

یک تعریف ساده و سراسر از هوش تجاری

هوش تجاری، Business Intelligence یا به اختصار BI یک فرآیند تکنولوژی محور برای تحلیل داده هاست. این فرآیند در نهایت به مدیران، صاحبان کسب و کار و تمام تصمیم گیرنده‌های اساسی یک کسب و کار، اطلاعاتی عملی می‌دهد. ابزارهای BI برای آنالیز و تحلیل داده‌ها به صورت‌های مختلفی ارائه می‌شود؛ مثلاً گزارش، داشبورد، چارت، نقشه، گراف و تمام ابزارهایی که بتوانند اطلاعات و داده‌های خام را در قالب‌های بصری و قابل استفاده به نمایش درآورند.

در حقیقت هوش تجاری به شما به عنوان یک مدیر کمک می‌کند، بفهمید که چه عواملی در موفقیت یا شکست پروژه‌هایتان موثر است. همین باعث می‌شود که بتوانید بفهمید چه عواملی سود بیشتر برای شما رقم می‌زنند و چه عواملی سود کمتری برای شما به همراه دارند.

هوش تجاری در یک نگاه کلی



BI طیف گسترده‌ای از ابزار، اپلیکیشن و متدلوژی را شامل می‌شود که به یک سازمان کمک می‌کند که بتواند اطلاعات (Data) را از سیستم داخلی و منابع خارجی شرکت جمع‌آوری کند و آنها را برای تحلیل آماده کند. از مجموع این اطلاعات در نهایت یک گزارش تهیه می‌شود که به مدیر و تصمیم‌گیرنده نهایی سازمان تحویل داده می‌شود. اجازه بدهید با یک مثال این لقمه قلمبه سلنبه را برایتان به راحت الحلقوم تبدیل کنم.

یک مثال روشن و واضح از کاربرد هوش تجاری

فرض کنید شما یک فروشگاه بزرگ اینترنتی دارید و محصولات زیادی برای فروش. قطعاً ذهن هیچ مدیری یارای نگهداری تمام اعداد و ارقام مربوط به خرید و فروش را ندارد و البته که واقعا نیاز به حفظ تمام این اعداد و ارقام نیست. در فرآیند پیاده سازی هوش تجاری طبق یک عملیات پیچیده همه داده‌های سازمان در یک دیتابیس (Data Base) جمع می‌شود (اینکه اطلاعات روزانه جمع‌آوری شود یا ماهانه یا هفتگی دست خودتان است). در حقیقت این دستابیس حاوی تمام اطلاعات شرکت و تک تک فروش‌ها و خریدهای انجام شده توسط سازمان است.

در اصطلاح تخصصی به این دیتابیس، انبار داده یا data warehouse می‌گویند. این نقطه شروع و صفر مرزی پروژه‌های هوش تجاری است. اطلاعاتی که در انبار داده جمع‌آوری می‌شوند، چند بعد مهم (Dimension) دارند که عبارتند از:

1. مکان: یا لوکیشن کاربران. فرض کنید هر کالا توسط یک نفر خریداری می‌شود که این شخص در یک استان، شهر و منطقه به خصوصی زندگی می‌کند. پس یکی از ابعاد مهم داده‌های شما متغیر مکان است.
 2. زمان: علاوه بر تمام اینها هر فروش یک پارامتر زمان دارد، شما حساب کنید روزی حداقل 10 هزار تا از این فروش و فروش‌های دیگر به انبار داده اضافه می‌شوند.
- حالا تصور کنید قرار است در یک جلسه استراتژی‌های کلان (یا حتی غیر کلان و در مقیاس کوچک‌تر) برگزار شود و مدیران و تصمیم‌گیرندگان نهایی بخواهند یک تصمیم اساسی بگیرند؛ مثلاً اینکه آیا استراتژی درستی است که برای صرفه جویی در هزینه‌ها اجناسی که از تامین‌کننده‌ها خریداری می‌شوند در انبارهای در دست احداث نگه داری شوند یا نه.

