



# 为什么要关注数据文化

IDC 信息简讯, 赞助商: *Tableau* | 2020 年 4 月

作者: Chandana Gopal, 业务分析研究总监; Dan Vesset,  
分析与信息管理集团副总裁



# 数据的确很重要.....但这就够了吗？

“组织需要的并非大数据战略，而是一个将大数据纳入的业务规划的战略。”

Bill Schmarzo,  
Hitachi Vantara 首席创新官

“每家公司的未来都会有大数据，而且每家公司最终都会涉足数据业务。”

Thomas H. Davenport,  
巴布森学院信息技术与管理教授、  
意见领袖及作家

“没有大数据分析，企业就会又聋又哑，像一匹横穿高速公路的鹿，在网上毫无目的、茫然若失。”

Geoffrey Moore,  
管理顾问及作家

“我们的目标是将数据转化为信息，再将信息转为洞察。”

Carly Fiorina,  
惠普首席执行官

“分析当中人性的一面就是实施大数据时的最大挑战。”

Paul Gibbons, 管理顾问及作家

# 各组织的眼光必须超越数据战略，并且思考数据文化

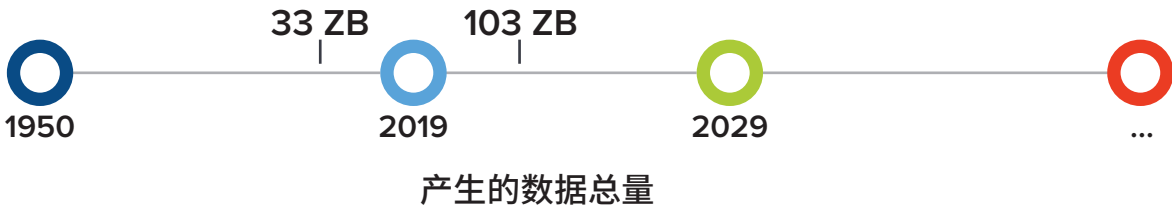
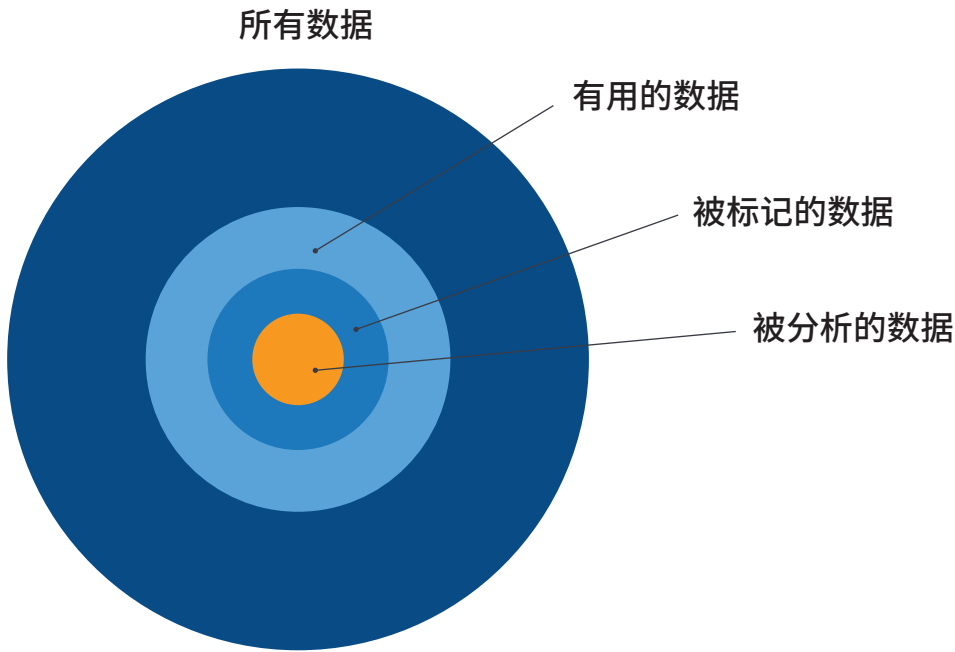
哪怕数据量可观，但仅仅掌握数据并不能确保取得成功。  
数据可以成为资产，但只是不断获取更多数据是不够的，  
只掌握恰当的技术是不够的，而且只有称职的分析师也是不够的。

