

# UW BESLISSINGEN: SNELLER, HOGER, STERKER

De zakenwereld lijkt wel in een stroomversnelling te zitten en uw beslissingssystemen passen zich daarbij aan. Net als bij de Olympische Spelen gaan ook business intelligence-toepassingen hoger, sneller en sterker. **WILLIAM VISTERIN**

**Business intelligence (BI)** systemen filteren en analyseren bedrijfsdata om daarmee waardevolle informatie te kunnen presenteren. Dit teneinde bedrijven sterker en slimmer te maken. BI-toepassingen bestaan al langer, maar organisaties gaan veel hogere eisen aan BI stellen. En dat op diverse vlakken.

## 1. Sterker

Sommige hebben het over 'business intelligence' als verzamelterm, terwijl andere het eerder op analytics houden. Het staat vast dat de mogelijkheden en wapens om beslissingen te nemen rijker, sterker en breder worden. Van traditionele rapportering na de feiten gaat het steeds meer naar voorspellingen of realtime analyse. Of naar toepassingen voor planning of budgettering, die volgens **Kris Bernauw** van Eozen, dat BI-projecten begeleidt bij grotere bedrijven, ook steeds meer onder de BI-paraplu terechtkomen. "Business Intelligence heeft altijd al een brede invulling gehad. In wezen gaat het om toepassingen die ons helpen om knopen door te hakken", vertelt Bernauw "Maar de huidige technologie biedt ons vandaag de mogelijkheid om steeds meer te ontwikkelen."

Ook **Jeroen Van Godtsenhoven**, head of business development bij Sas Institute, ziet binnen bedrijven een sterker gebruik van analysetoepassingen, en spreekt van een verdere democratisering. "Wij zien binnen een jaar of vijf nog meer kenniswerkers die met de traditionele



business intelligence als rapportering aan de slag gaan. Maar anderzijds zie ik ook een intensiever gebruik van de mogelijkheden en toepassingen." In plaats van door de data heen te worstelen en na te gaan wat er precies is gebeurd, kunnen de toepassingen, mede gebaseerd op oude, eerder verzamelde data, anticiperen op wat er ons te wachten staat. "Met de mogelijkheid om nog een stapje verder te gaan en in te spelen op die voorspellingen", stelt Van Godtsenhoven. Hij haalt hierbij het voorbeeld van de reclamefolder met coupons van retailketen Colruyt aan. "Tot voor kort was dat een universele folder voor iedereen met dezelfde bonnetjes. Sinds kort is die gepersonaliseerd op basis van de voorspellingen van wat die bepaalde klant zou kopen. Waardoor je het als retailer meer kan sturen."

## 2. Sneller

Business intelligence en analytics worden niet alleen sterker, ze worden ook sneller. **Donald Farmer**, product advocate bij Qliktech, wijst op de trend van business discovery, ook wel data discovery genoemd, volgens onderzoeksbureau Gartner een van de snelst groeiende domeinen in BI. "Een traditioneel BI-project is uitgewerkt, gebouwd, uitgerold en beheerd door de IT-afdeling om vervolgens naar de business gebruikers te gaan", stelt hij. "Maar de huidige trend is meer en meer dat het initiatief bij de business afdelingen ligt. Dat heeft ook zijn invloed op de snelheid. "Een typisch BI-project neemt toch een week of 17 in beslag vooraleer je als beslissingsnemer enig resultaat merkt. Maar via de aanpak van business discovery, die wij zelf ook hanteren, kan het al op een week. Projecten beginnen bij aanvang op een kleinere schaal, maar kunnen flink uitgroeien."

