



**商业智能手册：
选型、实践技巧和新趋势**

商业智能手册：选型、实践技巧和新趋势

商业智能策略（工具，流程和系统）的好处是可以协助决策，运营和战略规划，等等很多。公司的数据可以成为信息的金矿，帮助组织提高运营生产力和效率，增加企业对竞争格局的理解，并找到可以增加到基线的新方法。本技术手册涵盖了介绍了商业智能的实践技巧、选型以及包括云计算、SaaS 和移动 BI 在内的新趋势。

BI：提升业绩推动业务变革

在很久以前我就试图把 IT 所承担的角色简化，经过几年的实践，其间包括成功和失败以及几次反复，最终我达成了目的：IT 简化成了两个相互依存的角色：战略提升和高效运维。这个原则确定了在商业智能战略方面的指导思想。就我个人而言，其中的逻辑是这样的：商业智能的价值就在于对决策水平的提升；相应地，更好的决策能够直接推动战略的实施。

- ❖ 商业智能的最终目标：提升决策水平
- ❖ 商业智能数据可作为 Web 服务
- ❖ 业务转型的关键：认识商业智能的基础所在

BI 实践技巧

商业智能策略（工具，流程和系统）的好处是可以协助决策，运营和战略规划，等等很多。公司的数据可以成为信息的金矿，帮助组织提高运营生产力和效率，增加企业对竞争格局的理解，并找到可以增加到基线的新方法。

- ❖ 创建可管理的商业智能策略和管理计划（上）
- ❖ 创建可管理的商业智能策略和管理计划（下）

❖ BI 分析实践的五个技巧和现状核查

BI 厂商选择和对比

据 Gartner 公司讲,虽然 IBM、微软、甲骨文公司和 SAP 公司不是纯粹的商业智能厂商,但他们拥有 60 亿美元 BI (商业智能) 市场的三分之二,因为他们已经优化了他们的 BI 平台,以使得它与他们各自的企业及信息管理应用工作得更好。这种集成方法以及许多企业已经在使用这些厂商的 ERP 和信息管理应用的事实,已支配客户在他们的某一 BI 平台上实现标准化。

- ❖ Gartner 对 IBM 等四大商业智能厂商的优劣分析
- ❖ CIO 们称: 商业智能软件的进步不能解决选择问题

SaaS BI

一个全球性的、分散的企业如何从它所有的品牌中提取足够的情报以做出明智的决策? 使用商业智能软件即服务或 BI SaaS 解决方案。一个成长的中端市场,担心它没有钱用于部署价值十万美元的预制式的 BI 包,它如何照样做? 同样的回答。事实上,由于经济不景气,根据来自位于研究公司 IDC 关于 BI SaaS 市场的一份报告,在未来 5 年内,所有类型的业务将采用 BI SaaS 解决方案。

- ❖ CIO 新词解: 软件即服务商业智能
- ❖ BI SaaS: 经济紧缩时期业务的救赎

商业智能趋势: 预测分析、移动和云计算

商业智能正在经历一场革命。有专家认为 BI 系统不仅将解决诸多典型操作所导致的延迟问题,而且 BI 3.0 技术还会把预测分析常态化,基于假设推测来进行实时决策。而且移

动计算和云计算也促使商业智能做了应对和变化，适用于移动设备的商业智能，以及和云计算架构融合的商业智能系统需求更强烈。

- ❖ 即将到来的商业智能系统革命
- ❖ CIO 关注：移动商业智能推动新业务模式
- ❖ iPhone 需要制定移动商业智能应用开发计划（下）
- ❖ iPhone 需要制定移动商业智能应用开发计划（上）
- ❖ 云商业智能使你与众不同

商业智能的最终目标：提升决策水平

在很久以前我就试图把 IT 所承担的角色简化，经过几年的实践，其间包括成功和失败以及几次反复，最终我达成了目的：IT 简化成了两个相互依存的角色：战略提升和高效运维。

这个原则确定了在商业智能战略方面的指导思想。就我个人而言，其中的逻辑是这样的：商业智能的价值就在于对决策水平的提升；相应地，更好的决策能够直接推动战略的实施。

Michael Porter 是商业战略方面的大师之一，他认为：“战略的本质就是要形成企业的竞争优势。”因此，如果 CIO 们的任务之一是提升战略，那么他们就应该在构建并维持企业竞争优势方面进行直接地支持。

构建竞争优势的一个途径就是持续地进行决策优化——包括产品、市场、运作和客户关系等——以此来领先于竞争对手。在方法正确的前提下，更优的决策是商业智能助力企业发展的关键因素。

商业智能应该意味着更优决策

无论何时，当我考虑一个商业智能项目时，我都把它放到如何驱动更优决策的语境下。我会对自己和我的团队提出两个问题：1. “如果没有阻碍的话，你预期将做出什么样的决策？”；2. “为了做出这些决策，你需要哪些方面的信息？”

找到这两个问题的答案能够使我们避免将商业智能和报表工作相混淆，从而误认为商业智能是由 IT 部门来主导。相反，商业智能直接和决策优化相关 - 承担决策者的角色。我们的本职是提供决策优化所需的工具。

从小处着手。通常来说，提升决策水平的商业智能会涉及令企业感到畏惧的巨大变革，而决策本身就意味着责任的担当。当不能确定自己能够胜任相关工作时该怎么办呢？为了回避这种风险，我宁愿从小处开始 - 有时是非常微小的方面。我一般基于确定的原型开展有限的试点工作。

在确定试点范围方面，我一般找最愿意尝试新事物的团队，或者是正在面临最大困境的团队，然后围绕试点团队面临的决策及所需的信息来开始工作。在这些决策中再选取出一个子集作为我们的测试案例，并且针对这些案例设计商业智能。在确定取得了正面的效果后，我们再致力于下一个子集或者试点团队。

这种原型-试点的方法带来的另一好处就是能够降低投资风险。通常针对决策优化的投资是很难量化的，而相应的过程也充满不确定性。通过试点工作，我们能把项目控制在一个较小的规模上，同时能够以试点团队所取得的成果来充分证明收益。

基于未来的设计。在设计决策优化的过程中面临一个永恒的难题是：我们受限于技术本身或者无法获得相应权限来访问所需信息。我是这样来解决这个问题的：基于未来的某一时间点（技术和信息访问权限问题都不再存在）来进行商业智能设计。只有在不受限制的情况下展望可能的决策，我们的商业智能设计才能在技术和信息障碍消失时仍然有效。

以决策为中心来进行商业智能设计可以带来惊人的回报。比如，我们试图在新产品开发方面提升决策水平。首先我们思考对于这方面的决策需要哪些信息，然后通过交易系统的外部信息来更好地理解客户的需求。这也相应地增强了我们与客户之间的关系。

另外一个例子是，我们要在供应链管理方面进行决策优化。在搜集所需信息时，我们发现了一些信息方面的壁垒。因此在提供商业智能工具之外，通过打通信息通路，我们还实现了流程的改进。

最后一个例子：在假设能够知道零售端客户位置的前提下，我们设计了商业智能系统。于是，当有朝一日智能手机技术的障碍消除后，我们就可以利用用户的位置信息，并且已经设计好如何用这些信息来提升决策水平。

(作者: Niel Nickolaisen 译者: 木易 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_50946.htm)

数据管理制度的必要性和方法论

CIO 们希望把 IT 部门的形象从成本消耗大户变为收益创造者，他们希望深入考察面向客户商业智能（BI）数据服务的建立。

要让 IT 证明商业智能对业务的价值并非易事，尽管已经（在这上）投资了数百万美元。Jitender Nankani 认为他的客户需要一些“商业智能之上的商业智能”，才能够给他们自己的用户销售。他是 Saama 技术公司（一家商业智能咨询公司）的一名客户预约经理。

在 Gartner 最近的商业智能峰会上，有一场主题为“把商业智能从成本消耗大户转变为收益创造者”的专题演讲。作为对该演讲的回应，他说：“现在，我的客户正试图搞清楚要度量什么（数据），以及如何如何在内部推广它，他们从未介意外部事物。”