越来越多的企业正意识到，如要使数据转化为信息、  
知识以及洞察，必须建立数据文化。

数据文化是指企业管理人员和员工具有这样一种价值观、  
行为及态度：他们愿意推进以及支持对于数据的使用，  
并认为数据可以作为企业做出决策的驱动力。

“文化把战略当作早餐。”

Peter Drucker, 管理顾问、作家及商业远见家



资料来源: IDC 全球数据圈



# IDC 致力于寻找和理解数据文化

## 方法

- 我们对在组织内使用数据的 1,100 名受访者开展了在线调查。
- 受访者均来自大型企业（员工超过 500 名）。
- 受访者来自各行各业，包括高管、经理人以及技术和非技术职员。
- 我们在全球抽取的受访对象来自巴西、加拿大、中国、法国、德国、印度、日本、墨西哥、英国和美国。

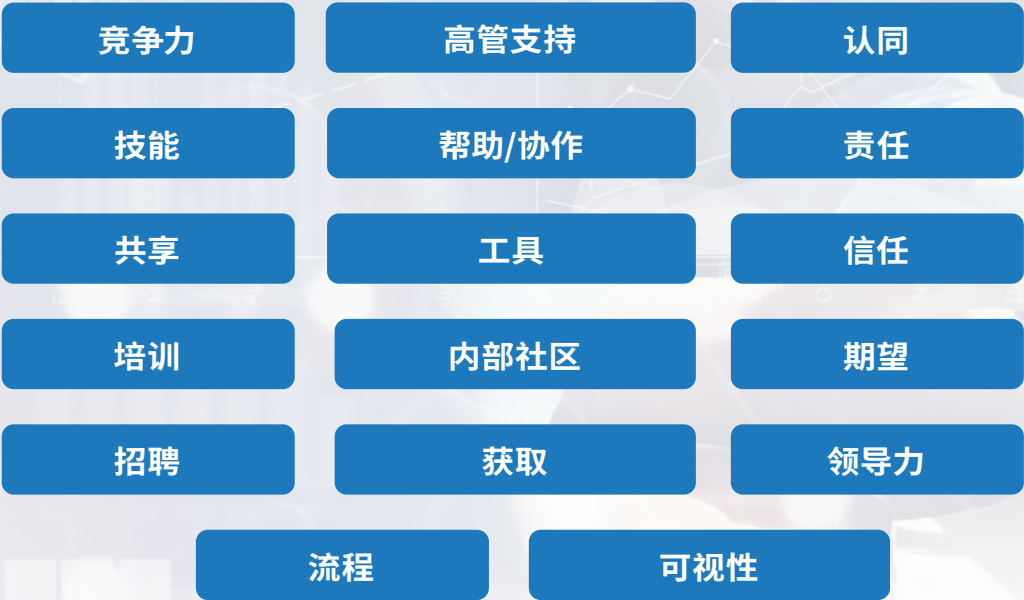
## 目标

- 确定影响数据文化的可见和不可见的关键元素。
- 采集这些元素的态度和行为指标。
- 建立度量表，以衡量主要推动因素的存量和深度，以及对数据文化的整体衡量。
- 审视各组织接纳数据文化的程度是否会对其业务结果产生影响。
- 确定促使各组织营造强有力数据文化的最佳实践。

