



MIT „BIG DATA“ WETTBEWERBSVORTEILE ERZIELEN

Neue Analyseverfahren eröffnen
neue Geschäftschancen

Mit dem anhaltenden Anwachsen der Datenmenge und dem Aufkommen neuer Datenquellen mit hoher Granularität können Unternehmen heute Geschäftschancen nutzen, die ihnen früher entgangen sind. Neu entwickelte Plattformen (Infrastruktur) und Tools (Analyse) bringen ihrerseits neue Geschäftsanwendungen hervor.

Die neuen Plattformen ermöglichen die Analyse enormer Datenmengen mit bedarfsabhängiger Verarbeitungsleistung. So können kontinuierlich nutzbare Erkenntnisse aus den gewaltigen Datenmengen extrahiert werden. Sie ermöglichen darüber hinaus die nahtlose, standortunabhängige Integration dieser nutzbaren Erkenntnisse in die Arbeitsumgebung des Anwenders.

Zu den drei zentralen Anforderungen an „Big-Data“-fähige Plattformen gehören:

- Lineare Skalierbarkeit für die Analyse großer Datensätze (von Tera- bis hin zu Petabyte). Dies ist von entscheidender Bedeutung, da die meisten Big-Data-Initiativen in kleinem Maßstab beginnen und dann, sobald sie in den geschäftlichen Alltag übernommen werden, rasant anwachsen.
- Datenzugriff mit geringer Latenzzeit. Viele Geschäftschancen sind von kurzer Dauer – das bedeutet, dass der größte finanzielle Nutzen denjenigen Unternehmen zukommt, die die in der gewaltigen Datenmenge verborgenen Gelegenheiten am schnellsten ergreifen.
- In die Datenbank integrierte Analyse. Die Integration der Analysefunktionen in dieselbe Umgebung wie das Data Warehouse und die Business Intelligence verleihen dem Analyselebenszyklus zusätzliche Dynamik und ermöglichen es den Anwendern, die Ergebnisse in konkrete Handlungen umzusetzen bzw. schneller entsprechend zu reagieren.

Die Analysearten, die auf dieser neuen Plattform durchgeführt werden können, ermöglichen es Unternehmen, den Analyseprozess erheblich zu beschleunigen. Sie erleichtern die Rückintegration der Analyseergebnisse in die Data-Warehouse- und Business-Intelligence-Umgebung. Dabei eröffnen sich den Unternehmen weitere ganz neue Geschäftschancen.

LINEARE SKALIERBARKEIT ERMÖGLICHT ANALYSE GEWALTIGER DATENMENGEN

Die Unternehmen müssen sich nicht mehr länger nach den Einschränkungen der Daten richten. Durch die Nutzung aller Aspekte der Daten ergeben sich ganz neue Möglichkeiten für Analysen und Dateninnovationen.

- Führen Sie mehrdimensionale Analysen bis zum „n-ten“ Grad durch. Damit sind die geschäftlichen Analysen nicht mehr auf drei oder vier Dimensionen beschränkt. Stattdessen können nun Hunderte, wenn nicht gar Tausende von Dimensionen betrachtet werden. Dadurch lässt sich die geschäftliche Performance genau eingrenzen und optimieren. Dieser hohe Grad mehrdimensionaler Analysen ermöglicht es dem Unternehmen, die Geschäftstreiber nach geografischer Lage (z. B. Stadt oder Postleitzahl), Produkt (z. B. Artikelposition oder Nummerncode), Hersteller, Werbeaktion, Preis, Uhrzeit, Wochentag usw. zu unterscheiden.
- Bewältigen Sie zwei zentrale Herausforderungen ortsbezogener Analysen: erstens die Ermittlung von Geschäftstreibern auf lokaler oder einer anderen speziellen Ebene; zweitens die Unterstützung der Anwender beim Ausfindigmachen einer ausreichenden Menge dieser lokalen Geschäftstreiber, damit das gesamte Unternehmen davon profitieren kann.

DATENZUGRIFF MIT GERINGER LATENZZEIT FÜR SCHNELLERE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Reduzieren Sie die Zeit zwischen Datenereignis und Datenverfügbarkeit, und lassen Sie die Quasi-Echtzeitanalyse betrieblicher Prozesse Wirklichkeit werden:

- Nutzen Sie kontinuierliche Daten-Feeds (wie Trickle Feeds) für betriebliche Analysen mit geringer Latenzzeit. Die Zeit zwischen einem geschäftlichen Ereignis (wie einem Wertpapiergeschäft) und einer Kauf- oder Verkaufsentscheidung wird drastisch verringert.
- Ermöglichen Sie In-Flight-Entscheidungen. So kann z. B. der Manager einer laufenden Onlinekampagne das Budget umverteilen, wenn er bei den Websites und Suchbegriffkombinationen zwischen der besten Performance und der besten Umsetzungsrate wählen muss. Der Manager muss nicht länger mehrere Wochen auf die Analyse warten – bis zu einem Zeitpunkt, zu dem die Kampagne ohnehin bereits abgeschlossen ist.