许多参会者对他的观点也表示深有同感，但是观众也对该想法感到迷惑，因为这个想法是让企业跨他们的客户群收集商业智能数据并把他们作为服务卖回给这些客户群。

Guy Carpenter & Company LLC 是一家总部位于美国纽约的风险和分保服务供应商，该公司在全球有 500 多个办事处。该公司开发了一种服务，该服务支持客户对他们的投资组合方案进行假设模拟。Kurt Schlegel 是高德纳咨询公司的一名分析师，他在演示企业把商业智能数据服务打包进现存的面向客户的服务期间，还列举了其他例子，他问道：“如果（该保险供应商）削减了它执行效果最差的 50 个保单，会发生什么情况呢？”

Guy Carpenter 公司也处在跨所有客户投资组合资产整合信息的一个位置。Schlegel 说，这使得客户可以看到他们的投资组合与他们的竞争对手相比如何，或者分析他们自己的保险单与业界平均水平相比可能的最大保险损失率。

Moneris 解决方案公司是另一家信用卡加工商，该公司建立了称之为“Merchant Direct”的服务，允许客户看到他们的销售进展以及在特定行业区域汇总的销量数据。

他说：“他们有 35000 个销售网点，包括花店，健身房，凯马特（美国零售公司），他们都选择该公司（Moneris）做信用卡加工，现在这些客户可以看到与同类经销商参考的基准数据。”

这些商业智能服务中，有许多已经被打包到现有服务免费提供，但是一些企业正在设法对此类服务进行收费。加拿大一家大型银行从它的数据仓库中提取商业智能数据，供应给自助服务的网点。客户使用诸如银行对账单之类的信息，会被收取较小额度的费用。

Andy Hanna 是该银行业务信息系统组的一名成员，他说：“我们可以把手工流程自动化，使得客户可以更方便地从我们这里获取信息，我们对他们收取手续费。使商业智能可以自助服务是一个金点子，客户正是为他们自己服务，并缴纳一定手续费。”

Schlegel 说，到 2013 年，不管是报表服务还是分析功能，一些商业智能表单将成为客户和合作伙伴关系期盼的组件。他说：“你的客户会期望产生一些访问他们的信息，他们的活动和交易的模型，这些最终将会形成业界标准。”

按照 Gartner 的观点，到 2014 年，20%的全球性组织会基于从他们的商业智能系统中提取的一部分数据建立产品或服务。Schlegel 说：“所以，五家企业中会有一家把他们的解决方案卖给客户们，大部分都不会收费，但是有一部分会收费。”CIO 们正处在产品化商业智能的一个最佳位置，因为许多 IT 部门正由于他们组织的商业智能成果（不利）而被抱怨。

法律问题和安全风险

Boris Evelson 是 Forrester 研究公司的一名分析师，他说他经常看到零售商随意发挥销售商业智能数据服务的想法。

他说：“它必须在整体层面操作以保护隐私，你不想让惠普公司看到戴尔打印机的交易明细吧。但是一旦考虑到隐私，零售商们可以提供服务给供应商，按区域，产品分类和他们针对竞争对手如何销售的基准来展示他们的客户正在买什么。所有这些，甚至更多，都可以作为像分析报告一样的服务卖给供应商。”

进一步讲，他说他相信会有成群的零售商齐心协力来综合数据。想象一下百思美集团，办公麦克斯公司和史泰博公司提供联合数据分析服务给供应商的情景吧，这是一种市场情况共享（一些零售商正在谈论这些事），尽管 Evelson 说他还没有看到任何事情付诸实施。

除了法律问题，IT 部门将不得不改进安全和网络能力。Schlegel 说，在内部供应数据是一回事，但是一旦数据变得面向客户了，需要有完全不同的安全和性能度量集实施到位。

(作者: Christina Torode 译者: Eri 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_34629.htm)

业务转型的关键：认识商业智能的基础所在

就目前的情况而言，商业智能（BI）是推动业务变革和提升业绩的最重要因素之一。近来在商业智能软硬件方面的技术进步使得以往如同科幻小说一般的场景即将变为现实。

比如，在 in-memory 技术的帮助下，企业应用可以在几秒钟内处理数十亿个记录，而用户也能通过各种各类的设备简便无缝地访问记录。此外，在信息处理方面的商业智能可以帮助企业进行成本和风险管理，而商业智能的战略投入可以使企业获得高投资回报，从而构建自身独有的竞争优势。

EIM 之于业务转型

为了更好地从商业智能中获益，企业必须从企业信息管理（EIM）的角度来进行规划，而不是仅仅考虑一些具体的商业智能方案。同时，企业也不能过多关注在那些特定的功能和高端的软硬件上，相反，从 EIM 全景出发进行考量可以使企业在人力、流程和数据管理等方面打下坚实的基础。

企业中各个业务流程的主导者应该处于商业智能战略的核心地位，而 IT 部门应该成为技术实现的核心伙伴。这就需要识别出核心业绩的评判标准并将其映射成为对商业智能的需求。由此形成的每个需求则应该从底层数据的角度进行分析——尤其是那些构成商业交易基础的关键数据（关于客户、供应商、员工和会计科目表等）。

企业应该具有较强的数据和信息监管能力，以此才能保证商业智能系统的源数据是清晰、可靠和可访问的。如果不具备相应的监管能力，那就必须与 IT 团队一起构建这种能力，这是商业智能技术部署的前提。

对商业智能的驱动需要来自于管理层的力量，以此形成一个卓越中心来开发和维护商业智能。尽管由于业务类型、企业文化、构架的不同可能导致卓越中心的运维模式不一，但是中心的建立是商业智能软件大规模投入的必需前提。

数据监管的经济学

由于遵循了上述原则，一个财富 1000 的制造业企业通过供应链和客户服务体验的提升，实现了每年 5 百万到 1 千万美元的成本削减。该公司的成功之处在于建立了业务主导的数据监管机制，同时将企业级的商业智能战略同业务目标及规划很好地结合了起来。

该公司在数据和信息的梳理方面采取了积极主动的策略，由此显著地提高了输入系统的数据质量，进而使增值服务的及时交付成为可能。

如今有很多企业正苦于从商业智能系统中实现价值，他们主要有以下三个失败的原因：数据质量和完整性的问题、缺乏来自高层的推动、没有一个适当的商业智能机构来进行战略层面的推进。因此，对于商业智能的成功挖掘而言，重要的是关注其基础所在（人力、流程和数据管理），而不仅仅是相应的技术本身。

(作者: Rajiv K. Arora 译者: 木易 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_53551.htm)

创建可管理的商业智能策略和管理计划

商业智能策略（工具，流程和系统）的好处是可以协助决策，运营和战略规划，等等很多。公司的数据可以成为信息的金矿，帮助组织提高运营生产力和效率，增加企业对竞争格局的理解，并找到可以增加至基线的新方法。

在威斯敏斯特大学，我们（编者注：作者 Scott Lowe 是威斯敏斯特大学 CIO）处在建设商业智能策略的初级阶段。信不信由你，各学院和大学对于商业智能工具の利用有着切实的收入动机。尽管大部分私立学院和大学不是以牟利为目的，但他们也不会做赔钱买卖，所以最大程度地利用我们所有的任何可用资源就非常关键。

高校很像我们的兄弟公司，它的经营要面对许多度量指标：关键绩效指标（KPI），这些指标最终决定了我们在课堂以及资产负债表上的成功。最近，我们发现了在各个层面上理解运营是多么的重要。利用正确的数据，我们可以在战术上和战略上更好地决策，而且我们可以让人们对于可度量的绩效目标负责。

我们已经初步建立了一个商业智能管理小组，该小组负责致力于某种合理的初始范围，帮助评估软件并为所有交叉报表或度量需求提供一个票据交换场所。虽然我们还在商业智能策略工作的早期阶段，但是我们的最终目标还是远大的，包括：

无缝的商业智能报表：一次性报表对于要快速得到答案的情况非常好用，但是如果报表不止需要一次，它的生成应该被正规化和规范化。

通用报表：我们使用各种报表工具，获得常规请求然后添加新报表。我们需要建立可以广泛用于保证一致性和可访问性的商业智能工具。

预测分析：我们的数据是信息的宝库，这些数据可以引导我们预测将来的情况。我们需要挖掘这些数据，来帮助选择我们关键度量指标的方向，这样我们可以相应地做出调整。

然而，在考虑如何使用这些数据时，我们面临着一些严重的挑战。例如，我们有独立于其他系统运行的数据竖井，需要手工集成，这就导致了定义一致性方面无意识的缺失，而且，这最终会导致对一些基本问题产生不同的答案，比如：一个简单的问题是我们校园里学生的确切数量是多少。