# 强有力的数据文化是否会影响业绩？

IDC 向受访者询问了可影响数据文化的态度和行为元素，并探究了其对业绩指标的影响。

## 数据文化特征



## 业务指标



# 受访者及其组织被划分到四个象限内，并且对其区别性特征进行评估

数据文化最低分

数据文化最高分



数据文化量表

# 精通数据的员工是强有力数据文化的推动力

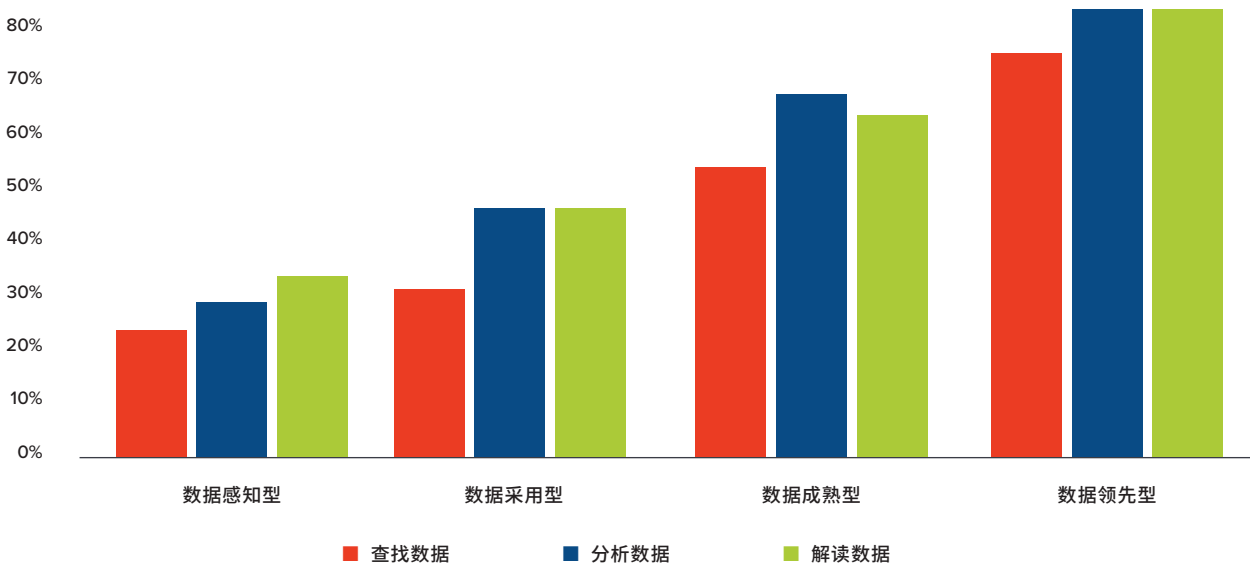
**技能/胜任力: 数据领先型组织的员工知道如何最好地利用数据**

**数据领先型组织中的员工:**

- » 查找数据并建立关联的表现是数据感知型组织同等员工的3倍。
- » 相比数据感知型组织的员工，数据分析表现好54%，准确且批判性地解读分析的表现好50%。

**招聘: 数据领先型组织雇佣具有高级数据技能的员工**

问: 在以下各个领域, 新雇佣的知识型员工最低必须已经具备何种水平的数据和分析技能?  
(高级技能所占的百分比)



