

10-те най-важни Business Intelligence тенденции за 2015 година



В този материал ви запознаваме с най-важните BI тенденции за 2015 година според Ellie Fields, маркетинг вицепрезидент в компания [Tableau Software](#).

1. Софтуерът от типа **self-service business intelligence** въвежда нови практики за управление на данни

Управлението на данни ще се промени, следвайки BI тенденцията за преход от статични отчети и справки към интерактивни, self-service данни. Тенденцията към интерактивност означава различен поглед към сигурността на бизнес данните. Традиционните подходи за ограничаване на достъпа на служителите до бизнес данни се променят. Новите аналитични средства трябва да помагат на хората в бизнеса да търсят правилни решения, използвайки бизнес данните, а не да ги ограничават.

2. Маркетъори и търговци разработват умни стратегии на базата на данни от социалните мрежи

През 2014 бяхме свидетели на първите по-сериозни опити компаниите да използват данни от социалните мрежи за нуждите на определени бизнес процеси. През 2015 тенденцията за анализ на данни от социалните мрежи и прилагането им за бизнес цели ще се задълбочи. Наблюдавайки какво се случва в социалните мрежи, маркетъорите и търговците ще могат да откриват тенденции и да общуват по-ефективно с техните клиенти. Това ще помогне за реализирането на успешни стратегии за продуктово развитие. В бъдеще такива компании ще имат все по-големи предимства в сравнение с конкуренцията.

3. Компаниите създават собствени компетентности за бизнес анализи

Днес с бизнес анализи се занимават все повече служители в организацията – оперативните мениджъри, логистичните мениджъри и дори търговците. Иновативните технологии улесняват хората в бизнеса да търсят и бързо да намират отговори на ежедневно възникващи важни въпроси. Все още има нужда от бизнес аналитици за сложните казуси, но ежедневните нужди от анализ на

бизнес данни могат вече да се разрешават не само от BI експерти. Компаниите, които се стремят да улеснят служителите си в изпълнението на техните задължения с помощта на новите аналитични средства, ще имат стратегическо конкурентно предимство.

4. Информационните технологии – все по-зависими от потребителите

Зависимостта на ИТ продуктите от нагласите на потребителите е все по-явна. Хората използват продукти, които са лесни за работа и които им харесват. Това е в сила също за аналитичния софтуер. Потребителите обичат да споделят своя потребителски опит, независимо от това дали е положителен или им създава затруднения, с други ползватели на същия продукт. Потребителските общности влияят силно на продуктовото развитие. Компаниите, които намерят начин да общуват с клиентите си по вдъхновяващ и уважителен начин, ще прогресират. Новите клиенти ще бъдат привлечени към даден продукт заради мнението на потребителите, потребителските общности ще стават все по-влиятелни.

5. Аналитичните решения, интегрирани в ИТ инфраструктурата, се превръщат в дефакто стандарт

Бумът на информационните технологии през последните 10 години доведе до създаването на сложни и разнородни ИТ инфраструктури в повечето организации. Това се отнася също за естеството на бизнес данните и за бизнес приложенията. Едва ли ще се върнем към монолитните, централизирани информационни системи. Компаниите обаче са нетърпеливи да имат достъп от едно място до всички бизнес приложения, без да се налага служителите им да помнят множество потребителски имена и пароли... През 2015 година ще станем свидетели на развитието на софтуера в посока потребителите да могат да влизат в приложенията по-лесно и бързо. Все повече хората изискват да няма ръчен пренос на данни между приложенията, нуждата от ефективна интеграция става все по-осезаема.

6. Облачно-базираните аналитични софтуери вече не работят само с облачни данни

През 2015 година ще видим как облачните аналитични средства ще се прилагат вече и за on-premise бизнес данни. Досега аналитичните средства в облака работеха предимно с данни, намиращи се там. Компаниите ще използват облачните приложения вече и за други цели, не само за данни, пазени в самите приложения в облака.

7. Свободни бизнес дискусии заместват гледането на статични бизнес данни

Ставаме свидетели на това как данните стават все по-достъпни, възможностите за интерактивната работа с тях – все повече, на практика вече могат да се водят свободни дискусии между служителите на базата на лесни за откриване и възприемане бизнес данни. Хората днес имат нужда от гъвкави, бързи аналитични средства, с помощта на които да откриват и анализират бизнес данните и да могат да виждат нови перспективи и тенденции в бизнеса. Фирмените “заседания” стават все по-ефективни благодарение на новите BI технологии и средства. Все по-малко ще се налага да се показват старомодни презентации и статични данни, все повече ще се провеждат свободни бизнес дискусии и ще се увеличава нивото на интерактивност при работата с бизнес данни.

8. Съвременна журналистика, базирана на интуитивно представени данни

Появата на Vox и създаването на сайтове като fivethirtyeight.com ще задават нови правила за интегрираното присъствие на данни в интернет пространството. Читателите все повече няма да са доволни да виждат просто текстове и снимков материал... Мобилните поколения очакват интерактивни графики и вирални истории, подкрепени от лесни за възприемане данни, независимо дали се отнася за модни тенденции, информирание за социални явления или наблюдаване на резултати от избори... Тази тенденция става все по-силна в онлайн пространството.

9. Мобилните аналитични средства – все по-добри

Служителите прекарват все по-малко време на бюрата си, все по-мобилни са хората в бизнеса... Това обаче не означава, че те могат да работят с нужните им данни само в офиса. На практика бизнес хората все повече се нуждаят от достъп до данните си навсякъде, където и да са. Възщност, мобилни BI приложения се разработват отдавна, обаче те най-сетне достигат друго ниво на зрялост, такова че мобилните служители могат да ги използват с удоволствие, бързо и ефективно. Фокусът вече е върху създаването на удобен и приятен за работа потребителски интерфейс.

10. Средствата за задълбочен бизнес анализ – достъпни не само за BI експерти

Напредъкът в графичното, интуитивно моделиране означава, че бизнес потребителите ще започнат да използват все по-често софтуер за проактивен анализ и прогнозиране, без да се налага да зависят от BI експерти или от ИТ отдела. Аналитичните продукти от типа self-service стават все по-добри, включват добре развити средства за анализ и базово прогнозиране, стават все по-лесни за използване. И по-сложните и тежки платформи вече ще имат вградени средства за self-service моделиране и за интуитивна обратна връзка, така че бизнес хората лесно да могат да оценяват потенциалния ефект от моделиране и симулация.

Изготвено по материали от [TechRadar](https://www.techradar.com)