

Analytische *Intelligenz* ist machbar

Analyseanwendungen gibt es heute für die verschiedensten Geschäftsprozesse. Mit dem richtigen Mix dieser Anwendungen wird es möglich, den Schritt von der klassischen Business Intelligence hin zur analytischen Intelligenz zu machen.

Hinterher ist man immer schlauer – ein banales Sprichwort, mit dem sich aber leider die Führungsweise zahlreicher Organisationen beschreiben lässt. Führungskräfte haben bisher meist keine andere Wahl, als strategische und vorausschauende Entscheidungen auf Grundlage historischer Daten oder sogar nur instinktiv zu treffen. Heute genügen allerdings Vergangenheitsbetrachtungen nicht mehr. Führungskräfte müssen in der Lage sein, auf Informationen aus allen Bereichen des Unternehmens zugreifen zu können und diese so zu analysieren, dass sie nicht nur Ergebnisse der Vergangenheit betrachten, sondern, was noch wichtiger ist, sehen, in welche Richtung sich die Organisation bewegt. Die gute Nachricht ist, dass dies mit dem richtigen Mix von Technologie und einer soliden Geschäftsstrategie möglich ist.

Analytische Fähigkeit ist entscheidend

Seit Jahrzehnten setzen Unternehmen traditionelle Business Intelligence (BI) Tools ein, um „historische“ Auswertungen durchzuführen. Aber diesen Werkzeugen mangelt es meist an den analytischen Fähigkeiten, um vorausschauende Aussagen zu treffen und so möglichst erfolgreiche Entscheidungen zu unterstützen. Folglich haben Organisationen festgestellt, dass eine

Aufrüstung ihrer BI-Tools mit solchen analytischen Anwendungen den Gesamtwert der Unternehmensdaten wesentlich steigert. Denn hierdurch wird der Geschäftsleitung genau die Voraussicht ermöglicht, die sie benötigt, um sinnvoll zu handeln und um Probleme zu korrigieren, bevor sie auftreten.

In einem vom Analysten IDC im vergangenen Herbst veröffentlichten Bericht heisst es, dass Organisationen, die Analyseanwendungen erfolgreich eingeführt und eingesetzt haben, Erträge von 17 bis über 2000 Prozent bei einem mittleren ROI von 122 Prozent realisieren konnten (Quelle: „The Financial Impact of Business Analytics, IDC, Oktober 2002).

Step by step

Heute stehen Analyseanwendungen für eine enorme Bandbreite von Geschäftsprozessen zur Verfügung – Risk Management, Customer Relationship Management, Finanzmanagement, Supply Chain Management – die Liste liesse sich beliebig fortsetzen. Dies bedeutet aber nicht, dass Organisationen sofort jeden Geschäftsvorgang angehen müssen, um positive Gewinne aus analytischen Lösungen zu erzielen. Im Gegenteil, die erfolgreichsten Einführungen analytischer Anwendungen waren meist diejenigen, bei denen

man sich auf das dringendste Geschäftsproblem konzentriert hat.

Sobald die unmittelbaren Probleme gelöst sind und ein entsprechender ROI realisiert wird, können Unternehmen den Einsatz analytischer Anwendungen auf die Lösung weiterer Geschäftsprobleme ausweiten. Bei einem systematischen und zielbewussten Einsatz kann einer Organisation eines Tages eine komplette Suite an nahtlos integrierten Analyseanwendungen zur Verfügung stehen, die alle Aspekte ihres Unternehmens abdeckt.

Beispielsweise lassen sich bei einer Integration von Analysen aus dem Finanzbereich mit den Marketinginitiativen gezielte Kampagnen entwickeln, die die richtigen Kunden mit dem richtigen Produkt über den richtigen Absatzweg erreichen, während gleichzeitig die zugrundeliegenden Profitabilitätsmodelle verstanden werden. Dies führt nicht nur zu Kampagnen, die eine bessere Reaktionsquote erzielen, sondern gewährleistet zusätzlich, dass die Unternehmensrentabilität gesteigert wird. Mit Analyseanwendungen werden Organisationen dazu befähigt, vorausschauende, koordinierte und zuverlässige Entscheidungen zu treffen, denen entsprechend sie zuversichtlich handeln können. Diese Fähigkeit ist für den Erfolg eines Unternehmens im heutigen Klima eines erheblich verschärften Wettbewerbs von entscheidender Bedeutung.