就在最近，我们建立了一个由各职能部门（包括财务，IT，招生，学术，学生生活和提升部门）组成的商业智能代表委员会。作为一名对重要流程的改进负责的 CIO，我负责主持这个新的委员会并计划按以下方面规划和实施：

建立数据字典。我们需要对所有度量指标和 KPI 做一套通用的定义。我们称之为我们的校园数据字典。对多种度量指标采用相同的定义是很有必要的（比如：“我们有多少学生？”与我们登记在册的学生有多少和有多少住校学生是不同的意思），这可以确保提供合适的上下文。

整理目前已有成果的详细情况。不同的校内组织已经捕获了范围很广的数据，可以在更广的范围，以更具战略性的方式使用。商业智能委员会的一个责任是详细整理所有现存度量指标，验证他们的基本方法并判断是否其中一些指标可以通过调整适应更广的使用范围。

定义新的关键绩效指标。我们将开始定义 KPI 和度量指标，并排定优先级，分析我们首先要关注的指标。我们也对 KPI 所基于的方法学达成一致并验证之。

验证数据结构。我们将确定可能丢失的数据结构和流程，它们对于捕获前面的 KPI 是必要的支持。例如，如果我们想理解一个日常问题：我们学校有多少学生，我们在数据库里有适当的记录域吗？如果我们没有，要跟踪 KPI，哪些字段是必须的？把另两个负责实施新流程和数据结构的校园委员会提出的任何新需求踢到一边去。

定义数据仓库。我们将创建数据仓库的定义，来存储用于分析趋势和查询历史的必要信息，最终实现提前决策的目的。

仪表盘/KPI 共享。对于我们的一些成果：尤其是入学登记，我们已经有 KPI 实施到位了，但是这些 KPI 还不能让所有决策者很容易地访问到。商业智能委员会将帮助定义仪表盘元素，它是我们为 KPI 便于查看而创建的。

在高校工作最大的好处之一就是会集中精力学习，包括学生和教职人员。这种正式的商业智能策略对商业智能团队的所有成员来说都很新，而且对我们来说，我们都在学习。

(作者: Scott Lowe 译者: Eric 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_36638.htm)

BI 分析实践的五个技巧和现状核查

在六月初举行的信息构建者首脑会议上，BI 爱好者做出了预测性 BI 分析，显得好像是未来台时间机器或水晶球的最好的事情，也就是数据驱动的水晶球。

预测性 BI 分析，像许多 IT 术语一样，指的是一种无定形的准则，涉及对数据使用统计和其他复杂的数学分析以预测未来。它不完全是数据挖掘，业内专家指出，它当然不是为数据挖掘目的的数据挖掘。预测性 BI 分析从由业务或者关联的外部源产生的数据量中识别出模式。这些模式用于预测未来，以至于企业可以相应地调整其战略。

然而，使用分析去形成业务策略是不容易做到的，这不只是因为它可能很昂贵，或因为它对于许多规模最大的公司来说，是一个相对较新的任务。在公司中，将预测分析投入工作中需要变更管理技巧、合适的人和正确的思维方式。

这里是 TDWI 研究院主管 Wayne Eckerson 的一些提示，他在会议上的讲话针对的是当 CIO 们开始 BI 分析计划时应当记住的事项——以及来自 CIO 与会者的一些现实可行性对照检查。

1、寻找强大的分析师。擅长预测分析行为的人，不仅有好奇和批判的思想家，而且也有喜欢尝试且“顽强地坚持到底”的人。他们必须要知道数据和产生数据的业务流程；他们还需要知道如何使用工具——一种罕见的组合。最好的分析家们不是生活在象牙塔里的哲学家；他们知道为达成能付诸实践的结果（例如，Eckerson 说，增加利润）而需要询问哪些业务问题。

Eckerson 说，今天，候选人可以来自 MBA 课程。社会科学家、统计学家和接受过六西格玛培训的人很喜欢这项工作，就像有抱负的数据分析师准备将他们的职业推进到下一步一样。最优秀的人才是昂贵的。竞争对手将试图争取他们。

2、将分析师集中在一个小组中。 Eckerson 认为，如果将这些分析师集中在一起，他们会工作得更好、更有创造性。因此，他建议公司不要将他们“埋藏”在这些业务部门，而应该将业务分析师集中在一起，让他们靠近数据仓库团队，和他们一起密切合作。

与会者问分析人员应该向谁报告，Eckerson 回答说，他已经看到分析师向 IT 部门以外的人报告：首席营运官、财务主管或者甚至是首席执行官。

对于更小的公司的现状核查：2005 年成立的 Dealer Services Corp. 是一家为汽车经销商提供 1.5 亿美元库存的放贷公司，参加会议的是该公司的首席信息官 Chris Brady。当她听到这些温室中的预测分析家时，她抿嘴笑了。她的公司成功地使用预测分析减少风险，并帮助其汽车经销商在经济衰退时期更好地管理他们的库存。但她没有赋予任何人“业务分析师”的头衔。她说：“除了做好我们常规的角色以外，我们也扮演业务分析师的角色。但我赞同业务分析师带给人们知识的渴求，并真地想关注这些人。”

出席会议的快餐食品生产商 Utz Quality Foods Inc 的首席信息官 J. Ed Smith. 可以证实识别和培育分析师人才的重要性。自 1998 年以来，Utz 一直使用 Information Builder 的 WebFocus BI 平台，并正在寻找跨公司部署它的方法。Smith 带来了一位服务台技术人员和他一起参加会议以了解更多的关于 BI 的内容。该技术人员在分析方面非常有前途，并在一个分析 Utz 产品的利润率的项目上崭露头角。

3、培养基于事实的文化。 基于事实的决策文化愿意测试假设、接纳透明化，并使用仪表盘引导组织。这些组织还招募其他分析领导人。最高层领导可以帮助决定何时承担哪些分析项目，并对它们提供资金支持。Eckerson 说，行政支持是至关重要的，因为最好的分析项目将会跨部门。

现状核查：Eckerson 告诉听众，如果您的企业领导不“向我出示数据”类型，想做“亲自动手”实验来鉴定，“你可能是不幸的。” Eckerson 建议去其他地方或者等待。他说：“如果你的公司没有分析的倾向，它可能会开始有问题，并且将引入新的领导班子。”

4、**通过测试一个试点以获得支持**：预测性 BI 分析即将开始测试试点，而根据规定，该试点很难被动摇。通过启动小的、试点项目，有时可能会影响一个文化的转变。

举个例子：为了获得对分析的支持，一位大型的网上办公用品零售商的 BI 专家被要求去测试一个业务长期持有的试点：认为如果一个大的办公用品商店（像 Staples）位于和顾客的某个距离的范围内，网上客户将停止订购或减少他们的订单。事实上，该数据显示，关键的因素不是地理位置，而是购买的频率。在线客户每 60 个工作日下 4 个订单，显示有 95% 的保留率，而不受当地的商店数量的影响。Eckerson 说，采购频率是衡量顾客保留的关键指标，销售主管将立即“获得它”。

这一成功的故事允许 BI 专家承担更大的数据建模项目，并且它将带我们到技巧 5。

5、**不要不知天高地厚**。永远不要表现出比你支持的主管更聪明，或者提议比该主管更聪明的数据模型。Eckerson 说：“这是死亡之吻。” Eckerson 在展示的很多会话中给出了这样的警告。如果来自数据建模和统计分析的结果给了业务主管“直觉”，如上面的例子那样，那就更好了。

在数据建模上的现状核查

Dealer Services 的 Chris Brady 说，并不是所有的预测性 BI 分析项目必须是庞大的。她的公司使用 WebFocus RStat 用于快速关联，这对于改变心态同样有效。

Brady 提出了一个假设：快速关联很容易证明是错误——改变心态：汽车经销商中 40% 有金色的头发，而所有金发碧眼的经销商都违约。她说：“我已经听过说明那是事实的陈述。”她说，业务人员打交道的最后 5 个违约者的确可能有金发，但它并不能证明假设是正确的。“提取这样数据并做一个关联图来表明金发和违约没有关联是很容易的。”