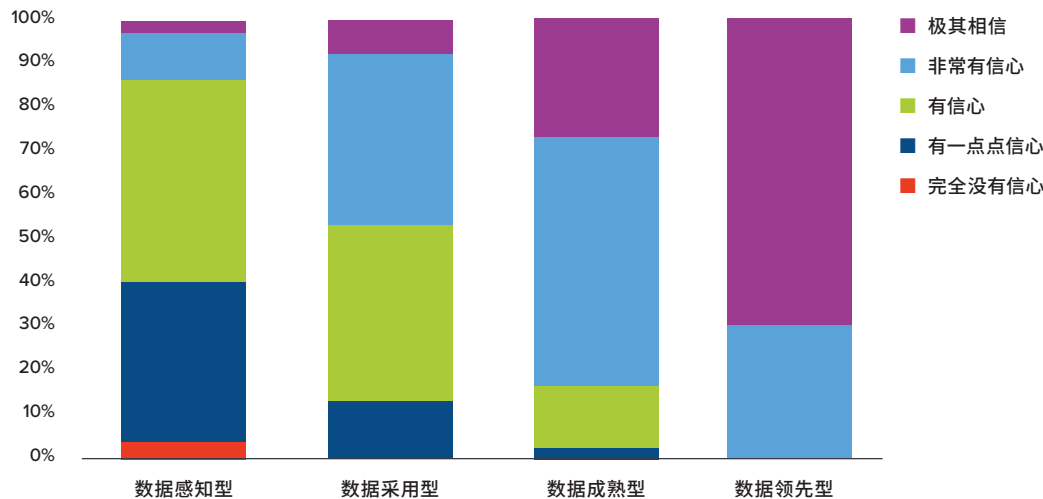


# 在强有力的数据文化中, 员工相互帮助开展数据相关的活动

与数据感知型组织相比, 在数据领先型组织中极其/非常有信心认为他们在遇到数据和分析问题时能得到帮助的**受访者多 81%**。

## 帮助: 数据领先型组织的员工有信心认为能在数据和分析方面得到帮助

问: 您在多大程度上相信, 贵组织中的人员能在遇到分析或数据相关问题时得到同事的帮助?



## 共享: 数据领先型组织公开地共享数据和洞察

与数据感知型组织相比, 在数据领先型组织中非常/极其愿意共享数据的**受访者多79%**。

## 工具/活动: 数据领先型组织使员工能够参与数据和分析工作

与数据感知型组织相比, 在数据领先型组织中表示培养数据和分析社区的活动非常/极其成功的受访者多的**受访者多71%**。



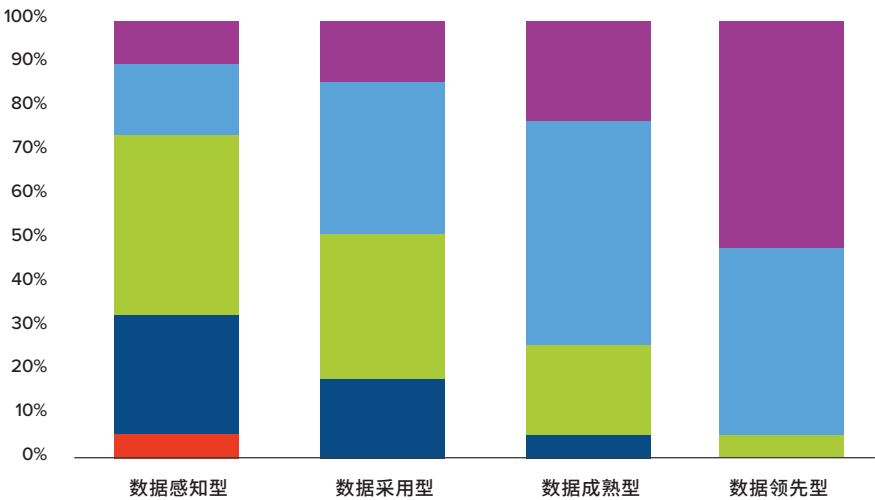
# 当数据受信任时, 员工更有责任感, 产生的结果更好

**责任:** 数据领先型组织会把数据托付给员工, 因而他们更有责任感

与数据感知型组织相比, 在数据领先型组织中对其可获取的数据极其/非常有责任感的受访者多**70%**。

- 极其相信
- 非常有信心
- 有信心
- 有一点点信心
- 完全没有信心

问: 您个人认为对自己有权获取的数据有多大的责任感?