دقیقا از همین قسمت هوش تجاری وارد عمل می‌شود؛ مثلا در این مثالی که زدیم، مدیر یا گروه مدیریت به راحتی از روی اطلاعات خلاصه سازی شده یا اصطلاحا Summarized Data می‌تواند بفهمد که چه کالاها یا گروه کالاها توسط کدام افرادی در چه شهرها و مناطقی بیشتر فروش می‌رود و یا در چه زمانی (فصل، سال، روز) کدام کالا یا گروه کالایی بیشتر فروخته می‌شود.

حالا بر این اساس آیا آن استراتژی که مثال زدیم واقعا به صرفه‌جویی در هزینه‌ها کمک می‌کند یا بدتر باعث ایجاد هزینه اضافه می‌شود؟ مثلا اگر متوجه بشویم که کالای X در منطقه Y تهران فروش بالایی دارد، آیا تصمیم اینکه انبار کالای X را در منطقه Y احداث کند، باعث کاهش هزینه‌های نگهداری و رساندن (delivery) محصول می‌شود یا نه؟



تصور کنید که مدیر قصه ما به انبار داده دسترسی نداشت

اگر مدیر ما به Data warehouse دسترسی نداشت و خلاصه مجموع تعداد فروش، جمع عدد ریالی فروش به ازای هر کالا در زمان و مکان به خصوص را نداشت، باید تمام داده‌های چند سال را باید بررسی می‌کرد و تمام این محاسبات را به صورت دستی انجام می‌داد، سپس تمام این داده‌ها را مقایسه می‌کرد. به فرض که عمر نوح داشت و فرصت می‌کرد اینکار را انجام دهد، قطعاً تمام محاسبات او ضریب خطای بالایی داشتند. و اما در ادامه برای اینکه کامل‌ترین هوش تجاری را بفهمید، می‌خواهم آنرا با تحلیل‌گر کسب و کار (BA) چیست؟

فاصله یک حرف ساده است بین BI و BA

دقیقاً فاصله یک حرف ساده است بین BA و BI، اما فهمیدن تفاوت این دو کلمه به درک شما از BI کمک زیادی می‌کند.

هوش تجاری با نام دیگری به نام Descriptive Analytics هم شناخته می‌شود. کارشناسان هوش تجاری داده‌های گذشته و زمان حال شرکت یا سازمان را تحلیل می‌کنند. در حقیقت یک متخصص هوش تجاری قرار نیست به کسب و کار شما بگوید که چکار کنید. تنها چیزی که می‌گوید این است که اوضاع کسب و کار شما در گذشته چگونه بوده و الان چگونه است.

در مقایسه با تعریف BI می‌توانید BA را قرار دهیم.

BA مخفف عبارت Business Analytics است. از ابزارهای تحلیل داده کمک می‌گیرد تا بتواند پیش‌بینی کند که چه اتفاقی برای آینده کسب و کار می‌افتد. در حقیقت BI بیشتر به یک فرآیند اشاره می‌کند که داده‌ها را برای ما فراهم می‌کند. اما BA بیشتر به یک شخص اشاره می‌کند که بر مبنای این اطلاعات راه‌حل برای بیزینس پیدا می‌کند. در حقیقت می‌توانیم اینطور بگوییم که BA یکی از اجزای فرآیند BI حساب می‌شود. به نظر می‌رسد که حالا تا حدودی با کلیت هوش تجاری آشنا شده‌اید. اما BI دقیقاً چه فوایدی برای کسب و کار شما دارد؟

5 فایده مهم هوش تجاری برای کسب و کار شما

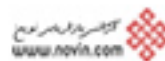
در ادامه می‌خواهیم ببینیم که هوش تجاری چه فوایدی برای کسب و کار شما دارد و به همین بهانه با جنبه‌های متنوع هوش تجاری آشنا شویم.