(作者: Linda Tucci 译者: 陈德彦 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_37016.htm)

Gartner 对 IBM 等四大商业智能厂商的优劣分析

据 Gartner 公司讲,虽然 IBM、微软、甲骨文公司和 SAP 公司不是纯粹的商业智能厂商,但他们拥有 60 亿美元 BI (商业智能) 市场的三分之二,因为他们已经优化了他们的 BI 平台,以使得它与他们各自的企业及信息管理应用工作得更好。这种集成方法以及许多企业已经在使用这些厂商的 ERP 和信息管理应用的事实,已支配客户在他们的某一 BI 平台上实现标准化。

然而,在最近的拉斯维加斯咨询公司商务智能首脑会议期间,Gartner 的分析师表示,这些厂商放慢了创新,在企业环境中,他们正受到那些有潜力的新生者(诸如 Tableau 软件公司和 QlikTech 国际公司)和专注于 BI 的厂商(像 Information Builders 公司和 Microstrategy 公司)的挑战。专注的和利基的厂商正推出更迎合群众心意的接口以及像交互式可视化工具、场景建模和数据混搭的技术,这将改变收集和分析信息的方式。

另一个帮助利基的和专注的厂商挤入企业市场的因素是客户倾向引入一个以上的 BI 平台以满足他们变化的商业需求。然而,这些趋势没有减少四大厂商的支配地位,这一点由许多会议参加者的 BI 战略计划得到证实。

一家位于加拿大的家庭、汽车和人寿保险公司的 BI 架构师 Mark Liu 说,该公司正在减少对 BI 的资金投入,这迫使 BI 团队去证明其软件的 ROI (投资回报率)。他说:“我们已经在 BI 上花了上千万,并需要整合为一个系统。”他补充到,这个选择最可能将落到某个主要供应商头上。

跨企业的 BI 平台整合并非易事,但 Gartner 对四大厂商的 BI 特性和战略的评价给组织提供了几点思考的建议。下面是这些厂商目前状况的概要:

IBM: IBM 仍然被称为蓝色巨人 (Big Blue) 有一个原因。在 2009 年, 它的收入为 950 亿美元, 并且 Gartner 的分析师 Neil Chandler 认为, IBM 在它的 BI 平台上已经没有缺陷要弥补。但是, 那儿有几个裂缝。

优势: IBM 公司有很多钱去投资在收购和推出新的服务上: 一个是它的商业分析和优化服务集团, 今年首次亮相。在首脑会议上的供应商比较会晤期间, Chandler 说: “[本集团] 成立时有 4000 名顾问, 因此他们大量投资于 BI 和他们的能力, 以使得在这个空间有拉动力也延伸到企业绩效管理 (CPM)。此外, 在收购 SPSS 公司以后, IBM 投资预测模型和数据挖掘, 他说: “为他们的能力提高价格, 以提供更多前瞻性的 BI。” 他补充到, 和其他 BI 供应商比较, 就业务流程管理、数据质量和集成, IBM 是唾手可得的领导者。

劣势: IBM 不做 ERP 应用, 这一事实可能使它在组织环境中处于劣势, 组织将使用其他厂商的企业应用软件。Chandler 说: “这给了我们一些问题, 在 SAP 或 Oracle 工厂中如何评估 IBM。然而, IBM 正告诉我们, 在过去一年, 在这些环境中, 他们做的很好, 总的来说, 它没有影响他们的 BI 增长。”

甲骨文: 将供应商的 Siebel 和 Hyperion 产品紧密地集成起来, 且该平台已更名为 Oracle 商业智能企业版套件。Gartner 分析师 Donald Feinberg 说, 该平台和厂商的企业应用软件及中间件栈的集成也是很紧密的。大多数参加会议的人员也使用甲骨文的数据库管理系统 (DBMS)。他说: “我认为, 甲骨文公司拥有从应用集成的很好的最完整的栈之一, 现在所有的方式下至磁盘驱动器。”

优势: 该供应商显然在 DBMS 市场有一个据点, 并继续填写其数据仓库产品, 其中最新的是 Exadata V2。Feinberg 说: “就大型数据仓库, [甲骨文] 显然有悠久的历史, 其数据仓库具有相当坚固的、混合的负载。在过去 18 个月中, Exadata 已经发生了很大的变化, 将它们放到领导地位。” 在一月份随着对银河系统公司的收购, 甲骨文也表示了存在于它的 BI 平台之中的数据质量和集成缺陷。

劣势: 除了迟到的数据质量和数据整合游戏——甲骨文公司在多年来收购了很少的数据集成工具, 包括 Sunopsis SA——太阳微系统的收购仍然是一个巨大的承诺。Feinberg

说：“他们现在的大问题是将 Sun 整合到公司中，而不是被 Sun 牵制，这对甲骨文公司来说将是一次重要的努力。我没有说[这是]积极的或消极的，它只是一次硬件公司和软件公司之间的重要的整合。”

微软：该软件供应商正采用非常熟悉的方式使用它的 BI 平台去渗透到客户：低成本的捆绑。BI 功能正被嵌入到并跨许多它的产品线，包括 SQL Server、SharePoint 和 Office。

优势：SQL Server 正结合报表；提取、转换和加载，或者 ETL；和联机分析处理数据挖掘。仪表盘、记分卡和社会软件的企业搜索功能被添加到 SharePoint 2010 中。除 PowerPivot 以外，Office Excel 现在有更先进的专案分析。PowerPivot 给用户从不同来源收集数据到桌面的能力。Gartner 分析师 Rita Sallam 说：“[微软]BI 平台在提供组织报表方面尤其强大，它具有微软为中心的基础设施。”

劣势：不一定是缺点，但微软将预算和计划留给合作伙伴，因为它从 PerformancePoint Server 中抛弃了那些功能。Sallam 说，尽管多年前收购了 Zoomix，只要数据质量工具可用，厂商将“在战斗中失踪”。她说，微软的低成本数据仓库产品将其捧到了领导地位，但不是高端市场——5 TB 至 10 TB 以上。由于微软收购了 DATAlegro 公司，今年夏天，微软计划推出具有大规模并行处理能力的 SQL Server 2008 R2 并行数据仓库。

SAP 公司：Gartner 的分析师 Bill Hostmann 说，该厂商有一个“令人羡慕的客户群”，在它的 BI 和 CPM 平台上跑了大量的负载。然而，正是这个客户群给 SAP 带来了一些问题。许多客户从 SAP 购买产品，原因是容易跨它的产品线集成。但对于使用 SAP 的 BusinessObjects BI 平台及其 OutlookSoft CPM 产品的现有客户来说，这不是事实。他解释说：“BusinessObjects 和 OutlookSoft 的客户倾向于购买最好的品种，而不是一个集成的堆栈。这项分叉的销售策略对他们是一个挑战。”

优势：Hostmann 说，SAP 正建立下一代语义层到 BusinessObjects 中，并正在探讨使用它的 NetWeaver 商业仓库加速器实现内存数据库技术。“[SAP 公司]的确正在降低在其[商业仓库]产品上的一些查询性能到一些非常令人记忆犹新的级别，但他们将不得不权衡面对多个产品领域的这些创新。”

劣势：由于 SAP 公司有多条产品线，客户支持仍是一个问题。Hostmann 说：“在客户支持方面，他们一直在低端市场，但他们正投入了大量的精力在[客户支持]程序上来解决它，恢复客户的信誉和客户在支持方面的信心。”他说，一个新的领导团队——总裁 Leo Apotheker 和 BusinessObjects 单元负责人 John Schwarz 在 2 月份辞职——也从顶部向下推动这些变化。

鉴于这么多利基的和专注的 BI 厂商正在增长，四大厂商意识到他们太需要更尖端的技术。他们通过开发或者获得在那个领域的技术（像内存分析、集成搜索和柱状数据库）正在朝着这个方向发展。

(作者: Christina Torode 译者: 陈德彦 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_34807.htm)

CIO 们称：商业智能软件的进步不能解决选择问题

商业智能软件（或者 BI 软件产品）正变得越来越易用，使得业务用户无需 IT 人员手把手地指导就能生成高级报表。然而，像 Gary Gallant 这样的 IT 主管们并没有屏息以待。