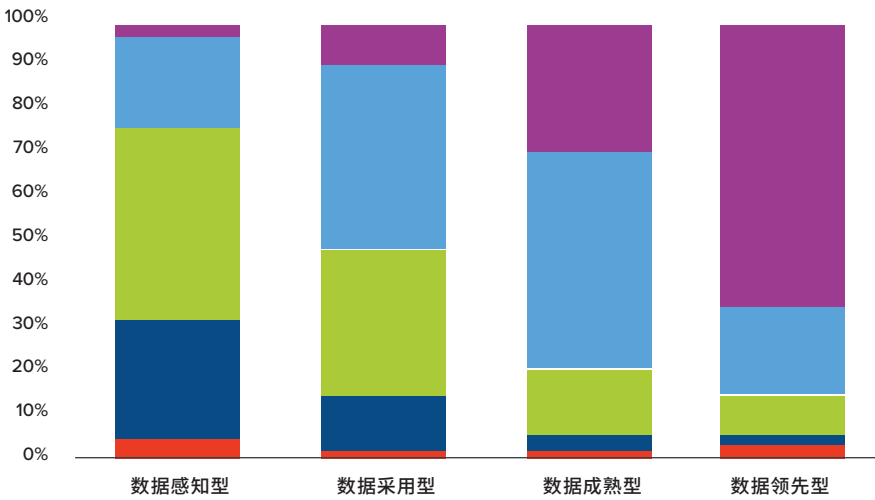


**获取:** 数据领先型组织在使员工安全获取工作相关数据方面的表现也更出色

与数据感知型组织相比, 在数据领先型组织中认为员工可获取公司大多数/公司所有级别的数据的受访者多**53%**。

- 非常容易
- 有点容易
- 既不困难也不容易
- 有点困难
- 非常困难

问: 请评价您获取所需数据的难易度。

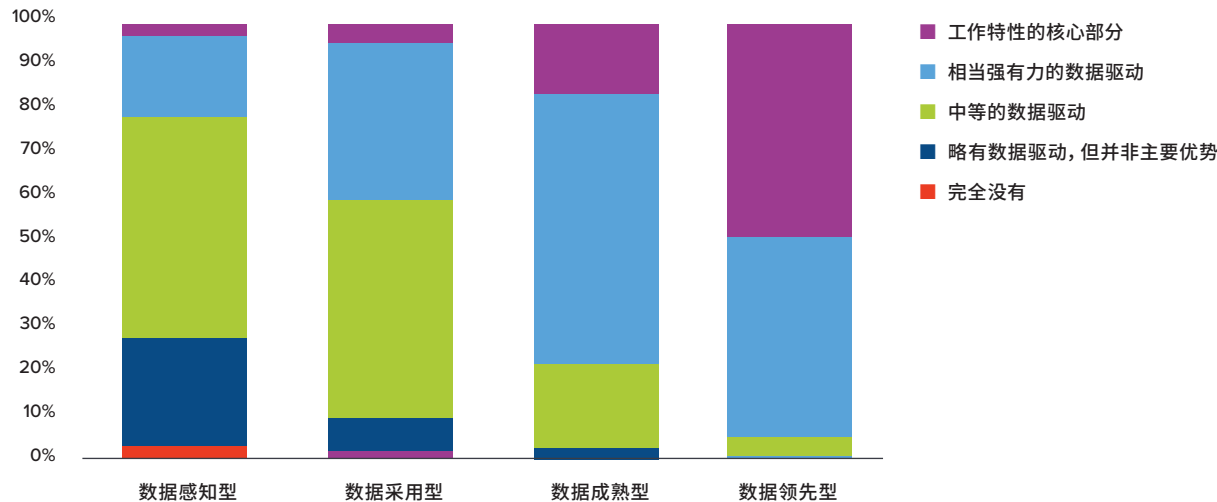