IN DIE DATENBANK INTEGRIERTE ANALYSE FÜHRT ZUR ENTWICKLUNG NEUER ANWENDUNGEN

Die Möglichkeit, gewaltige Datenmengen mit hoher Granularität mit in die Datenbank integrierten Analyseverfahren zu untersuchen, ebnet den Weg für eine völlig neue Generation von Geschäftsanwendungen. Mögliche Anwendungsgebiete:

- **Multi-Channel-Zuordnungsanalysen** zur Rückverfolgung eines Verkaufs über mehrere Vertriebskanäle hinweg. Dies kann besonders für Onlinemarketingexperten interessant sein, die feststellen möchten, welche Werbebanner, Websites und Schlüsselwortsuchen zu einer Konvertierung geführt haben.
- **Kundenloyalitätsanalysen** zur Ermittlung der Wahrscheinlichkeit, mit der Kunden zu einem anderen Anbieter wechseln. Berücksichtigt werden Faktoren wie Nutzungsaktivität, Support-Anfragen, Zahlungsmuster und der Einfluss des sozialen Umfelds.
- **Produktwartungsanwendungen**, mit denen auf Grundlage von Informationen zur Produktverwendung (hierbei besonders Informationen, die durch moderne, integrierte Datengeräte übermittelt werden), Wartungsprotokollen und Erfahrungswerten zur Produkt-Performance Gerätefehler prognostiziert werden können.
- **Anwendungen für klinische Studien**, die auf Basis früherer klinischer Studien unterschiedliche Ergebnisse bei der Verabreichung bestimmter Medikationen modellieren. Diese Anwendungen ermöglichen es, die Wirksamkeit bestimmter Behandlungen nachzuvollziehen und katastrophale Wechselwirkungen mit anderen Medikamenten zu verhindern.
- **Anwendungen zum Ertragsmanagement, zum Management von Preissenkungen und zur Preisoptimierung**, die zeitabhängige Modelle erstellen. Diese sind hilfreich bei der Entscheidung, wann und in welcher Höhe die Preise für Gebrauchsgüter, deren Wert zu einem bestimmten Zeitpunkt auf Null sinkt, in der jeweiligen Angebots-/Nachfragesituation erhöht oder gesenkt werden sollten. Dazu gehören z. B. verderbliche Waren, Sitzplatzreservierungen im Flugzeug, Hotelzimmer, Modeartikel und Tickets für Sportveranstaltungen.

ZUSAMMENFASSUNG

Diese neue Architektur bringt völlig neue Analysemöglichkeiten mit sich. Dank bedarfsabhängiger Verarbeitungsleistung, Datenzugriff mit geringer Latenzzeit und enger Integration von Data Warehouse und Analyseumgebung sowie der Fähigkeit zur Nutzung granularer Datensätze können Unternehmen Lösungsansätze für geschäftliche Probleme entwickeln, denen sie früher nichts entgegenzusetzen hatten. Darüber hinaus profitieren die Geschäftsabteilungen von den neuen konkreten Erkenntnissen, die diese neuen Analysemöglichkeiten bieten.

EMC CONSULTING

Als Teil der EMC Corporation, des weltweit führenden Entwicklers und Anbieters von Technologien und Lösungen für Informationsinfrastrukturen, bietet EMC Consulting das strategische und technologische Know-how, mit dem Unternehmen das Potenzial ihrer Informationen maximal ausschöpfen können. Dank umfangreichem Expertenwissen über geschäftliche Abläufe, Anwendungen und Infrastrukturen internationaler Unternehmen sowie fundierter Branchenkenntnisse gehört EMC Consulting zu einem der führenden Unternehmen, die revolutionäre Denkansätze entwickeln. EMC Consulting unterstützt Kunden bei der Umsetzung ihrer Ziele in einer informationsbasierten Wirtschaft. Zur Umwandlung von Informationen in praktisch nutzbare Strategien und greifbare Geschäftsergebnisse treibt EMC Consulting die Umsetzung bei seinen Kunden (darunter über die Hälfte der Global Fortune 500-Unternehmen) voran.

KONTAKT

Informationen über die Produkte, Services und Lösungen von EMC und deren Vorteile für Ihr Unternehmen erhalten Sie bei Ihrem EMC Vertriebsmitarbeiter, autorisierten Händler oder auf unserer Website www.emc2.de.

EMC², EMC und das EMC Logo sind eingetragene Marken oder Marken der EMC Corporation in den USA und anderen Ländern. Alle anderen in diesem Dokument erwähnten Marken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Copyright 2011 EMC Corporation. Alle Rechte vorbehalten. Veröffentlicht in den USA. 05/11 EMC Perspective H8729