**E**en andere trend die het nemen van snelle beslissingen bevestigt is de zogenaamde mobiele BI. "Zo is de opmars van BI-oplossingen voor mobiele toestellen een erg grote trend", meent Donald Farmer. "Het helpt managers om beslissingen te nemen terwijl ze onderweg zijn." Ook Kris Bernauw van Eozen ziet de opmars van de zogenaamde in memory-technologie als belangrijk element. "Op zich is het een technische kwestie, maar wel eentje die impact heeft op zakelijk vlak", benadrukt hij. Omdat het noodzakelijk is om over voortdurend geüpdatete rapporten te beschikken, werd BI al snel geconfronteerd met prestatieproblemen; de complexiteit van de meerdimensionale databases en de groei van de historiek van de data hielpen hierbij allerminst. De analysetechnologieën in memory bieden (het begin van) een antwoord op deze problematiek. Het concept bestaat uit het, op basis van compressietechnieken, direct stockeren van data in het intern geheugen. "Net zoals je iPad meteen opstart, is het ook belangrijk dat je onderweg ook effectief en snel toegang hebt tot je data onderweg", stelt Bernauw. "Dat principe van een iPad die vanuit het Flash-geheugen opstart, geldt ook voor een grote databank." Eens de databank in het geheugen is "ingebracht", kan de gebruiker er alle dimensies van onderzoeken en dit met heel snelle responstijden. Al benadrukt Bernauw de keuze waar bedrijven en gebruikers voor staan. "Voor een sales

manager komt zo'n mobiele BI-applicatie goed van pas. Ik ken bedrijven waar er bij managers al geen pc meer aan te pas komt. Maar andere BI-gebruikers zweren dan weer wel bij hun traditionele desktop pc met bijhorende BI-toepassingen. Er zijn nu eenmaal diverse manieren om je data te visualiseren."

## 3. Hoger (en breder)

De Olympische gedachte in het achterhoofd gaat het niet alleen sneller en sterker, maar ook hoger. "Wij merken dat analytics hoger zit in de beslissingshiërarchie in bedrijven. Onze contactpersonen zijn bijvoorbeeld vaak de zogenaamde C-levels over de departementen heen", stelt Jeroen Van Godtsenhoven van Sas Institute. "Je ziet een geïntegreerde impact van analytics over diverse domeinen heen, zoals financiën, marketing of riskmanagement. De som van zo'n geïntegreerde analyse is dan veel meer dan de afzonderlijke delen." Ondanks deze trend wil hij het operationele luik zeker niet onderschatten. "Want

daarnaast heb je, in de spreekwoordelijke kelder, nog altijd de noodzakelijke profielen die instaan voor de analyse en kwaliteit van de data. Ook dat is analytics.

Hoger, maar vooral ook breder, benadrukken anderen.

"BI was ooit enkel voorbehouden aan de 'strategische gebruikers'. Nu zien we ook gebruikers op andere niveaus toetreden", stelde BI-consultant **Rick Van der Lans** op een recente gebruikersconferentie van BI-leverancier Information Builders. "Veel systemen zijn gebouwd voor de managementtop, terwijl ook andere niveaus er toegang tot moeten kunnen hebben. En doordat zij andere vragen zijn gaan stellen en de beschikbare tijd voor beslissingen stelselmatig afneemt, zijn klassieke architecturen daarom vaak niet langer geschikt", vindt de consultant.

Uit onderzoek van Smart Business Strategies (zie kader) blijkt dat zowat 1 KMO op 5 in ons land BI gebruikt. Jarenlang leken toepassingen voor Business Intelligence (BI) en procesanalyse buiten het bereik van KMO's te liggen. Complexe en prijzige systemen waar hardware, software, licenties en speciale vaardigheden voor nodig waren, gingen hun budget en IT-personeel (als ze dat al hadden) vaak te boven. Nu leveranciers light-versies van hun producten aanbieden en met de opkomst van software as a service (SaaS) de toepassingen via internet worden aangeboden, is BI toegankelijk voor bedrijven die het zich voorheen misschien niet zouden hebben kunnen permitteren.