# 当数据成为组织和职员身份识别的关键时，决策就变成数据驱动型

**特性：**在具有优秀数据文化的组织中，数据驱动是职员工作特性的核心组成部分。

与数据感知型组织相比，在数据领先型组织中感觉自己受到相当强有力数据驱动的**受访者多73%**。

**问：**您认为自身工作受数据驱动的程度？



**期望：**数据文化优秀的组织要求数据成为任何决策活动的一部分

与数据感知型组织相比，数据领先型组织具有以下特征：

表示始终要求在会议中使用数据的**受访者多60%**。

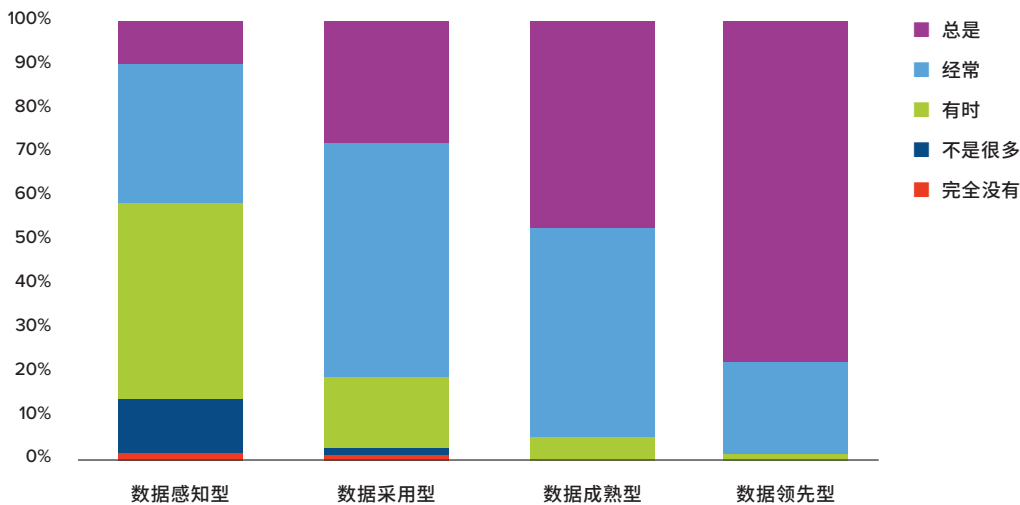
始终要求数据来支持建议/决策的**受访者多67%**。

