

Der Würfel kennt die Lösung

Aus Daten wird Wissen

Applix



Moderne Technologien erlauben es Unternehmen, ihre Daten so differenziert, komplex und ausgeklügelt zu analysieren und kontrollieren wie nie zuvor. Die Zeiten, in denen Informationen für Unternehmensentscheidungen in tagelangen, aufwendigen Prozeduren mühsam aufbereitet werden mussten, sind endgültig vorüber.

Heutzutage besitzen Analyselösungen das Potenzial, die Flexibilität und die Aussagekraft, einem Unternehmen in Echtzeit, das heißt innerhalb von Sekunden, Informationen über Geschäftsentwicklungen zu liefern. Darüber hinaus können Chancen und Risiken sowie Möglichkeiten zur Kundenbindung oder –gewinnung identifiziert werden.

Die effizienteste Methode zur Datenanalyse ist unter der Bezeichnung "On-line Analytical Processing (OLAP)" bekannt. Der Name ist Programm: Der Anwender kann online auf die Analysen zugreifen – entweder über das Intranet oder das Internet. Ausgefeilte Sicherheitskonzepte verhindern jeglichen Zugriff unautorisierter Personen.

Schnell und sicher

Der Begriff "Analyse von Unternehmensdaten" klingt zunächst schwerfällig und nach langwieriger Aufgabe. Er suggeriert die Vorstellung von Mitarbeiterscharen, die sich eifrig über ihre Schreibtische gebeugt in endlosen, akkurat geschriebenen Zahlenkolonnen ergehen und unergründliche Debatten über die Bedeutung der Ergebnisse führen.

Tatsächlich hat dieses Szenario jedoch nichts mit dem Zweck und den modernen Methoden von Business Intelligence zu tun. Analyse heißt heute, sichere Informationen und Entscheidungskriterien zu erhalten – zu jeder Zeit, an jedem Ort, sofort und aktuell. Dazu so detailliert und vielschichtig wie nötig, beispielsweise über die Kunden eines Unternehmens:

- Wer die Kunden sind
- Wo diese wohnen
- Welche Kanäle sie zur Kommunikation nutzen
- Was sie vom Unternehmen erwarten
- Was sie kaufen
- Wie profitabel die Kunden sind
- Welche speziellen Erwartungen diese haben



Über Applix iTM1

Basierend auf der multidimensionalen OLAP-Datenbank Applix iTM1 können Sie sich geschäftsrelevante Daten in den unterschiedlichsten Zusammenhängen und Perspektiven darstellen lassen. Informationen stehen Ihnen perfekt aufbereitet, top-aktuell und ortsunabhängig sofort zur Verfügung. Mit Applix iTM1 analysieren, steuern und planen Sie Ihren gesamten Geschäftsprozess in Echtzeit. „Was-wäre-wenn“-Szenarien spielen Sie in Sekundenschnelle durch.

- Welche Ereignisse im Privat-/Geschäftsleben des Kunden sich in kommerzieller Hinsicht auswirken
- In welcher Währung das Unternehmen mit seinen Kunden handelt
- Wie pünktlich diese Ihre Rechnungen zahlen
- Welche Umsätze die Kunden machen; über verschiedene Zeiträume hinweg betrachtet

Die Analyse der Geschäftsdaten bezieht sich natürlich nicht nur auf Kunden und deren Interaktionen mit dem Unternehmen. Sie umfasst jeglichen Aspekt der aktuellen und zukünftigen Geschäftsentwicklung; von Personalangelegenheiten über Umsätze bis hin zur Profitabilität. Allerdings ist die Betrachtung der Kundenbeziehungen besonders wichtig, denn Kunden beeinflussen maßgeblich das Geschäftsergebnis. Je besser man sich um den Kunden kümmert und seine Erwartungen erfüllt, desto positiver wirkt sich das auf den Unternehmenserfolg aus.

Würfelwelten liefern Wissen

Innovative Analyselösungen ermöglichen es, sämtliche Aspekte einer Kundenbeziehung in zahlreichen Dimensionen zu betrachten.

Diese Dimensionen wie z.B. Produkt, Vertriebsgebiet, Vertriebsmitarbeiter etc. sind die Parameter, welche die jeweilige Kundenbeziehung kennzeichnen. Ausgefeilte Modellierungstechniken erlauben, die einzelnen Dimensionen in Relation zueinander zu analysieren. Dabei können bis zu 16 Dimensionen gleichzeitig betrachtet werden. Allerdings beinhalten die meisten Analysewürfel, die so genannten Cubes, nur sechs bis acht Dimensionen. Diese einzelnen Würfel sind innerhalb der einzigartigen Multi-Cube-Umgebung miteinander verknüpft.



