая стратегия хороша. Но, в конце концов, она хороша настолько, насколько благодаря ее выполнению компания получает позитивные результаты. Teradata переносит решение проблем предприятия на «наблюдательные башни», расположенные по периметру организации, дает ее единое виде-



Стивен Бробст (Stephen Brobst): «Продолжая фокусироваться на основном направлении – поставке аналитики для крупномасштабных задач, мы также будем обеспечивать высокую эффективность и рентабельность своих решений»

ние многим сотрудникам. При этом рост количества деталей информации экспоненциален, а значит, технология должна иметь соответствующий уровень масштабируемости – как раз то, что обеспечивают решения Teradata.

Использование только агрегированных данных или плохо масштабируемых технологий нельзя назвать сегодня верным подходом.

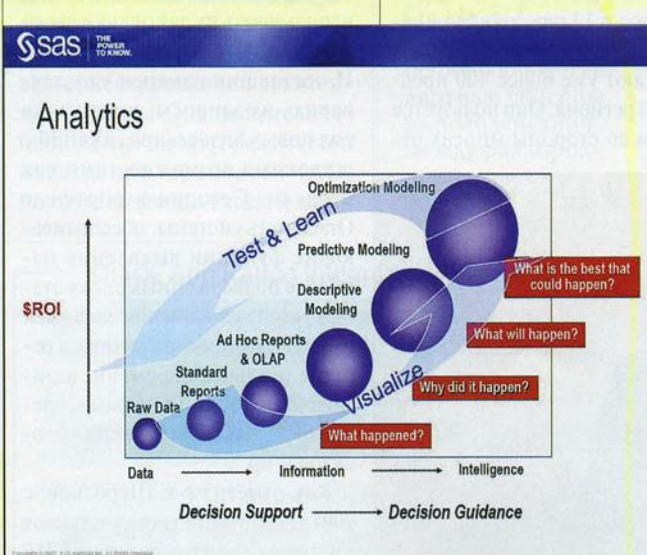
- О масштабировании в последнее время говорится очень много. А что можно сказать о релевантности используемых данных?

Бробст: Наши системы распознают, какие данные «горячие», а какие – «холодные» (температура является метафорой того, как часто обращаются к той или иной информации). Мы хотим помочь клиентам развернуть решения, которые управляют большими объемами «мультитемпературных» данных, применяя сложные механизмы управления ресурсами и специальную файловую систему Teradata. Управление данными в зависимости от их востребованности существенно снижает стоимость работы с ними, поскольку открывает возможности для реализации новых вариантов хранения.

Если говорить о наших аппаратно-программных решениях вообще, то все больше клиентов заказывают системы Teradata, которые сочетают высокую готовность и функцию самовосстановления. Кроме того, клиенты, вероятно, хотят полнее использовать двойные конфигурации, применяя автоматическое балансирование рабочей нагрузки и репликацию данных в реальном времени.

«Front-Office meets Back-Office» – давняя мечта и разработчиков, и пользователей. Если оперативная бизнес-аналитика развернута партнерами в центрах запросов и продаж, вплоть до таких пунктов контакта с потребителем, как веб-сайты, торговые автоматы, киоски, системы point-of-sale и даже считыватели штрихкодов и RFID-меток, то пока покупатель еще взаимодействует с продавцом, уже происходят соответствующие расчеты для изменений в логистике и производстве товаров. Реализовано и это.

Никуда не деться от сухих фактов: компанией инсталлировано более 1,9 тыс. хранилищ данных. Среди заказчиков Teradata – Boeing, Ford Motor, British Airways, Deutsche Post, eBay, Overstock.com, Vodafone и Coca-Cola. Если взять Top 10 некоторых глобальных ин-



«Активная аналитика» с точки зрения SAS: путь от данных и отчетов до советов, как поступить, уже пройден. Но нужно учиться использовать открывающиеся возможности

дустрий, то окажется, что пользователями Teradata являются 9 телекомов, 7 авиакомпаний, 6 логистиков, 5 розничных сетей и 4 банка из первой мировой десятки.

Доступ к системе от Teradata можно получить из приложений, разработанных с использованием IBM WebSphere, SAP NetWeaver, BEA WebLogic и Microsoft .NET.

Наконец, хранилища данных – не одно из направлений работы Teradata, а ее единственное занятие. Поэтому вряд ли можно придраться и к заявлению компании, что она знает свой бизнес лучше всех в отрасли. По крайней мере, Gartner Group подтверждает это, помещая Teradata в квадрант лидеров СУБД в течение последних трех лет и признавая за ней первенство в хранилищах данных и BI согласно Gartner's Server Evaluation Model.