



Requisitos de inteligencia comercial para TI:

Lo que cada administrador de TI debe saber sobre las necesidades reales de los usuarios comerciales para inteligencia comercial

Los usuarios comerciales y organizaciones necesitan la capacidad de analizar rápidamente sus datos para identificar problemas, causas y oportunidades de mejora. Luego de la identificación de estos análisis, se les debe supervisar y distribuir frecuentemente a otras personas.

Con inteligencia comercial (BI) tradicional, la creación y mantenimiento de análisis eficaces pueden tardar meses en su definición y desarrollo, requiriendo la definición y desarrollo, y requieren recursos costosos para su mantenimiento. Y para el momento de su creación, la situación comercial probablemente habrá evolucionado, potencialmente dañando el negocio y sus clientes.

En el mercado actual, la vida media de la inteligencia comercial generalmente es más breve que la vida del proyecto necesario para su implementación. Esto significa que las empresas obtienen un retorno negativo continuo en su inversión de inteligencia comercial. Ha llegado el momento de abordar el problema desde una dirección nueva y empoderar a los propietarios de negocios y trabajadores con conocimiento para que encuentren rápida y fácilmente las respuestas a sus preguntas.

En respuesta, un Nuevo enfoque de inteligencia comercial ha emergido: Inteligencia comercial operacional. Promete empoderar a todas las personas dentro de una organización para tomar decisiones cotidianas al usar un mejor análisis de tendencias de ventas y marketing, interacciones con clientes, planes de fabricación, inventarios y otras áreas de negocio.

Algunos dicen que esta es una nueva tendencia en la inteligencia comercial, excepto que no es nueva. Muchas personas en una organización pueden denominar esto como "trabajo con Excel" o "el informe secreto que mi amigo de TI ejecuta por mí", pero estas son formas de inteligencia comercial operacional de guerrilla. De hecho, muchas organizaciones ya han encontrado formas de habilitar empleados con el acceso y herramientas necesarias para la inteligencia comercial; algunas son adecuadas y otras no lo son.

La pregunta principal es, ¿cuáles son los requisitos comerciales de un sistema de inteligencia comercial operacional? ¿Qué se necesita para proporcionar el entorno y las capacidades necesarias para inteligencia comercial operacional? ¿Puede una organización permitirse esperar por una iniciativa de inteligencia comercial operacional vertical? ¿Existen opciones mejores y más rápidas que las hojas de cálculo desconectadas e informes dispares?

Hay siete requisitos principales que las empresas deben considerar al evaluar esta generación de inteligencia comercial:

1. **Conecte y reproduzca.** Aproveche almacenes de datos existentes e infraestructura existente.
2. **Vea la respuesta.** Ayude al usuario comercial a ver la respuesta más rápido.
3. **Más allá de los informes.** Proporcione la capacidad de analizar y solucionar problemas rápidamente, no solo informar.
4. **Cualquier dato, en cualquier momento.** Acceda a datos que TI no tiene.
5. **Inteligencia comercial autoservicio.** Habilite al usuario comercial para crear vistas e informes nuevos sin TI.
6. **Colaboración.** Proporcione medios para compartir y actualizar análisis y descubrimientos en tiempo real.
7. **Simplicidad.** No requiere capacitación para comenzar y solo capacitación mínima para usuarios comerciales sofisticados.

1 Conecte y reproduzca

La inteligencia comercial tradicional requiere implementaciones complejas en las cuales se extraen, transforman y cargan datos en otro formato donde la seguridad puede ser un problema. Genera una carga en la TI para instalar y mantener estos sistemas repetitivos y almacenes de datos.

La inteligencia comercial de la actualidad debe aprovechar la inversión existente y acceder a los datos directamente. Idealmente la TI debe tener poco que instalar o mantener, no debe haber bases de datos nuevas que instalar o configurar, ni servidores de nivel medio nuevos, ni ejercicios de modelado de datos, ni extracción, transformación y carga (ETL) de datos desde sistemas de fuente en almacenes de datos, ni clases de capacitación y tampoco certificaciones nuevas que TI debe lograr.

