

۱۰ رویکرد هوشمندی کسب و کار در سال ۲۰۱۶



سال ۲۰۱۵، سالی پر از تغییرات مهم و ارزشمند در دنیای هوشمندی کسب و کار بود. اکثر سازمان ها داده های خود را در اختیار کارمندان شان قرار دادند و خیلی از افراد، داده را، ابزاری مهم برای انجام کارهای شان شناختند. قاعده و قانون هوشمندی کسب و کار در حال تغییر است و حتی منجر به تغییر فرهنگ سازمانی شده است. این تغییر فقط ناشی از تغییرات سریع تکنولوژی نیست بلکه حاصل از تکنیک هایی است که از داده ها ارزش خلق می کند.

رویکردهای هوشمندی کسب و کار در یال ۲۰۱۶ چه مواردی پیش بینی می شود؟

۱- حاکمیت و تجزیه و تحلیل سلف سرویس در کنار یکدیگر خواهند بود.



اکثر مردم اینگونه می پندارند که این دو با هم دشمن هستند. شاید به این خاطر اینگونه فکر می کنیم که وقتی حاکمیت و تجزیه و تحلیل سلف سرویس با یکدیگر صمیمی شدند تعجب کردند. جنگ پایان یافته است و شکاف فرهنگی بین کسب و کار و تکنولوژی از بین رفته است. سازمان ها فهمیده اند که حاکمیت داده وقتی که درست انجام شود، می تواند به ماهیت تجزیه و تحلیل کمک کند و نیازهای کسب و کار را بفهمد. مردم زمانی که منابع داده متمرکز، تمیز و سریع داشته باشند، یا زمانی که می دانند کسی - IT - مراقب امنیت و عملکرد آنهاست، بیشتر تمایل دارند تا در آنها کاوش کنند.

۲- تجزیه و تحلیل تصویری به زبان مشترک تبدیل می شود.



داده در رسانه و رسانه های اجتماعی، موجب تغییر در مکالمه ها شده است. افراد داده های خود را به تصویر می کشند تا سوال برایشان ایجاد شود یا دیدشان باز شود و مطالب خود را با متخصصین یا غیر متخصصین داده به اشتراک بگذارند. هرچه استفاده از داده رشد پیدا می کند، افراد بیشتری با سوالات حرفه ای و شخصی به سراغ داده می روند و کارفرمایان به دنبال افرادی می گردند که به کمک داده، تفکر منتقدانه دارند. تجزیه و تحلیل تصویری مانند یک زبان مشترک مورد استفاده قرار می گیرد و به افراد در داشتن بینشی عمیق، همکاری های معنا دار و گردآوری یک جامعه حول داده کمک می کند.

۳- یکپارچه سازی داده هیجان انگیز می شود.



امروزه اکثر شرکت ها از تجزیه و تحلیل های سریع بهره می گیرند. آن ها دوست دارند که داده های درست را به آدم درست خیلی سریع تحول دهند. این چالش کوچکی نیست، زیرا داده ها در جاهای مختلفی وجود دارند. در میان منابع داده

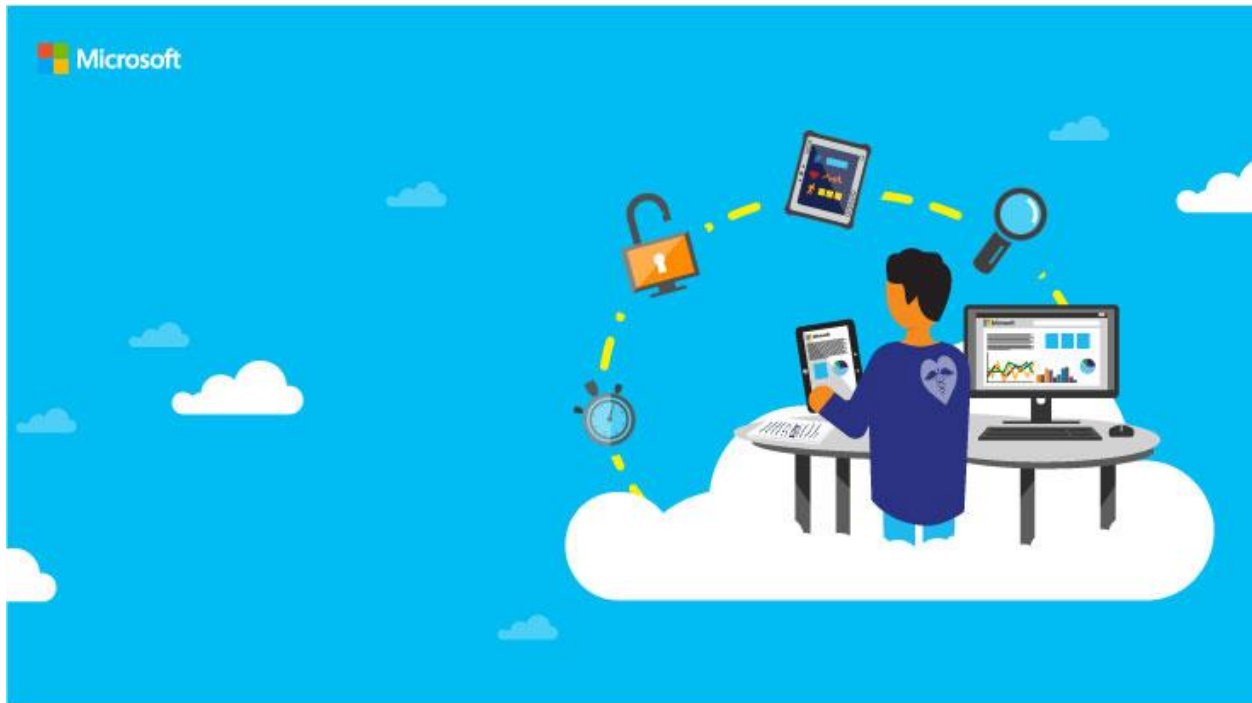
جا به جا شدن، کاری خسته کننده و غیر ممکن است. در سال ۲۰۱۶، شاهد حضور یکپارچه کننده های داده خواهیم بود. با پیچیده تر شدن ابزار های یکپارچه سازی و همچنین افزایش منابع ایجاد داده، سازمان ها از جمع آوری بایت به بایت داده ها در یکجا دست بر می دارند. کاوشگران داده به هر مجموعه ای از داده وصل می شوند و آنها را ترکیب می کنند یا با روش ها و ابزار های سریع دیگر آن ها را به هم وصل می نمایند.