表示超过80%的会议由数据驱动的**受访者多55%**。

# 在本身具有强有力数据文化的组织中， 高管积极地利用数据和分析

## 领导力：在数据领先型组织中，高管以身作则地 利用数据和分析

问：高管自身在多大程度上积极地利用数据？



与数据感知型组织的受访者相比，数据领先型组织中表示其高管以身作则地利用数据的  
**受访者多59%。**

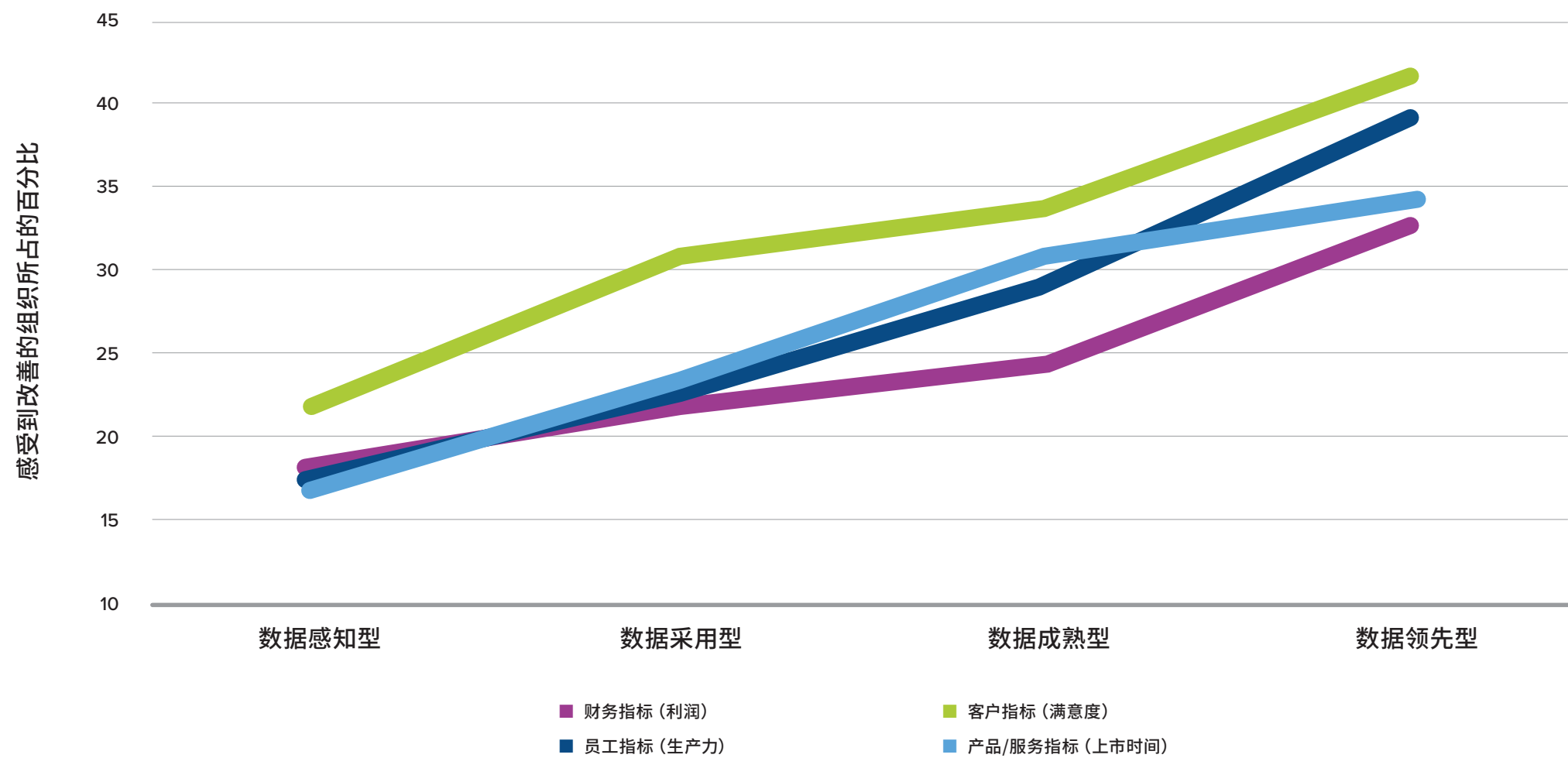
与数据感知型组织相比，表示数据领先型组织将数据视作资产并认识到其价值的  
**受访者多48%。**