Lo más importante, debe adherirse a modelos de seguridad y autenticación existentes y no requerir nuevas medidas de seguridad para garantizar el cumplimiento.

2 Ve a la respuesta

Las herramientas de inteligencia comercial tradicionales producen volúmenes de informes basados en texto, gráficos estáticos y paneles de control. De hecho, los paneles de control se han convertido en la panacea para muchos problemas de salida de inteligencia comercial. Sin embargo, Stephen Few, célebre autor y experto en inteligencia comercial, escribe, “la mayoría de los paneles de control que se usan en los negocios de la actualidad fallan. En el mejor caso, proporcionan solo una parte de la comprensión necesaria para supervisar el negocio”. Few añade:

“La raíz del problema no es la tecnología, al menos no principalmente, sino la presentación de datos deficiente. Para satisfacer el propósito y satisfacer su potencial, los paneles de control deben mostrar un arreglo denso de información en una pequeña cantidad de espacio de forma que se comunica clara e inmediatamente. Esto requiere diseño que explota y aprovecha la capacidad de percepción visual y el cerebro humano para sentir y procesar varios fragmentos de información rápidamente”.

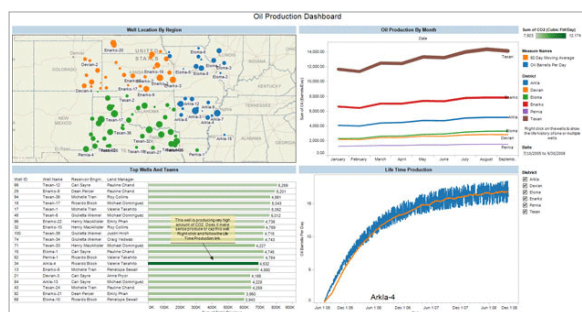


Figura 1. La visualización de datos proporciona más comprensión

Los paneles de control proporcionan una forma mejor y más rápida de ver y comprender patrones y tendencias. Se debe integrar técnicas de visualización de datos de vanguardia y diseño adecuado para ayudar a entregar respuestas con mayor rentitud.

3 Más allá de los informes

Fundamentalmente, la inteligencia comercial proporciona acceso básico a información que solo es el comienzo de la respuesta. Estas interfaces de inteligencia comercial no están diseñadas para solucionar problemas. Un informe o vista de inteligencia comercial típica puede responder una pregunta, pero casi nunca responde la siguiente pregunta. La inteligencia comercial de la actualidad debe permitir que el usuario explore rápidamente y analice sus datos

al responder no solo la pregunta en cuestión, sino también la siguiente pregunta y la posterior a esa y así sucesivamente. En esencia, la inteligencia comercial de la actualidad debe poder responder cada pregunta de seguimiento posible y hacerlo de forma rápida y fácil. Las soluciones de la actualidad deben poder consultar, resumir, realizar tabulación cruzada, plantear hipótesis, visualizar e informar en el momento según hacia dónde lleva el análisis.

4 Cualquier dato, en cualquier momento

Debido a que las necesidades analíticas de cada empleado son distintas, no todos los datos necesarios para cada análisis estarán en el almacén de datos, independientemente del tamaño. Con el fin de ser eficiente, las necesidades de inteligencia comercial de la actualidad para reconocer esto y ofrecer soluciones para acceder y analizar dichos datos externos.

Las soluciones de inteligencia comercial de la siguiente generación deben conectar y leer los almacenes de datos usuales (OLAP, ROLAP, HOLAP), sin embargo, también deben poder utilizar datos de escritorio como archivos de texto, archivos Excel u otros almacenes de datos que residen fuera de la inteligencia comercial, sin tener que volver a formatear o migrar dichos datos en el almacén de datos.

5 Autoservicio

La generación de las vistas exactas e informes que cada empleado necesita para tener éxito en la comprensión y utilización de información requiere muchos más recursos que cualquier departamento de TI tiene disponible y crea un cuello de botella de TI para nuevos informes. Además, incluso si los recursos estuviesen disponibles, la mayoría de los usuarios comerciales no puede anticipar cada vista o informe posible que necesitará en el futuro.