Gallant 是香水制造商 Coty 公司全球应用软件专业知识中心的副总裁，他正盯着几款 BI 软件的改进，这些改进承诺会把商业智能设计的更加大众化。其中一款软件是 Information Builders 公司的 Magnify 企业搜索工具。

就在 Information Builders 的 WebFocus 商业智能平台最近举行的年度用户聚会上，Gallant 解释道：“今天，使用我们公司的原始信息，必须通过演练才能达到合适的水平。这更像谷歌搜索，每个人都知道怎么用。”

Gallant 也一定能了解 WebFocus InfoAssist（这是一款专用查询工具）如何帮助商业智能成为自下而上的，大众追求的，商业智能业界吹捧的对象。但是，那不会在明天就发生。

Gallant 相信大范围地由用户生成商业智能功能还不会发生，除非已经可以做到数字本地化。他说：“工具的采纳现在还没有发生。当前运行的这一代产品没有把握好数据之间的连接和查看数据功能。”

Gallant 是 Information Builders 会议上许多商业智能专家中的典型代表：他们赞叹技术的革新；认真查找如何提高他们商业智能产品，并且仍然在于这种多年的商业智能选择问题做斗争。

J. Ed Smith 是快餐食品制造商 Utz Quality Foods 公司的 CIO，他问说：“什么是最大的挑战？应用程序要认清业务需要的是什么。永远要在合适的时间，让合适的人看到合适的信息。”

好的数据并不等于好的决策

Cindi Howson 顾问是 BIScorecard 在线信息服务公司的创始人，他对于 Gallant 和 Utz 公司热情的衰减一点也不奇怪。

Howson 问：“我想很多 IT 人士仍然在尝试找到自我服务的好办法，来支持商业决策者。但是你怎么才能做到那一点呢？你是用仪表盘来做吗？还是通过一台移动设备来做，或者通过在其中嵌入业务应用实现？”

业务人员要被数据和报表压垮了。Howson 说：“尚未解决的挑战是，作为一个企业，我们怎样确保人们使用数据做出更好的决策来改进效率和盈利能力。人们越来越认识到，即使你可以访问到良好的数据，也并不意味着你可以做出良好的决定。我认为人们越来越关注于如何让 BI 与业务驱动力保持一致了。”

在 Coty 公司，商业智能担负着 SAP 的实施

Gallant 说，在 Coty 公司，商业智能与业务驱动的一致定位必须等待公司文化和 IT 战略发生变化。公司做商业智能报表已经很长时间了，而且报表容易按区域划分，然后每月通过电子表格或者电话方式发送给高层领导。经理们基于他们预期未来的情况修改数字。区域有他们各自钟爱的最佳商业智能工具，但共享信息不是该公司文化的一部分。

Gallant 说：“在公司内部，市场对市场有一点问题，而且没必要与同行合作。”

这种心态在五年前 Coty 公司斥资 7 亿美元收购联合利华化妆品部门的时候开始发生了变化了。要收获这项投资的利益，IT 整合变成了该公司优先级最高的任务，该推动力是针对单个企业资源计划（或者叫 ERP），系统和单个商业智能解决方案的。Gallant 说，实际上，Coty 公司全面实施 SAP 是使商业智能在这家价值 40 亿美元的公司实现标准化的主要驱动力。

Gallant 说：“我们已经推出了商业智能解决方案，因为我们已经为各县区实施了 SAP。”

在 Utz 整个企业范围内利用商业智能

令 Utz 公司的 Smith 高兴的是，公司的业务主管每天的工作都以阅读商业智能报表开始，这是在该工具十年前首次部署后出现的一种文化变更。而且他还在继续超越极限。例如，他的八个人的中等 IT 团队正在做一个复杂的分析项目，该项目跟踪该公司产品的利润率，提供给内部使用，也给商店顾客使用。然而，这些天他的主要任务是利用商业智能 WebFocus 平台给整个企业生成报表。

Smith 说：“几年前我在沙滩上画了一条线，并说‘我们将使用这个工具。我们将使用我们内部已有的技能。我们使用这种工具，因为它是第四代语言，而且我们将在整个企业内使用它来报告信息。’”

Amerisure 公司的商业智能解决方案不是来赢选美比赛的

Amerisure 互助保险公司是一家商业财产和伤亡保险公司，Jack Wilson 是该公司的一名企业架构师。他利用 WebFocus 和敏捷开发方法彻底重写了一个过时的门户技术。这项改造花了 4 个月时间，耗资 13.5 万美元，这些成本对于一位顾问建议的 150 万美元和三年时间来说只是冰山一角。该门户为 Amerisure 公司利益相关方提供了对信息的实时访问，而且从一开始就考虑并构建了安全措施。当用户登录时，IT 部门知道他们是谁，也知道他们应该看到的界面是什么。

Wilson 说：“这倒不是说有多好。但如果不是业务方面想要使用的，多好多快都没用。”

(作者: Linda Tucci 译者: Eric 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_37436.htm)

CIO 新词解：软件即服务商业智能

通过软件即服务商业智能(SaaS BI, Software as a Service business intelligence), 企业可以运用商业智能, 而不需要提前安装、运行并维护它们, 客户可自由地专注于创建商业智能报告和分析查询。企业可不用等待安装前提软件更迅速地运用软件即服务商业智能, 软件即服务方法帮助他们在不用购买任何资本设备的情况下随着使用增长扩展他们的商业智能系统。

在购买商业智能软件和相关硬件的预算费用余留不多或没有余留的情况下, 软件即服务商业智能(SaaS BI)会是一个不错的选择。由于没有任何预付购买费用或管理商业智能系统需要的额外人员配备要求, 它的总体拥有成本(TCO)可能比前提软件的少, 尽管整体的软件即服务商业智能花费取决于工具得到的使用量。

软件即服务商业智能(SaaS BI)是商业智能的配送模型, 其中的应用一般部署在公司防火墙(firewall)之外的托管位置, 终端用户(end user)运用安全互联网连接访问这些应用。这个技术也叫做随选商业智能或者云商业智能, 供应商对这种技术的售卖采用订阅和即付即用的形式, 而不是更传统的支付年度维护费的软件许可模式。

很多公司对软件即服务(SaaS)这一概念已经很熟悉。尽管如此, 对于软件即服务商业智能, 还要考虑特殊情况。例如: 分析工具可能没有所有前提软件产品拥有的所有特征, 这些使它们更简单易用, 但是功能也变少了。穿透防火墙发送企业数据也为一些 IT 经理发出预警。为了平息这些担忧, 一些供应商创建了被客户防火墙内运行的私人分析云。

(来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.whatis.com.cn/word_5678.htm)

BI SaaS：经济紧缩时期业务的救赎

一个全球性的、分散的企业如何从它所有的品牌中提取足够的情报以做出明智的决策？使用商业智能软件即服务或 BI SaaS 解决方案。一个成长的中端市场，担心它没有钱用于部署价值十万美元的预制式的 BI 包，它如何照样做？同样的回答。

事实上，由于经济不景气，根据来自位于研究公司 IDC 关于 BI SaaS 市场的一份报告，在未来 5 年内，所有类型的业务将采用 BI SaaS 解决方案。IDC 报告预计，业务分析 SaaS 市场将以总的业务分析软件市场超过 3 倍的速度增长，到 2013 年，达到 22.4% 的复合年增长率。

所有移动到云中的应用中——电子邮件、客户关系管理、灾难恢复（DR）等等——BI 是引起最大争议的一个应用。专家说，这是因为传统的 BI 厂商太满足于他们的 6 位数合同了，并且忘记去创新。与此同时，新兴的 BI SaaS 解决方案供应商正提出结合 BI 和数据集成的按需服务，迫使 BI 厂商迅速购买他们没有开发的应用。

其结果是大量的 BI SaaS 供应正给像 D&M 控股公司以及高中端市场公司（诸如 Shaklee Corp.）这样分散的企业在产品开发和运维中他们需要的敏捷的数据。

在 D&M 的，BI SaaS 很受欢迎

总部设在日本川崎的 D&M 控股管理着高端音视频设备供应商的产品组合，包括 Denon、Marantz 和 Boston Acoustics；并且在各种品牌中雇佣了 2500 名员工。首席信息官 Lalitendu Panda 解释说：“我们将具有分散系统的公司聚集在一起。”