1- به راحتی می‌توانید گزارشات سریع تهیه کنید

هر شرکت یا کسب و کاری بخش‌ها و دپارتمان‌های متفاوتی دارد. اطلاعات بخش‌های مختلف در فرمت‌های مختلف پخش شده‌اند. بیشتر تلاش‌هایی که برای جمع‌آوری اطلاعات انجام می‌شود، باید این اطلاعات را مرتب کند و به فرمتی تبدیل کند که بتوان آنها را تحلیل و بررسی کرد. با استفاده از ابزارهای پیشرفته هوش تجاری در کمترین زمان ممکن می‌تواند یک گزارش کامل و خوانا از هر کدام از بخش‌های شرکت داشته باشید.

به عنوان یک مدیر یا صاحب کسب و کار، این برای شما کاملاً حیاتی است که بدانید که دیتاهای شرکت شما به شما چه می‌گویند. البته واضح است که اطلاعات معادل هوش نیست. این مخصوص به زمانی است فوق‌العاده کاربرد دارد که شرکت شما بخش‌های مختلف دارد و اطلاعات بخش‌های مختلف چندان به هم مرتبط نیستند و شما برای تصمیم‌گیری به این اطلاعات نیاز دارید.

گزارشم 10 ساعت زودتر از موعد
آماده شد. این است قدرت ما!!!!!!



طراحی بر اساس کاراکترهای Ketnipz

2- به تصمیمات سریع و هوشمندانه شما کمک می کند

بگذارید اینطور برایتان بگویم، تمام درآمد و سود شرکت مستقیماً به تصمیمات استراتژیک مربوط می شود. شاید برایتان جالب باشد بدانید که مدت زمان تقریبی برای تهیه یک گزارش IT چیزی حدود دو روز است. در جهان پر سرعت معاصر، داده ها مدام در حال تغییر و نوسان هستند. در طول دو روز داده ها تغییرات زیادی می کنند. در حقیقت مدیران و استراتژیست های شرکت نیاز دارند که به اطلاعات به روز (آپدیت) دسترسی داشته باشند تا بتوانند به سرعت تصمیم بگیرند و جایگاه خود را در بازار از دست ندهند.

این اعداد و ارقام اصلا چیز کمی نیستند، دقیقا به کمک همین اعداد و ارقام است که می‌توانید راه‌حل‌های درست و درآمدزا برای کسب و کار خود پیدا کنید.

هدف نهایی یک کارشناس BI این است که اطلاعات شرکت شما را به یک تجزیه تحلیل ساختارمند تبدیل کند. به بیانی دیگر یک کارشناس واقعی هوش تجاری که می‌تواند به تصمیمات استراتژیک و سریع شرکت کمک کند.

هوش تجاری با اطلاعات به روزی که در اختیار مدیران قرار می‌دهد کمک می‌کند که وضعیت مالی شرکت به سمت مثبت حرکت کنید و تصمیمات درست گرفته شود.



طراحی بر اساس کاراکترهای Ketnipz

-3 بهره‌وری شرکت شما را زیاد می‌کند

هوش تجاری این قابلیت را دارد که راهکارهای نادرست را مشخص کند، وضع کنونی شرکت را به دقت مشخص کند و در ادامه مشخص کند که روزانه چه کارهایی باید انجام شود، اولویت‌های شرکت چیست و هرکس چه کاری باید انجام دهد. در حقیقت قرار است ببیند که در کدام بخش‌ها ضعف وجود دارد، کدام بخش‌ها باید پیشرفت کنند و به امکانات جدیدتری مجهز شوند.

شاید برایتان جالب باشد بدانید بر اساس آمار سال 2000 سایت CIO شرکت تویوتا با استفاده از ابزارهای هوش تجاری توانست بفهمد که در فرآیند توزیع و تحویل کالا نیمی از هزینه بیش از آنچه چیزی است که باید باشد و با تغییر استراتژی این هزینه را 50٪ کاهش داد.