Multidimensionale Analysen sind auf den ersten Blick schwer zu verstehen und zu konzipieren, weil wir in einer dreidimensionalen Welt leben. OLAP-Analysen basieren jedoch auf leistungsfähigen Systemen, die mehrere Dimensionen gleichzeitig in ihren Speichern vorhalten, welche dann ebenfalls simultan analysiert bzw. miteinander verglichen werden können.

Ein Unternehmen kann multidimensionale Analysen einsetzen, um zum Beispiel den Zusammenhang zwischen dem Alter seiner Kunden und den Zeiträumen, in denen diese Unternehmensleistungen beanspruchen, festzustellen. Gleichzeitig können diese Informationen mit den Wohn- oder Geschäftssitzen abgeglichen sowie mit den eingesetzten Kommunikationsmedien und der Kundenprofitabilität in Beziehung gesetzt werden. Solche Analysen zeigen deutlich auf, in welchen Bereichen Profite erzielt werden, ob und wo Handlungsbedarf besteht und welche Chancen oder Risiken bislang unentdeckt blieben.

Kundenverhalten prognostizieren

Eine multidimensionale Analyse deckt lokale Abweichungen in der Profitabilität auf, die einem Unternehmen bisher nicht bekannt waren.

So könnte z.B. ein international agierender Getränkeanbieter feststellen, dass sein Umsatz jedes Jahr im Juli signifikant abnimmt. Führt er eine multidimensionale Analyse durch, kann er sich durch die Drill-Down-Funktionalität schrittweise die Daten der jeweils darunterliegenden Ebene anzeigen lassen. Er muss hierzu weder die Anwendung wechseln, noch mehrere Reports miteinander vergleichen oder gar Excel-Sheets miteinander verknüpfen. Er führt die komplette Analyse in seiner Anwenderoberfläche (z.B. Excel, Web....) durch einfache "Mausklicks" innerhalb von Sekunden durch.

Durch einen Klick auf das Feld des Umsatzwertes werden dem Anbieter automatisch die Umsätze der einzelnen Länder



Über Applix

Durch die Verknüpfung von CRM und Business Intelligence versorgt Applix die Geschäftsführung und die Fachabteilungen mit den e-Business-Lösungen und dem Know-how, die für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung notwendig sind.

Die CRM-Lösung Applix iEnterprise umfaßt Module für Vertrieb, Marketing, Kundenservice, HelpDesk, Call-Center sowie CRM-Analyse. Applix iTM1 dient zur Planung, Analyse und Budgetierung in allen Unternehmensbereichen.

angezeigt. Gleichzeitig kann er die Umsatzverteilung auf seine verschiedenen Produktlinien betrachten. Mit dem nächsten Drill-Down wird die betreffende Vertriebsregion bzw. das konkrete Produkt identifiziert.

Wenn er möchte, kann er sich auf diese Art und Weise auch noch anzeigen lassen, welcher Vertriebsmitarbeiter zuständig ist und wie hoch die Soll-/Ist-Abweichungen dieser Region sind. Grundsätzlich können alle definierten Dimensionen miteinander in Relation gesetzt und analysiert werden.

Durch weiteren Drill-Down könnte er herausfinden, dass der Umsatzrückgang auf eine ganz bestimmte Stadt und ein spezifisches alkoholisches Getränk zurückzuführen ist. Innerhalb kürzester Zeit hätte er so den Auslöser für den Umsatzrückgang identifiziert.

Nun wäre nur noch ein Telefonat mit dem regionalen Vertriebspartner nötig, um zu erfahren, dass während dieses Monats ein Fest stattfindet, das den Genuss von Alkohol verbietet. Somit könnten zukünftig die Marketingkampagnen entsprechend geplant und der Umsatz der nicht-alkoholischen Getränke ausgleichsweise gesteigert werden.

Der Schlüssel zur erfolgreichen Analyse

Fortschrittliche Technologie, die exakt auf die Erfordernisse der multidimensionalen Analyse abgestimmt ist, kann Einblicke in Geschäftsvorgänge eröffnen, die andernfalls gänzlich unmöglich bzw. nicht derart detailliert gewesen wären.