在评估一些传统的诸如甲骨文和 SAP BI 供应商之后，Panda 选择了 Oco Inc. 的 BI SaaS 解决方案，该解决方案在 Oco 的数据仓库产品上面使用 SAP 的 BI 技术。分布式的 D&M 性

质使云解决方案具有吸引力，但更重要的是，他说：“每月支付的和初始安装成本大大低于管理内部的一个大的解决方案。”

Panda 说，D&M 的 12 个星期的安装在 2009 年 11 月开始，使用从各个业务单元提取的方案组成的过程，规范数据、测试和验证 Oco 的系统以及设计报告。这些信息进入一个专有的数据库，公司高管可以从中得出像销售和利润趋势等议题的结论。在 D&M 求助于 Oco 的 BI SaaS 解决方案之前，它从不同的数据库提取信息，并试图在 Excel 中整理数据。

Panda 说，如果他让 D&M 重做 BI SaaS 项目，他会花更多的时间了解每个地区的需要，从一开始就设计一套更广泛的报告。他说：“这是一个使某些事情得以快速完成和全面解决所有人的需求之间的一个平衡。”即使如此，该系统已经“发挥了作用。”

在嘉康利 (Shaklee)，BI SaaS 是天作之合

更低的成本是嘉康利选择位于 San Francisco 的 PivotLink Corp. 的 BI SaaS 解决方案的驱动因素。就像玫琳凯公司和雅芳产品公司一样，嘉康利公司已为它的多种维他命及天然清洁产品建立了口耳相传的分销网络。这家位于加州 Pleasanton 的公司，每年在其产品上进行数百项科学研究，并产生了如此多的数据，以至于遇到了“一叶障目，不见泰山”的麻烦。

然而，嘉康利公司首席信息官 Ken Harris 说，和更低成本一样重要的是和 BI SaaS 解决方案提供商持续的关系。Harris 一直是盖普、耐克和半打百事可乐公司的 CIO，他说：“预制式的传统是一个合同——那么它结束了。他们可能会提供一年一次的保养，但如果他们不会再见到你，那很好。对于 SaaS，它是相反的 DNA，在那里你正精心制作一种长期的合作关系。”

由于在确保传输中数据安全所涉及的技术挑战，Harris 建议 CIO 们询问 BI SaaS 供应商的 DR 计划，以及多久他们进行测试。灾备 DR 站点是必需的，但它的位置很灵活：它可以在厂商的站点，第三方供应商或客户自己的站点。关于 DR，CIO 们应该了解供应商的合

同上说什么，并且尽管他们合同上写了，他建议，CIO 们应协商一项服务水平协议，包括为供应商的经济刺激，保留 99.9%的时间。

一旦这些要素落实到位，CIO 们可能会担心供应商按时交付他们需要的信息的能力。通过提出来自销售、市场营销、金融和国际团队的复杂查询，Harris 测试了 PivotLink 的 BI SaaS 解决方案，然后给 PivotLink 一个财政季度的数据，从中挖掘答案。Harris 说，他们在一周之内证明了自己的能力。

在决策制定中的文化变革

另据最近一份 IDC 研究报告，商业智能和分析解决方案的竞争价值正在增长。“普遍的”BI 的使用以提升企业决策制定能力的这项研究，包括对 22 家公司的深入访谈，和对在 11 个国家的超过 1100 个组织的调查。它发现，使 BI 在整个组织范围内可用，意味着比分发报告给所有利益攸关者更多的东西。在某些情况下，部署 BI 解决方案以自动化现有的决策方式；在其他情况下，部署 BI 解决方案以改变决策方式——基于事实而不是意见。

然而，正因为公司正使 BI SaaS 解决方案对员工可用，这并不意味着对内宣传工作已完成。Panda 承认：“需要一些时间使人们脱离 Excel 工作。” Panda 感叹这种平面的而不是交互式的报告。他说：“现在你正在谈论与数据库的交互，以及构建带你到一个新的水平的问题。这改变了人们的工作方式，并且它不会在一夜之间发生。”

(作者: Laura Smith 译者: 陈德彦 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_36966.htm)

即将到来的商业智能系统革命

BI（商业智能）系统近年来演变得如此迅速以致几乎面目全非，仅仅在几年前，BI 还意味着庞大、回溯式的金融分析系统，同时还意味着极不友好的用户界面。随着计算能力的数量级跃升、数据的海量增长、由新型媒体而导致数据类型的变化、还有移动商业计算的兴起，BI 应用的交付模式正在发生巨大的变化。

那些制定 BI 战略的 CIO 们很快将不得不应对 BI 系统的新局面：社交网络分析、企业网络分析、上下文感知计算、甚至还包括情感分析。这是不是涵盖得太广了？要知道，Tata Consultancy Services Ltd. 的 BI 部门就正在开发一款实时分析顾客面部表情（比如疑惑、愤怒和厌烦等）的软件，基于店内摄像头捕捉的图像来对售货员的行为进行实时指导。

如果专家们的看法是正确的话，那么下一代的 BI 系统（或者如某些人所称的 BI 3.0）将是实时产生的内部数据和外部多重来源（比如社交媒体、新闻摘要、视频和感应型环境）的智能相结合的。

下一代的 BI 系统不仅将解决诸多典型操作所导致的延迟问题，而且 BI 3.0 技术还会把预测分析常态化，基于假设推测来进行实时决策。以往通常只在全球投资银行或者军事领域应用的复杂事件处理和海量数据的模式识别也将被 BI 系统所涵盖。每当一个客户询问某种产品时，基于顾客过往的偏好和当前场景，厂商可以用强大的分析软件来决定如何更好地服务该特定对象。Gartner 公司最近预测（大概也是使用了预测分析技术）到 2016 年为止，所有的企业将会使用下一代分析系统进行分析和预测。

但是，Gartner 的高级分析师 Carl Claunch 在 10 月举行的 consultancy's symposium event 上对企业提醒到：“这些展望并不是鼓励你马上就进行系统升级和扩容，对于企业而言，目前重要的是为这一切做好准备。”

商业智能系统对商业价值的提升

Howard Dresner 是一名独立的 BI 领域分析师，在对 200 家企业进行了关于移动 BI 战略的调查之后，Dresner 建议 CIO 们需要对移动 BI 应用的爆炸式增长做好准备。虽然移动 BI 应用出现在黑莓和其他智能手机上已经很多年了，但是 Dresner 认为这些手机的小尺寸屏幕是阻碍推广的拦路石，而 iPad 和其他掌上设备不存在这样的问题。Dresner 的调查表明 CIO 们都对移动 BI 的前景极为看好：“再不去了解移动 BI 将是非常不明智的。”与此同时，安全方面也受到极大关注，企业将不得不花大力气在数据保护上，如果移动设备丢失或者被窃，需要有相应的机制来擦除其上数据。

分析师和 CIO 们都认为在当前 BI 系统演变的过程中，企业面临的最大挑战是挑选合适的、能提升商业价值的 BI 工具，而不仅仅局限于去了解更多的信息。

Gartner 的 Claunch 认为在未来的几年中，企业将会发现新型 BI 系统(比如预测工具)在自己企业中的用武之地，他建议说：“那就是进行实际投入的时候了。”

商业智能系统的未来发展：预测分析

Atefeh Riazi 是纽约市房屋署的 CIO，他已经知道该在什么地方运用预测分析工具，以此促进为穷人和中低收入家庭提供便宜住房的工作。

下面是一个简单的例子：作为研究居住环境对提升居民生活质量影响这项长期工作的一部分，Riazi 的团队研究了摄像头对暴力犯罪的影响。常识性的假设是摄像头可以预防犯罪，但是在对近 10 年内的包括警察报告在内的多种数据源进行关联分析之后，Riazi 的团队发现摄像头对恶意破坏行为有作用，但是在放置两个月后就对暴力犯罪没有任何效果了，除非和其他因素相结合，比如高效的通讯系统和路面巡警。这些研究结果将对安全方面的投资事项提供帮助。