با پیاده‌سازی هوش تجاری هزینه‌های حمل و نقل خود
را به شدت کاهش داده و این اسکلت ارزان را برای ایاب
و ذهاب کارمندان در نظر گرفتیم



کونسول در ایران
www.novin.com

طراحی بر اساس کاراکترهای Ketnipz

4- سرعت بخشیدن به بازگشت سرمایه

اوج تمام خواسته‌های یک شرکت و تمام چیزهایی که در بالا گفتیم می‌تواند در "رشد سریع برای بازگشت سرمایه" خلاصه شود. بدون بینش درست و دیسپلین مشخص، یا در در دام روش‌های نخ‌نما و قدیمی می‌افتید یا به حدس و گمانه‌زنی در مورد رفتارهای کاربران و چیزهایی از این قبیل می‌افتید. این‌ها مهم‌ترین آفت‌های کسب و کار شما هستند و دقیقاً همان چیزهایی هستند که باعث شکست کسب و کار شما و بسیاری دیگر مانند شما می‌شوند. همانطور که قبلاً هم اشاره کردیم، هر شرکت یک سیستم است که تمام بخش‌های آن به نوعی با هم مرتبط هستند و نمی‌شود که برای هر بخش آن یک استراتژی جداگانه ریخت و به بقیه بخش‌ها کاری نداشت. تمام تلاش هوش

تجاری این است که اطلاعاتی ارائه دهد که اگر چه برای هر بخش به طور جداگانه موجود است، اما بتواند یک کلیتی به ما بدهد که بر مبنای آن تصمیم‌گیری کرد، استراتژی چید و برنامه عملی ریخت.

دقیقا به همین دلیل است که BI می‌تواند به روشنی به شما کمک کند که کمپین‌های خود را برنامه‌ریزی کنید و هر چیزی را که لازم است تغییر دهید، تغییر دهید پیش از آنکه واقعا دیر شود و در کمترین زمان ممکن سرمایه شما را به شما باز می‌گرداند.

انقدر تند سرمایه‌ام داره برمی‌گرده که دارم
بهش شک می‌کنم



5- کاهش هزینه‌های نیروی انسانی

با رشد و پیشرفت جهان امروز ما، مهم‌ترین نیازی که جهان کسب و کار از هر زمان دیگری بیشتر به آن نیاز دارد، نیاز به تجزیه تحلیل داده‌ها و اطلاعات است. از طرف دیگر خود این داده‌ها روز به روز پیچیده‌تر و چند بعدی‌تر می‌شوند، چراکه شرکت‌ها و کسب و کارها مدام در حرکت به سوی گسترده‌شدن و توسعه حرکت می‌کنند. پس به موازات این حرکت نیاز به نیروهای انسانی متخصص برای تحلیل داده‌ها و تهیه گزارشات هم از هر زمان دیگری بیشتر می‌شود. اگر بخواهید از روش‌های سنتی استفاده کنید باید تعداد زیادی نیرو استخدام کنید، مدام گزارش بخواهید و مدام کسی باشد که این گزارشات را چک کند، اما یک متخصص هوش تجاری تمام اینکارها را انجام می‌دهد و در سریع‌ترین زمان ممکن گزارشات مورد نیاز شما را تهیه می‌کند. به عبارتی دیگر در وقت، زمان و هزینه شما به شدت صرفه‌جویی می‌کند.

تنها شغلی که این کره زمین بهش نیاز داره، هوش
تجاریه! چند وقته از عملکرد خودش راضی نیست



آگوستینو دالماسترو
www.novin.com

در ادامه به دو بعد مهم فرآیند هوش تجاری اشاره می‌کنم.