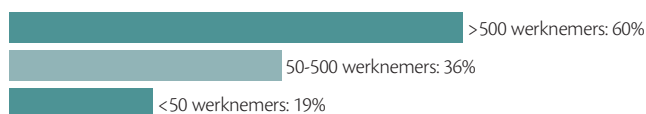
Helemaal in deze trend stelde aanbieder MicroStrategy onlangs een nieuwe en gratis service waarmee zowel de zakelijke- als privégebruiker zijn persoonlijke Excel-gegevens in de cloud kan opladen, analyseren, visualiseren en delen met anderen via het internet, en mobiel via de iPad. "Mensen zijn omringd door data en dit zowel in professionele als in de privé sfeer", merkt **Eelco Boonstra**, Benelux manager bij Microstrategy op. "Dergelijke toepassingen sluiten aan bij wat ze vandaag verwachten", meent hij. "Professionals die inzicht willen krijgen in hun business data en hun analyses aanschouwelijk willen maken, moesten tot vandaag ofwel een training volgen, ofwel de hulp inschakelen van hun IT-departement om met BI-software aan de slag te kunnen. Mensen verwachten dat ze zelf aan de slag kunnen."

Net zoals in meerdere domeinen speelt cloud computing dus ook hier een rol. AI staat de opmars van SaaS of BI in de cloud nog maar in de kinderschoenen. "BI in de cloud werkt eigenlijk alleen als je data zich daar ook effectief bevinden", merkt Donald Farmer van Qlikview op. "Bij veel bedrijven is dat nog lang niet het geval."

## Eén bedrijf op drie gebruikt business intelligence

Het gebruik van business intelligence software (BI) is redelijk ingeburgerd in het Belgische bedrijfsleven. Eén op drie gebruikt het. AI is het toch vooral een kwestie van grote bedrijven. Merk op dat bij veel bedrijven BI ook deel uitmaakt van het ERP- (of boekhoud)pakket en als geïntegreerd wordt aanzien.

### Gebruik business intelligence software volgens bedrijfsgrootte:



## 4. En ... bigger

Een belangrijke trend in het bedrijfsleven en IT, waar we ook in dit overzicht niet aan kunnen voorbijgaan, is die van 'big data', een verzamelterm van een enorme hoeveelheid ongestructureerde data die opgeslagen, beheerd en geanalyseerd moet worden. Of om het met een voorbeeld aan te duiden: een doorsnee bedrijf met minstens duizend werknemers beschikt vandaag gemiddeld over 200 terabytes aan opgeslagen digitale data, wat het dubbele is als wat retailgigant Wal-Mart zowat tien jaar geleden had bewaard. "Bedrijven die deze massa data doordacht ontginnen, verkrijgen een schat aan informatie. Want hoe groter de beschikbare hoeveelheid data, hoe beter je analyse kan zijn", stelt Jeroen Van Godtsenhoven van Sas Institute. Eelco Boonstra van Microstrategy leunt hierbij aan. "Data hebben een grote impact op de richting die bedrijven uitgaan. De CMO of marketingverantwoordelijke en de CIO zouden daarom wel eens de rising stars in bedrijven kunnen worden, omdat zij vanuit hun functie nauw bij data-analyse zijn betrokken."

Big data is overigens een trend waar het allemaal nog mee moet beginnen. Het McKinsey Global Institute publiceerde enkele maanden geleden zelf een Big Data rapport, waarin het voorspelt dat tegen 2018 de vraag naar mensen met een talent voor diepgaande analyse het aanbod met zowat de helft zal overstijgen. Ondernemingen creëren meer posities dan er gekwalificeerd personeel voor handen is. De oorzaak ligt in de evolutie van business intelligence software en de manier waarop data binnen organisaties worden gebruikt. Als we dat combineren met de forse aangroei van data weet u dat er ook voor uw bedrijf nog heel veel kansen en uitdagingen in het verschiet liggen. "En bovendien gaat het niet alleen om de interne data, maar ook om de gigantische toename van externe data via onder meer sociale media. Die kan als verlengstuk dienen van de eigen gegevens", merkt Eelco Boonstra op. "Al raad ik bedrijven toch altijd aan om de prioriteit bij die eigen data te leggen."