datentreiber®

Gestaltet für:

Gestaltet von:

Datum:

Version:

Analytik-Reifegrad

Anwendungen
(Business Applications)

Das Unternehmen betreibt Geschäftsanwendungen ohne die Daten zu analysieren, die im Rahmen des Geschäftsbetriebs anfallen. Beispiele für Geschäftsanwendungen sind CRM- und ERP-Systeme, Unternehmens-Websites und Apps, IT-gesteuerte Produktion usw.

Berichtswesen
(Business Reporting)

Das Unternehmen berechnet auf Basis der Daten aus den Geschäftsanwendungen sowie weiterer Quellen Kennzahlen sowie Schlüsselindikatoren (KPIs) und berichtet diese beispielsweise wöchentlich oder monatlich in Geschäftsberichten (klassische Business Intelligence).

Exploration
(Business Discovery)

Das Unternehmen analysiert die Daten, Kennzahlen und Schlüsselindikatoren und sucht nach Erklärungen und Auffälligkeiten, um seine Geschäftsprozesse und seine Geschäftsmodelle zu verbessern.
Hierzu nutzen die Mitarbeiter beispielsweise interaktive Dashboard-Anwendungen (Self-Service Business Intelligence).

Vorhersagen
(Business Forecasting)

Das Unternehmen nutzt seine Daten, um Vorhersagen über die Zukunft des Unternehmens oder des Marktes zu erstellen. Hierfür nutzt es fortgeschrittene Analysetechniken (Business Analytics).
Beispiele sind Umsatzprognosen, Kündigungsvermeidung, Kundenbewertung ("Lead Scoring") oder vorausschauende Wartung ("Predictive Maintenance").

Optimierung
(Business Optimization)

Das Unternehmen sucht in den Daten nach Optimierungspotentialen. Hierfür simuliert es mögliche Lösungen und analysiert deren Ausgang. Anschließend werden die gefundenen Lösungen mit dem höchsten Nutzenerwarten implementiert.

Automatisierung
(Business Automation)

Maschinen übernehmen selbstständig die Steuerung und fortlaufende Optimierung von Prozessen. Die Mitarbeiter des Unternehmens haben nur noch eine kontrollierende Funktion.

Autonome Analytik
(Automated Analytics)

Eine autonome Analytik entscheidet selbstständig, was passieren soll. Sie nutzt dafür präskriptive Analytik und führt die Handlungen selbst aus. Ein Entscheider ist nicht mehr involviert.

Präskriptive Analytik
(Prescriptive Analytics)

Präskriptive Analysen empfehlen, was passieren sollte. Sie evaluieren Handlungsoptionen auf Basis von Vorhersagen (Prädiktive Analytik) , simulieren unterschiedliche Szenarien und geben Handlungsempfehlungen auf Basis der Simulationsergebnisse. Präskriptive Analysen erfordern vom Entscheider die Entscheidung für eine Handlungsoption und die anschließende Ausführung der Handlung.

Prädiktive Analytik
(Predictive Analytics)

Prädiktive Analysen sagen voraus, was passieren wird oder könnte. Sie erstellen statistische oder stochastische Modelle, um Werte und deren Wahrscheinlichkeit zu prognostizieren. Eine prädiktive Analyse liefert einen Ausblick auf kommende Entwicklungen. Prädiktive Analytik basiert auf nicht-aggregierten und oft nicht-anonymisierten Daten. Ein Entscheider evaluiert auf Basis der Vorhersagen Handlungsoptionen und trifft entsprechend Entscheidungen. Für die Modellierung werden oft im Vorfeld diagnostische Analysen angewendet, um Muster zu identifizieren und mit Fach- oder Branchenwissen zu verifizieren. Deskriptive Analysen validieren im Produktivbetrieb die Gültigkeit und Nützlichkeit der Vorhersagen.

Diagnostische Analytik
(Diagnostic Analytics)

Diagnostische Analysen erklären, warum etwas passiert ist. Sie beschäftigen sich mit Mustern in den Daten, zum Beispiel Trends, Korrelationen, Ausreißer etc. Eine diagnostische Analyse liefert einen Einblick in die Mechanismen eines Unternehmens und eines Marktes. Diagnostische Analytik basiert in der Regel auf nicht-aggregierten Daten. Ein Entscheider nutzt die Ergebnisse einer diagnostischen Analyse, um zukünftige Maßnahmen zu planen und anzupassen. Um zu entscheiden, bei welchen Kennzahlen sich eine diagnostische Analyse lohnt, gehen oftmals deskriptive Analysen voraus.

Deskriptive Analytik
(Descriptive Analytics)

Deskriptive Analysen beschreiben, was passiert ist. Sie beschäftigen sich mit Kennzahlen und Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators, kurz „KPI"), welche die Zielerreichung messen. Eine deskriptive Analyse liefert einen Rückblick auf das Geschehen im Unternehmen und im Markt. Deskriptive Analytik nutzt in der Regel anonymisierte und aggregierte Daten. Die Ergebnisse der Analyse erfordern vom Entscheider noch ein hohes Maß an Interpretation der Zahlen. Oft schließt sich an eine deskriptive eine diagnostische Analyse an, um beispielsweise die Ursachen zu erforschen, warum ein Ziel nicht erreicht wurde. Als Basis für deskriptive Analysen dienen unter anderem Kennzahlenmodelle wie Treiberbäume, Balanced Scorecards oder das AARRR-Model (vgl. Kundenkontaktpunkte).

Wir treiben Ihr Unternehmen voran.

Gestaltet von: Datentreiber GmbH
Produziert von: stattys.com | 381-DATR406DE
Inspiriert von: GARTNER | http://www.gartner.com

Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International.
Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

datentreiber.de