دو بعد مهم هوش تجاری

و حالا در نهایت برای پیاده سازی موفق یک سامانه یا پروژه هوش تجاری دو پارامتر مهم وجود دارد؛

1- بعد فنی و تکنیکال

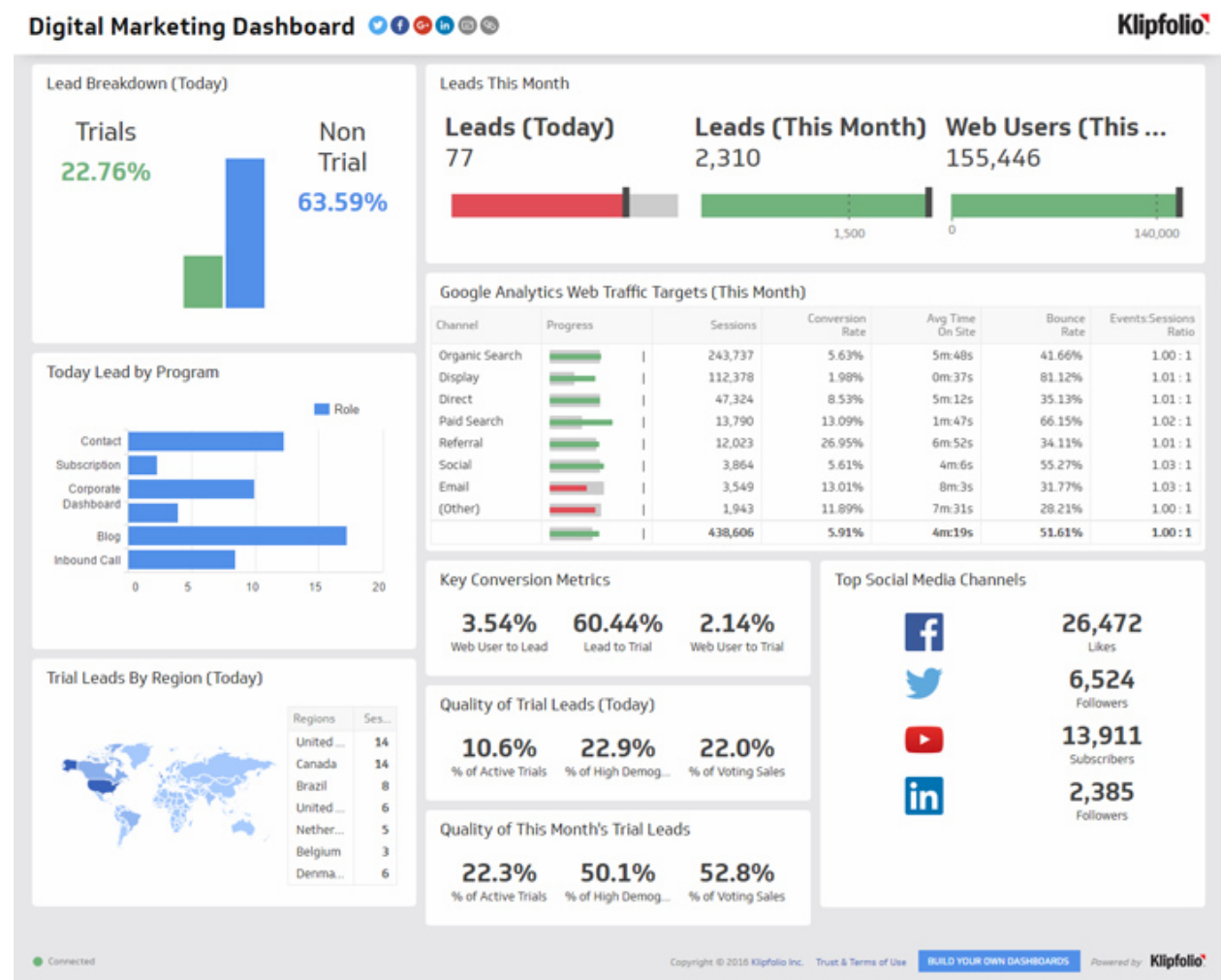
اساس بعد فنی یا تکنیکال به بخش ساخت انبار داده و عملیات مربوط به دیتابیس، انتقال داده، ابزارهای داشبوردساز و مکعب های اطلاعاتی یا Cube مربوط می شود. (در مورد این مکعب های اطلاعاتی در مقالات آینده به تفصیل صحبت خواهیم کرد)