La inteligencia comercial de la actualidad debe habilitar al usuario para definir nuevas vistas e informes para sí mismos. En otras palabras, debe haber un elemento de autoservicio.

6 Colaboración

Tradicionalmente, la inteligencia comercial ha sobresalido en la generación de informes automatizados que se pueden distribuir en una organización. De hecho, se puede discutir que la creación y distribución de informes automatizados

“ Para satisfacer el propósito y satisfacer su potencial, los paneles de control deben mostrar un arreglo denso de información en una pequeña cantidad de espacio de forma que se comunica clara e inmediatamente.”

– Stephen Few

fueron los beneficios principales de la inteligencia comercial tradicional.

La inteligencia comercial de la actualidad debe avanzar tres pasos más. Primero, no solo debe crear y distribuir informes automatizados, también debe permitir que los usuarios comerciales definan dichos informes. Esto significa que no solo deben diseñar y configurar el informe o vista por sí mismos, sino que también deben configurar fácilmente qué recipientes pueden ver vistas determinadas de datos subyacentes determinados. Entonces, deben poder publicarlos donde los recipientes (con los permisos adecuados) pueden acceder a ellos.

Segundo, debe permitir que los recipientes participen en sesiones de preguntas y respuestas ligeras con dichos informes y análisis. La audiencia deseada frecuentemente tiene preguntas adicionales, las cuales se debe atender sin tener que volver a ejecutar todo el análisis o involucrar al analista que publica.

Y tercero, estos análisis se deben actualizar en tiempo real para asegurar que todos obtienen las respuestas correctas par alas preguntas correctas cada vez que realizan búsquedas. Las actualizaciones a solicitud también eliminan la necesidad de regenerar constantemente los análisis.

7 Simplicidad

La inteligencia comercial tradicional requiere cursos de capacitación en persona de múltiples días incluso para usuarios comerciales que solo serían usuarios ligeros del sistema de inteligencia comercial. En el mundo actual, esto no es realista, es una garantía de que solo una parte de los usuarios de inteligencia comercial obtendrán datos valiosos.

La inteligencia comercial de la actualidad debe ser suficientemente fácil de usar de forma que prácticamente cualquier usuario comercial puede realizar una amplia gama de consultas sin capacitación alguna. Naturalmente, para las personas que desean obtener más información sobre funciones sofisticadas, debe haber capacitación persistente con acceso fácil, como: cursos de capacitación en línea, cursos de capacitación a solicitud, tutoriales, etc. y no solo clases en persona a alto costo.

Al final...

Hay dos cosas claras en la mayoría de los entornos comerciales de la actualidad: las personas desean la capacidad de realizar preguntas sobre sus datos y obtener respuestas en tiempo real, y se decepcionan en el status quo. El análisis es una parte crucial de cualquier negocio y cualquier cargo, desde un representante de RR.HH. de una empresa Fortune 500 hasta un representante de ventas en una empresa pequeña.

En esta era de información sin límites, es crucial que las empresas realicen los pasos necesarios para actualizar o implementar soluciones de inteligencia comercial que serán accesibles, útiles, eficaces y fáciles de comprender para toda la organización. La inteligencia comercial promete ser una parte esencial de la respuesta, pero solo cuando cumple los 7 requisitos clave de los usuarios comerciales. Tableau permite que las empresas aprovechen sus activos de datos de formas sin precedentes.

Acerca de Tableau

Tableau Software ayuda a las personas a ver y comprender datos. Clasificada por Gartner en 2011 como la empresa de inteligencia comercial con crecimiento más rápido del mundo, Tableau ayuda las personas a analizar, visualizar y compartir información rápida y fácilmente. Con más de 6.500 personas en todo el mundo y de todos los tamaños e industrias, las personas usan Tableau en toda una organización, en la oficina y en movimiento. Vea el impacto que Tableau puede tener en sus datos al descargar la prueba gratuita en www.tableausoftware.com/es-es/products/trial.