

>> Quicksan

- BUSINESS INTELLIGENCE
- ONTSLUITEN WAARDE
- REPORTING
- ANALYSE BUSINESS

BUSINESS DISCOVERY:

Gebruikers vinden het antwoord

Door de versnelling van bedrijfsprocessen, de komst van sociale netwerken en de uitvinding van de iPad en de smartphone zijn gebruikers hogere eisen aan informatievoorziening gaan stellen. IT-managers zien zich door al deze innovaties geconfronteerd met een centraal ingericht business-intelligencemodel dat niet meer voldoet aan de eisen van gebruikers. Leverancier Qliktech vindt het tijd voor een nieuw paradigma: 'business discovery'. Wat houdt het in?

Tekst Bas van der Horst

Business discovery biedt een aanpak waarbij gebruikers zelf antwoord op hun vragen vinden. De doelstelling van het traditionele business intelligence (BI) is om de business inzicht te verschaffen en te helpen sneller beslissingen te maken. Veel gebruikers wachten echter nog steeds op het inlossen van deze belofte. In plaats van te voorzien in een behoefte, is IT de bottleneck geworden voor succesvolle business intelligence. Door het lange ontwikkelproces geeft BI slechts antwoord op vragen van de elite in de organisatie. Er worden wel rapporten geproduceerd, maar er wordt geen inzicht verschaft. Daar

komt bij dat het consumeren, verkennen en delen van informatie is veranderd. Drie trends hebben een grote rol gespeeld in de verwachtingen die de gebruiker nu heeft: de opkomst van apps, sociale netwerken en mobiliteit. De toepassingen op de werkvloer hebben zich, in vergelijking met de nieuwe applicaties, lang niet zo snel ontwikkeld.

DE LAT LIGT HOGER

Vanzelfsprekend wordt er van een enterprise-applicatie niet hetzelfde gebruiksgemak verwacht als van bijvoorbeeld Google. Desondanks blijft er een vraag: waarom kan Google in een fractie van een seconde miljarden

webpagina's doorzoeken en deze resultaten presenteren, terwijl het zes maanden duurt om een rapport van IT te krijgen? Natuurlijk heeft IT zijn handen vol en is enterprisesoftware complex, maar Google en andere applicaties in de cloud hebben andere verwachtingen gecreëerd bij gebruikers. Het maakt de gebruiker niet uit waar of hoe data is opgeslagen. Hij heeft het direct nodig want er moeten besluiten worden genomen. De lat ligt dus hoger en IT is zich daarvan bewust. Het is nu moeilijker te verklaren waarom gebruikers een jaar moeten wachten op informatie die ze vandaag nodig hebben. Hoe kan het IT-management de behoefte aan meer en sneller inzicht aan de ene kant en nieuwe gebruiksvriendelijke technologieën aan de andere kant bij elkaar brengen? Het probleem is dat de complexe systemen die momenteel in organisaties draaien niet in staat zijn om zo eenvoudig te worden weergegeven als een consumenten-app. IT kan de belofte van business intelligence niet waarmaken zonder de manier van denken en de tools die gebruikt worden te veranderen. Enterprisesystemen zijn te complex en te inflexibel om in de handen van de gebruiker te geven.

IT kan ook niet de facilitator zijn die in antwoorden op alle vragen voorziet. Als gebruikers direct antwoord willen op vragen, moeten ze dit zelf kunnen uitzoeken. Zo ontstaat een nieuw softwareparadigma dat verschilt van traditionele business intelligence: business discovery.

DATAWAREHOUSE

De praktijk wijst uit dat het onmogelijk is de volledige informatie-asset onder te brengen in een datawarehouse. Ook zijn mensen geobsedeerd geraakt door dogma's zoals *the single version of truth*, een te onbelangrijk item om je blind op te staren. De business verandert immers zo snel: wat op de ene dag de 'truth' is, hoeft dat op een andere dag niet te zijn. En dan hebben we het nog niet over de wereld van ongestructureerde data. Gestructureerde data zijn maar een kleine component van de totale informatie-asset, een incompleet plaatje. Een datawarehouse levert een nuttige bijdrage, maar slechts een beperkte. Als iemand een datawarehouse heeft gebouwd en het is goed

en nuttig, gebruik het dan. Business-discoverysystemen kunnen gebruikmaken van een datawarehouse en de data verrijken met andere informatie uit backofficesystemen, spreadsheets of websites. Het nut van een datawarehouse, of eigenlijk elke dataverzameling, wordt bepaald door de gebruiker in de business. De opkomst van business discovery is een reactie op de groeiende frustratie van gebruikers die hun behoeftes niet ingevuld zagen. Het is een nieuwe generatie business-intelligencesoftware die de gebruiker de controle biedt over het verkennen en exploiteren van data. Daardoor wordt IT niet langer overspoeld door verzoeken van gebruikers. Bij de transitie naar business discovery is IT niet langer de bottleneck en kunnen gebruikers zelf data analyseren.

OVERBRUGGEN KLOOF

Business-discoverysystemen overbruggen de kloof tussen traditionele business intelligence en applicaties zoals Excel. Ze stellen gebruikers op elk niveau in de organisatie in staat om inzichten te vinden die ertoe doen, wanneer hun dat uitkomt. Discovery betekent dat gebruikers de antwoorden zelf vinden. In essentie verandert iedereen in een businessanalist. Dit is wat business intelligence oorspronkelijk beoogde. Business discovery is een evolutie van traditionele business intelligence. Er zijn geen rigide paden die gevolgd moeten worden en het is niet nodig om vragen maanden van tevoren te formuleren. Business-discoverysystemen lijken op apps, met software onder de motorkap. Ze verzamelen informatie uit vele brondatabases, spreadsheets en alles wat daar tussen zit en laden deze in het geheugen voor analyse.

WAPEN IT-MANAGEMENT

Business discovery verandert het business-intelligencelandschap enorm door de kosten sterk te reduceren en door gebruikers te transformereren in businessanalisten. Hiermee heeft het IT-management het wapen in handen om zijn toegevoegde waarde voor de business voor eens en voor altijd te bewijzen. **x**

Bas van der Horst is Alliances Director Benelux, Oost-Europa, Turkije en Israël van QlikTech.

WAT HOUDT HET IN?

QlikTech wil zich van de traditionele BI-leveranciers onderscheiden door in zijn toepassing QlikView onder meer een intuïtievare user interface aan te bieden. De term 'business discovery' is de vlag die de lading dekt en sterk aan analytics doet denken. Wat zijn de kenmerken van business discovery?

- Binnen de organisatie zoveel mogelijk medewerkers, decentraal, toegang tot data bieden, evenals de mogelijkheid inzichten te creëren en op te slaan.
- Terugdringen van wachttijden – direct resultaten van analyses zien.
- Mobility – ook toegang tot data en informatie op mobiele apparaten.
- Overstap van enterprise-applicaties naar 'apps' om meer agility te bereiken.
- De mogelijkheid data opnieuw te combineren en samen te stellen zonder tussenkomst van IT of power users.
- Delen van informatie en kennis binnen een wiki-achtige omgeving.