این اولین، مهم ترین و در عین حال ساده ترین بخش هوش تجاری است. اگر بخواهم به زبان ساده این مرحله را تشریح کنم، باید بگویم که این بخش سه مرحله اصلی دارد:

1. شناخت: در مرحله اول شما باید یک تحلیل جامع از کسب و کار داشته باشید، وضعیت موجود را بسنجید و بخش های مختلف آن را شناسایی کنید.
2. طراحی انبار داده: در این مرحله بر اساس اطلاعاتی که در مرحله قبل بدست آوردید، باید یک انبار داده یا Data Warehouse بسازید.
3. تهیه گزارش: در آخرین مرحله این بخش که تهیه گزارش است، شما بر اساس انبار داده های خود گزارش تهیه می کنید و اطلاعات خام را به اطلاعات قابل فهم تبدیل می کنید. مثلا وقتی یک خرید اینترنتی انجام می شود، در دیتابیس اطلاعاتی نظیر تاریخ، ساعت، شناسه مشتری، کالای خریداری شده، تامین کننده کالا، تعداد و قیمت خرید و فروش و این قبیل اطلاعات باید در سیستم ثبت شود. در نهایت از این دیتابیس داشبوردهای مدیریتی و خلاصه شده ساخته می شود؛ مثلا اینکه امروز، این هفته یا این ماه چقدر سود داشتیم، مقدار این سود نسبت به سال قبل چقدر تغییر داشته، از ماه قبل تا این ماه چند مشتری جدید اضافه شدند و....

2- بعد فرهنگی هوش تجاری

بعد فرهنگی هوش تجاری به آنالیز درست نیازمندی‌ها، فرهنگ استفاده و تفکر مربوط می‌شود. در حقیقت در این بخش تصمیم‌گیری بر مبنای واقعیت‌های موجود (داده‌ها) انجام می‌شود. این مرحله به زیرساخت‌های رفتاری اساسی نیاز است که متاسفانه بیشتر موارد آن در ایران وجود ندارد. برای اینکه این بخش به خوبی انجام شود به نقد و تغییر پذیری مداوم، انعطاف سازمانی بالا و اینرسی (مقاومت) سازمانی پایین در قبال تغییرات لازم است. برای اینکه با این داشبوردها و گزارشات آشنا شوید، یک تصویر برایتان می‌آورم که ببینید چگونه یک گزارش خوب هوش تجاری در کمتر از یک دقیقه می‌تواند مهم‌ترین اطلاعاتی که یک مدیر لازم دارد را به او بدهد.



و حالا آیا به قول میلاد "وقت ان نرسیده که ایمان بیاوریم با آغاز فصل داده؟"

در پایان

و در نهایت باید بگوییم که جهان و جهانیان روز به روز هوشمندتر می شوند و اگر شما با این جریان جهانی حرکت نکنید بدجوری عقب می افتید. لازم است که به روز باشید و از سیستم های سنتی خود هر چه سریع تر فاصله بگیرید. کمی بی رحمی در این قسمت اصلا ایرادی ندارد، هر روش و سیستمی که جواب نمی دهد باید به سرعت عوض شود و سیستم به روزتر و هوشمندتر.

و در نهایت باز هم از میلاد محمدی (مشاور ارشد هوش تجاری فروشگاه اتکا) بابت کمک و همراهیش به من در نوشتن این مقاله تشکر می کنم و امیدوارم هرچه سریع تر خودش وارد عمل شود و تخصصی تر و کامل تر برایمان بنویسد.