Riazi 还提到类似的用途：指出什么样的房屋在不同规模的降水之后受到的损坏最大，以此为依据就可以采取措施避免锅炉房和电梯受到损坏。

在技术层面，Riazi 的团队采用多种 BI 工具，包括 SAP AG 的 BusinessObjects、IBM 的 Cognos 和 WebSphere、Visokio 的 Omniscio（一款运行在个人电脑上针对大数据集进行分析的应用）。但是，Riazi 认为这些产品并不是关键所在：“是相关技术来帮助我们进行更高端地分析和预测，因此我们才能变得更加主动。”找到具备分析工作所需技能的人才是最困难的，而让客户相信基于事实作出的预测结果可能更加困难，对此 Riazi 承认：“我们还处在起步阶段。”

尽管如此，Riazi 认为那些针对环境研究（从交通、超市、教堂等设施的便利程度，到相对抽象的家庭和睦程度等）的 BI 项目将会切实地帮助房屋署提升客户的生活质量。

“分析学将会把我们带到一个未知的领域，” Riazi 说：“我们所做的大量假设可能会最终被证明是错误的。当假设被证明为错误时，投资就会被转移到其他能获得更好回报的领域，而这样做可能会导致对业务和客户的损害。”

Wayne Eckerson 是 TDWI Research 公司的研究总监和 TDWI 的 BI Maturity Model 的作者，他同样认为 CIO 们做好预测分析的关键在于找到优秀的分析师，此外还依赖于企业自身的文化氛围。胜任 BI 工作的人不仅要善于思考而且还要有坚持不懈的精神，这些人喜欢进行尝试，了解数据和业务流程，并且知道如何使用工具 - 这样的素质组合确实是很少见的，所以也是比较昂贵的。这种工作的候选者可能来自 MBA 或者社会科学，同样也可能来自具有技术背景的人群。然而，Eckerson 认为如果企业的管理层没用于尝试精神的话，就算吸引到最好的分析师也没什么用。事实上，如果业务领导不是那种“让我看下数据”的类型，CIO 们可就束手无策了。

(作者: Linda Tucci 译者: 木易 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_43901.htm)

CIO 采用移动商业智能 推动新业务模式

移动商业智能 (BI) 应用程序的采用已经滞后于其它移动应用了。有各种各样的原因，从交付可交互式报表的技术困难程度到小屏幕以及对展示投资回报安全性的恐惧。

随着越来越多格式友好的平板电脑的涌现，预期移动商业智能的需求将继续上涨，而且不只是由 iPad 装备的高层次群体有需求。提供独立咨询服务的 Dresner 咨询服务有限责任公司最近发起了关于移动商业智能的调查，其中参与调查的 200 名 IT 领导者中，有 70% 的人预期他们用户群中有四分之一会在两年内只通过移动设备使用商业智能；有 25% 的人认为他们用户中的一半会这么做。

Forrester 研究公司预测，移动设备将在接下来的三到五年使笔记本电脑的移动商业智能应用黯然失色。Forrester 分析师 Boris Evelson 警告说，那些现在不为商业智能准备随时随地可访问做计算策略准备的企业，会面临“落后的风险”。

Chris Brady 是 Dealer 服务公司的 CIO，她完全认同在工作场所移动设备数量这样迅速扩散非常需要一套移动商业智能战略。在她的办公桌上，有 iPhone、windows mobile 手机、戴尔 Streak 平板电脑以及她的 iPad。她说：“我可能不需要用到所有这些设备，但我喜欢它们。”

现场动力智能

有的 CIO 欣赏移动设备的诱惑力，意识到其功能的重要性，这对于 Dealer 服务公司具有重要的战略意义，该公司是一家二手车经销和汽车贷款供应商。该公司最近决定关掉全国各地 80 多个办事处，把支持人员带到印第安纳波利斯公司总部去，只在区域当地留下销售人员密切关注他们的客户经销商。

Brady 说：“我们要现实一点，我们的经销商没有时间来我们的物理地点。我们最好关闭其中我们常去的地点。”

Brady 说，凭借其强大的情报能力，移动连接在商业中早已发挥了关键作用，而且她的小型商业智能专家团队在努力提供目标信息，这样雇员们就不必深入挖掘了。该公司非常依赖于 Information Builder 公司的 WebFocus 活动技术报表和计分板，它允许用户按自己的意愿灵活操作数据，而无需冒着搞乱数据集的风险。Brady 说，带有无线网卡和虚拟专用网（VPN）功能的笔记本（几年前还很酷）现在已经不那么吸引人了，因为人们已经“完全步入移动时代”。

Brady 说：“他们必须把电池充好。如果你的机器没有一直运行，那么启动需要一段时间。他们去经销商那之前，简单地用手指触摸一下，他们需要的客户信息就出来了。移动功能正是此需求的理想选择。”

“带上你自己的设备”正在崛起

Brady 说，在她实施 Information Builder 公司提供的移动解决方案后，她的情报人员现在“通过许多钻取功能获取大量数据”。该工具很适应 Active 技术应用，支持所有智能手机和平板电脑。她补充说，大部分时间，这些员工都会在家里用笔记本访问更大的数据集，这样他们就有更多的时间分析趋势和制作图表。在现场，他们也常常需要操作信息，他们需要一些关键数据来解决手头的问题。她说：“当你站在某个停车场时，如果你有 45 秒，这些数据就会搞得非常清楚。”

一些工作方式正在逐渐改变。该公司正在转向“带上你自己的设备（BYOD）”策略。对初学者来说，团队已经有技术可以有效交付商业智能应用程序给许多人。在正确的时机提供正确的信息给员工可以降低 IT 请求的数量，也降低了工人们在家准备工作的时间。可能最有意义的是越来越多的员工正在只通过移动技术来完成他们的工作。

她说：“你必须改变你的思维方式，这是可行的。现在，在人们的思维方式上这是一个巨大的转变。”

与Brady一起的其他CIO们经常说他们担心数据丢失,所以他们放弃了采取类似方案。但是她指出这种方案中数据不会驻留在设备上。她说:“最大的安全威胁仍然是用户行为。人们可以通过转发电子邮件造成更大的破坏。你们(那些有担心的CIO们)的这些想法多少会对移动商业智能的采纳有些阻力。不过对我来说,好处完全超过了可能发生的问题。”

(作者: Linda Tucci 译者: 冯昀晖 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchsmb.com.cn/showcontent_53444.htm)

iPhone 需要制定移动商业智能应用开发计划

随时随地都能访问商业智能的需求在持续增长，刺激了定制移动应用开发——尽管转移商业智能应用到移动平台上仍然面临诸多挑战。

开发你自己的移动应用程序有一定的局限性，甚至电子邮件和字处理应用也仍然存在一些移动外观差异因素带来的挑战。任何具有兼容浏览器的移动设备都可以访问常规的基于 Web 的商业智能报表，但是这仍然有一定困难，因为报表的提供对移动设备不是最优化的。Boris Evelson 是 Forrester 研究公司（位于美国马萨诸塞州剑桥）的一名分析师，他说：“因此，我几乎不曾看到过有任何人使用过这种方法。” Evelson 还说，业界对移动商业智能的兴趣一直在增长，但是仍然有一些事主要是由高级管理层和销售人员来做的。

Evelson 还指出，调整商业智能应用以适应移动设备是有可能的，而且基于服务器的应用可以自动调整所有商业智能报表以适应移动设备不同的外观展现。在更复杂的层面上，客户端应用程序可以被安装到移动设备上，支持完全的交互性，并支持在没有 Wi-Fi 无线网络的情况下断开连接使用。

主要的商业智能供应商已经提供移动商业智能产品了。Information Builders 公司开发了产品 WebFocus Mobile Favorites，它支持商业智能报表在带有移动浏览器的任何设备上分享展示。IBM 公司的 Cognos 8 Go Mobile 支持你使用黑莓或者 Windows mobile 设备浏览商业智能报表和记分卡，就像黑莓上的 MicroStrategy Mobile 所做的一样。

那么，为什么像 Ridley 公司和 Kroll Factual Data 公司这样的公司还会选择自己开发他们的移动商业智能应用程序呢？

其中一个因素就是，对于商业智能供应商来说，为 iPhone 这款流行的商务差旅人士喜爱的工具开发商业智能应用程序是比较困难的。Steve Brasen 是美国科罗拉多州博尔德市

企业管理协会的一名分析师，他说：“iPhone 的设计不支持本地代理；它完全是私有的。你不能在 iPhone 操作系统上写自己的应用程序。”