۴- تجزیه و تحلیل پیشرفته دیگر فقط برای تحلیل گران نیست.



کسانی که تحلیلگر نیستند، در سراسر سازمان بسیار پریشان می شوند. آنها انتظاراتی بیش از یک نمودار از داده هایشان دارند. تجزیه و تحلیلی عمیق تر و با معنا تر می خواهند. سازمان ها با پلتفرمی منطبق می شوند که به کاربران این امکان را بدهد تا از روش های آماری استفاده کنند، سوال های دنباله دار بپرسند و بتوانند در جریان تجزیه و تحلیل آنها باقی بمانند.

۵- داده و تجزیه و تحلیل ابری شتاب می گیرد.



در ۲۰۱۵ مردم تازه با مفهوم ابر آشنا شدند. فهمیدند که قرار دادن داده روی ابر آسان و بسیار توسعه پذیر است. همچنین فهمیدند که تجزیه و تحلیل ابری، سرعت را برای آنها به همراه دارد. در ۲۰۱۶ مردم در حال گذار به سمت تجزیه و تحلیل ابری می باشند تا از ابزاری استفاده نمایند که در استفاده از داده های وب به آنها کمک کند. پیشگامان این راه در مرحله یادگیری از این داده ها هستند و دیگران متوجه شده اند که باید همین راه را طی کنند. اکثر سازمان ها از تجزیه و تحلیل ابری برای سرعت بخشیدن به تجزیه و تحلیل استفاده می نمایند.

۶- مراکز تعالی قوت پیدا می کنند.



تعداد بسیاری از سازمان ها "مرکز تعالی" تاسیس کردند تا با تجزیه و تحلیل سلف سرویس منطبق شوند. این مراکز نقش حیاتی را در بکارگیری فرهنگ نشر داده ایفا می کنند. از طریق توانمندسازی برنامه هایی مثل فروم های آنلاین و آموزش، این مراکز کمک شایانی برای بکارگیری داده ها در روند تصمیم گیری می کنند. این مراکز، داده ها را برای اطلاع رسانی جریان های کاری در سراسر سازمان مهیا می کنند.

۷- تجزیه و تحلیل موبایل روی پای خود می ایستد.



تجزیه و تحلیل موبایلی رشد کرده و تغییر می کند. دیگر موبایل وسیله ای برای نمایش ابزارهای تجزیه و تحلیل داده نیست. در سال ۲۰۱۵ اولین تجربه تولید ابزار با محوریت موبایل ظاهر شد. کار کردن با داده در سراسر دنیا از یک کار سخت و ناخوشایند به بخش پویای فرایند تجزیه و تحلیل تبدیل می شود.

۸- مردم شروع به کاوش در داده های اینترنت اشیا می کنند.



اینترنت اشیا در سال ۲۰۱۶ بسیار رواج پیدا خواهد کرد. اینگونه به نظر می آید که هر شی یک حسگر دارد و اطلاعاتی به سمت مرکز اطلاعاتی خود می فرستد. فقط به داده هایی که از موبایل در طول یک ساعت ایجاد می شود فکر کنید، این فقط یک قسمت آن است. هرچه حجم داده های اینترنت اشیا بیشتر رشد کند، پتانسیل بیشتری برای بینشی عمیق تر وجود دارد. شرکت ها به دنبال ابزاری هستند که به کاربران اجازه دهد داده ها را کشف کنند، یافته های خود را از طریقی امن و متقابل به اشتراک بگذارند.

۹- تکنولوژی های جدید برای پرکردن شکاف ها بوجود می آیند.



در زیست بوم هوشمندی کسب و کار تکنولوژی های جدید زیادی وجود دارد. به محض ورود آنها به بازار، می توانیم شکافی که با آن پر شده است را ببینیم. سرعت بخشیدن به Hadoop، یکپارچه سازی داده های NoSQL، یکپارچه سازی داده های اینترنت اشیا، بهبود رسانه اجتماعی - هر یک از این موارد می تواند فرصتی باشد برای شرکت های نوپا. در سال ۲۰۱۶ ما شاهد پر شدن این شکاف ها هستیم که منجر به تقویت بازار می شود. سازمان ها دیگر ارائه راه حل های تکی را کنار گذاشته و راه حل هایی با ترکیب تمام تکنولوژی های ذکر شده را در دستور کار خود قرار می دهند.