## 投资：并不在于对技术的巨额投资。 数据领先型组织还会对人员和 文化进行投资

与数据感知型组织相比，在数据领先型组织中对数据能力投资非常/极其满意的  
**受访者多48%。**



# 投资于数据文化可促使多种业务指标得到改善



# 业务指标随着各组织在数据文化进程中的进步而得到改善

## 财务指标

✓ 收入 ✓ 盈利能力 ✓ 资本成本

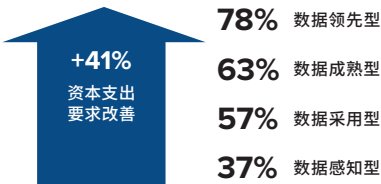
数据采用型组织与数据感知型组织相比：

看到收入增加的组织多 **18%**

看到利润增长的组织多 **20%**

与数据感知型组织相比，资本支出减少的数据领先型组织多 **41%**。

资本支出减少的组织所占的百分比



## 员工指标

✓ 员工生产力 ✓ 员工留存

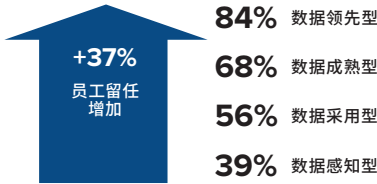
数据成熟型组织与数据感知型组织相比：

看到员工留存增加的组织多 **29%**

看到员工生产力提高的组织多 **24%**

与数据感知型组织相比，数据领先型组织的员工留存增加 **45%**。

员工留存增加的组织所占的百分比



## 客户指标

✓ 客户满意度 ✓ 客户维系

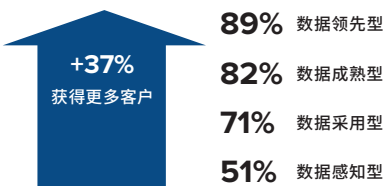
数据成熟型组织与数据感知型组织相比：

客户满意度/忠诚度提高的多 **19%**

客户维系增加的多 **20%**

与数据感知型组织相比，数据领先型组织获得的新客户多 **37%**。

获得客户增多的组织所占的百分比



## 产品/服务指标

✓ 创新 ✓ 上市速度

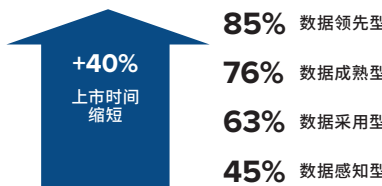
数据成熟型组织与数据感知型组织相比：

看到产品/服务数量增加的组织多 **24%**

看到上市速度提升的多 **31%**

与数据感知型组织相比，数据领先型组织的产品上市时间提升 **41%**。

产品上市速度提升的组织所占的百分比



与数据感知型组织相比，表示数据可带来竞争优势的数据领先型组织多 **50%**。

# 核心指引

- » 强有力的数据文化和人才是在数字化经济中取得成功的关键要素。仅依靠数据战略和技术不足以使组织真正成为数据驱动的组织。
- » 数据文化可以逐步打造, 各种效益随着各组织落实承诺而呈现出指数式增长。
- » 转变思维模式可带来立竿见影的改进效果。许多此类元素不需要很多资金投入就可以轻松启动展开。
- » 高管的以身作则和支持能显著加快数据文化的成熟。
- » 在衡量数据文化改进成果时, 不应仅限于财务指标。



# IDC 分析师简介



**Chandana Gopal**  
业务分析研究总监

Chandana Gopal是IDC业务分析解决方案市场研究及咨询实践的研究总监。  
Gopal女士的核心研究范围包括商业智能高级及预测分析的供求趋势，以及企业绩效管理市场。



**Dan Vesset**  
分析与信息管理集团副总裁

Dan Vesset是IDC分析与信息管理市场研究与咨询实践的集团副总裁，  
他负责领导的分析师团队负责结构化数据和非结构化内容处理、集成、管理、  
治理、分析和可视化的方方面面。



IDC Research, Inc.  
5 Speen Street  
Framingham, MA  
01701, USA  
T 508.872.8200  
F 508.935.4015  
Twitter @IDC  
idc-insights-community.com  
www.idc.com

**本出版物由“IDC 定制解决方案”制作。**除非注明具体的供应商赞助人，否则本文展示的观点、  
分析和研究结果均摘自IDC独立执行和出版的更加详细的研究和分析。“IDC 定制解决方案”  
以多种形式提供 IDC 内容以便由众多公司分发。许可分发 IDC 内容并不代表对被许可人或其观点的认同。  
  
IDC 信息和数据的外部出版 — 凡是在广告、新闻发布稿或促销材料中使用 IDC 信息都需要预先获得相应  
IDC 副总裁或国家区域经理的书面同意。此类申请均应附上所提议文件的草案。  
IDC 保留因任何原因拒绝批准外部使用 IDC 信息和数据的权利。  
  
版权所有 2020 IDC。未经书面许可严禁复制。

## 赞助商讯息



真正成为数据驱动的组织要求转变思维模式、态度和习惯——让数据融入组织的特性。真正的抱负是使组织当中的每个人都能看到数据所蕴含的价值，树立起利用数据解决问题的信心，并且激励其他人也如此。Tableau相信，打造数据文化时须着眼于五个要素——信任、思维模式、分享、社区和人才，这将会促使各组织取得更大的成功以及更有活力。

如需了解更多，请访问 <https://www.tableau.com/data-culture>