Brasen 说，他相信苹果公司将不得不调整其策略，支持为 iPhone 开发企业级商业工具，否则“长期来看他们最终会为此付出昂贵的代价。”

他说：“你可以拥有用于商业用途的黑莓，因为企业可以为黑莓创建定制应用程序。但是要为 iPhone 构建商业应用程序几乎是一场噩梦。”

位于科罗拉多州的 Kroll Factual Data 公司正在不惜一切代价寻求一种突破。Christopher Steffen 是该公司的首席技术架构师，也是其一家子公司的一名风险咨询顾问，他说，该公司有标准化的 iPhone，但是创建商业分析应用程序不是那么容易。既然如此，该公司希望从他们的 SQL Server 数据库，私有应用程序以及各种其它跨组织的数据源中取出数据。

Steffen 说：“这是一项艰巨的任务，但是在 2010 年，它对我们绝对是一个至关重要的项目。对于那些总是在出差路上，总是把他们的 PDA 装到口袋里的商务人士，发短信提醒的内容已经不够用了。他们希望看到明细报表，要给他们定制，那样他们可以与其交互。”

在 Ridley 公司（一家动物食品营养公司的控股公司）有超过 200 名销售人员在选择个人数字助手（PDA）时，都有规定的标准选择范围。基于 Windows 的 PDA 支持他们看到实时信息，比如：他们上次拜访的客户投诉了或者如果他们特定的饲料食谱或者配方发生了变化，都会有通知。

Jeff Kadlec 是加拿大 Manitoba 省 Winnipeg 市 Ridley 公司的 IT 主任，他说：“他们每个人都用移动设备访问我们的 ERP 系统（微软公司的 Dynamics AX），这样他们可以及时回答问题，因为高水平的客户服务与你给他们的手持设备上的应用功能水平是生死与共的。”

销售人员通过虚拟专用网络（VPN）连接到 Citrix 服务器场，它会连接到开发团队构建的可以在 Web 门户查看的 ERP 应用程序。它并不是一种富客户端的体验，但是它能满足工作需要。

Kadlec 说他在更小的屏幕上看到更多内容，但是这些设备不像台式机或者笔记本电脑那样功能强大。“我们希望看到更多趋势信息，还需要带有钻取的商业智能功能，但是我们现在做不到。我们需要更加实时的功能。我们现在已经有一些了，但是要得到信息时需要输入的内容太多了，不方便。”

在一般情况下，移动用户会感到沮丧，因为除非他们公司会标准化地采用唯一的 PDA 机型，但这本身就是比较困难的，因此 IT 不得不为多种外观因素构建应用程序。这就需要花费时间和金钱，因此用户不得不在项目线上排队等待获得他们想要的功能，或者等待他们在富客户端能用但是在手持上不能展现相同效果的功能改造。

第一步是选择较少的设备，但是这是一场战斗，因为大部分进入公司的移动设备都是走后门来的，而且应用程序开发会比较慢，因为这一组人想用 iPhone，而另一组人选择的是黑莓。

有一种可用的办法就是即将出现的桌面虚拟化。由于这种技术的进步，它可以消除不得不选择一种具体设备的问题，因为该技术号称可以运行在任何设备上。

Brasen 说：“桌面虚拟化不关心是否是在桌面台式机，笔记本电脑还是在 PDA 上运行，这正是它成功的机会，但是供应商们（VMware 公司，Citrix 公司和微软公司）远不像你想象的那么认为。这些不同的接口和外观展现仍然有一些问题，而且供应商们认为这些挑战还非常严重。”

(作者: Christina Torode 译者: 冯昀晖 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_48828.htm)

云商业智能使你与众不同

一个餐馆要用多少西红柿酱？是不是该上蟹肉饼了？所有类似的问题都是一个成功的餐厅经理必须要回答的。在餐饮业这个竞争激烈的行业中，成功与失败之间的分割线比牛肉片都薄，而获取这些问题答案的速度和方式能使你脱颖而出。

位于伊利诺斯的 Distribution Market Advantage (DMA) 正在尝试通过基于云的商业智能来帮助餐饮业的客户。Jim Szatkowski 是这家食品供销合作社的技术与数据服务副总裁，他认为相对于自建系统所需的资金和时间，基于云的方案是更好的选择。

“我们客户企业中的供应链专家能够核查相关的开销，他们可能想和供应商重新商定合同，同时还想知道到底消耗了多少西红柿酱。” Szatkowski 说：“当一个餐馆推出某种限时的供应时，经理需要确定所提供的产品在整个活动期间都是有供应保障的，对此每天我们提供相关的信息。”

基于云的商业智能应用对于 DMA 来说具有很大的实际意义，除了其规模和地理分布的原因外（有 11 个地区性的独立食品分销商，所有会员的总销售额达到了 30 亿美元），Szatkowski 本身也反感复杂且昂贵的商业智能项目：“我们只想专注在自身的食品业务上。”

在调查了一些云商业智能服务后，Szatkowski 选定了 PivotLink Corp. 的应用。PivotLink Corp. 位于旧金山，是一家小型的云商业智能应用提供商（其他类似的公司还有位于马萨诸塞 Waltham 的 Oco Inc.、位于旧金山的 Birst Inc.、位于温哥华的 Indicee Inc. 等）。

基于云的商业智能可以快速投入实用

Grant McCormick 是 Imperva Inc.（加利福尼亚的网络安全设备厂商）的 CIO，他认为商业智能系统的快速上线是非常关键的：“我们采用了小规模的系统，实施时间只是数周，

而那些大型的商业智能项目通常会耗费大量的时间和金钱。”该公司现在采用 GoodData Corp.（位于旧金山）的云商业智能应用。

“GoodData 的产品使我们可以通过一定的方式来实现商业智能，然后向有需求的客户传递。对于每个新的数据集，以单独的项目来进行分析挖掘，并向新的用户集传递。而付费方式也是我所喜欢的：按使用付费。” McCormick 说。

Imperva 正在实施一个基于云的财务和 ERP 系统，其中的一些项目就是依赖于 GoodData 提供的技术。比如其中一项技术是为 150 名销售人员提供一个佣金汇总清单，另一项应用能够使经理对比计划来衡量结果。还有另外一个项目是同时从内部系统以及云端汇总数据以形成分析表。

针对普通对象的商业智能

目前的非盈利性组织大多缺乏相应资源来构建高端应用，云同样能为之带来商业智能的好处。位于德克萨斯的 Convio Inc. 为非盈利性组织提供市场营销服务，其中就包括基于云的商业智能应用。

Convio 的首席技术官 Dave Hart 说：“云计算带来的一个优点就是弹性，这对于商业智能应用来说是很关键的。快速扩充和缩减的能力可以节省投资，这对非盈利性组织尤为重要。基于这种技术，我们可以为非盈利性组织提供其能够承受的方案，使之拥有以前所没有的技术。”

基于其自己拥有的服务器和亚马逊的 EC2 服务，Convio 的商业智能应用还将和与 Force.com 的 PaaS 服务集成，然后由 Salesforce.com Inc. 对外提供服务。“这个应用确保数据存放在最合适的地方，其单点登入的特性使得真正的数据所在对于用户完全是透明的。”

云商业智能在全球的病毒式传播

Boris Evelson 是 Forrester 的分析师，他认为云应用随时随地访问的特性和按使用付费的模式使得一些商业用户直接抛弃了企业的 IT 部门：“这种潜在的趋势非常有趣。由于担心企业商业智能应用的缓慢速度使自己错过机会，经理们正在争相转向。”

然而 Evelson 也警告说：“企业不应该完全用云应用来取代传统的商业智能系统。比如对于关键性的内部管理系统，将其移到外部的风险是巨大的，因此不适合用云商业智能应用来取代。”

即便如此，对一个在全球范围内运行的企业来说，基于云的应用能够提供比内部系统更好的性能。

Imperva 的 McCormick 说：“如果依然采用客户端/服务器的架构，我们将不得不准备放置服务器的空间。” Imperva 的公司总部在加利福尼亚，而工程部门在以色列，这种地理上的距离使得系统性能波动很大。而通过云服务，以色列那边的性能变得可以接受，即便云服务提供商是在美国。

(作者: Stan Gibson 译者: 木易 来源: TechTarget 中国)

(本文链接: http://www.searchcio.com.cn/showcontent_50276.htm)