Eine Datenanalyse erfolgt immer vor dem Hintergrund konkreter Geschäftsvorgänge. Sie ist keinesfalls eine abstrakte, rein mathematische Spielerei ohne Bezug zum täglichen Bemühen um den Ausbau von Marktpositionen und Kundenbindungen.

Im Klartext: Durch die Identifizierung besonders profitabler Geschäftsbereiche,

Kunden, Zeiträume usw. erhalten Finanzabteilungen und Führungskräfte fundierte Informationen über die tatsächlichen Gegebenheiten in ihrem Marktumfeld - so detailliert wie nie zuvor. Dabei ist der Echtzeit-Aspekt von großer Bedeutung. Dadurch können die Verantwortlichen beispielsweise Einflüsse auf finanziell relevante Ereignisse wie neue Geschäftschancen, höhere Profitabilität aber auch Risiken viel schneller erkennen und in kürzester Zeit – sogar pro-aktiv – agieren.

Finanz- und Controllingabteilungen erhalten eine völlig neue Bedeutung: Aus einer zwar wichtigen, aber strikt im Backoffice angesiedelten Aufgabe entwickelt sich eine grundlegend neue Funktion. Die Ergebnisse einer hochentwickelten Business-Intelligence-Lösung werden zur Basis für Unternehmensentscheidungen und beeinflussen maßgeblich den Erfolgsprozess.

Innovative Datenanalyse bedeutet:

- Schnelle Interaktion aufgrund aktueller Daten (Echtzeit).
- Flexible Modellierung der Geschäftsstrukturen.
- Durch den Anwender generierte, personalisierte Reports.
- Eine Vielzahl an Schnittstellen (Web – Tabellen – Graphische Funktionen – WAP – Telefon usw.) zur Kommunikation mit Endkunden, um Informationen zu generieren.
- Die Fähigkeit, Informationen aus verschiedenen Datenquellen zusammenzuführen.
- Die Fähigkeit, „Was-wäre-wenn“-Szenarien zu erstellen und neu ermittelte Daten an die Datenquelle zurückzuspielen.



Applix GmbH

Boschetsrieder Str. 67
D-81379 München
Tel: +49 89 7485 890
Fax: +49 89 7485 8920
e-Mail: info@applix.de
www.applix.de

Applix (Schweiz) AG

Hagenholzstr. 81
CH-8050 Zürich
Tel: +41 43 299 6000
Fax: +41 43 299 6009
e-Mail: info@applix.ch
www.applix.ch

Neue Konzepte zur Analyse von Unternehmensdaten

- Heuristische Methode: Spezifische Analyse auf Basis von so genannten Schlüsselindikatoren für Leistungsfähigkeit (KPI – key performance indicators), die zum gesamten Geschäftsumfeld in Beziehung gesetzt werden.
- Web-fähige Datenbeschaffung und Berichterstattung.
- Kontinuierliche Planung und Fortschreibung (Rolling Plans).
- Arbeiten mit so genannten Communities (interne Kunden, externe Kunden, Vertriebskanäle, Klienten, Interessenten, OEM-Partner, Investoren usw.).

Neupositionierung von Finanz- und Controllingabteilungen

- Mitarbeiter in heutigen Finanzabteilungen übernehmen häufig auch die Verantwortlichkeit für IT-Belange. Damit zeigt sich deutlich die fortschreitende Ausrichtung auf automatisierte Prozesse sowie Datenerfassung und -bearbeitung für strategische Planung.
- Jegliche Veränderung des Marktes (Internet, neue Geschäftsfelder, neue Wettbewerber) wird sofort erkannt, und Businesspläne lassen sich exakt auf die aktuellen Gegebenheiten anpassen.
- Statt langwierig endlose Zahlenkolonnen zu durchsuchen und mühsam Erkenntnisse daraus abzuleiten, kann in kürzester Zeit auf fundierter Basis analysiert und geplant werden.
- Ortsunabhängige Arbeitsplätze mit Lese- und Schreibzugriff über das Internet (Remote Read/Write) erhöhen die Flexibilität.
- Budgetierung in Echtzeit ist nun Realität.

- Das Finanzmanagement wird zur treibenden Kraft in der Organisationspitze. Mit dem aus fundierten Analysen resultierenden Verständnis für Marktentwicklungen gewinnen Finanzdirektoren entscheidenden Einfluss auf strategische Planungen und Maßnahmen zur Maximierung des Unternehmenserfolgs.