

تحلیل داده با هوش تجاری چه مزایایی برای سازمان‌ها دارد؟

برای روشن شدن ارزش و جایگاه تحلیل داده با هوش تجاری Business Intelligence باید گفت هر فعالیت و تراکنشی در دنیای امروز تبدیل به داده می‌شود. و علم داده مهم‌ترین پایه و مبنای اساسی اسناد و تصمیم‌گیری‌ها است. آنالیز یا تجزیه و تحلیل داده عمده‌ترین و مهم‌ترین عملیاتی است که بر روی داده‌ها انجام می‌شود. علم داده بنیاد اصلی این آنالیز است و روش‌های مختلف را تعیین می‌کند. هوش تجاری نیز ابزاری است که نتیجه نهایی این آنالیزها را به تصویر می‌کشد. مقایسه می‌کند و به کمک آن می‌توان راه‌حل‌های مؤثری را در پیش گرفت.

هوش تجاری ابزاری است که داده‌های خام را به اطلاعات معنادار تبدیل می‌کند و در سازمان‌ها و کسب‌وکارها مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این ترتیب بخش‌های مختلف یک سازمان مانند منابع انسانی، امور مالی و حسابداری، بازاریابی، ارتباط با مشتریان و... از مزایای تصمیم‌گیری دقیق و سریع مبتنی بر داده بهره‌مند می‌شوند.

تحلیل داده با هوش تجاری به کمک اپلیکیشن‌ها و متدولوژی‌های مختلفی انجام می‌شود تا در نهایت از مفاهیم نهفته در داده‌ها بتوان استراتژی‌های مؤثر مدیریتی و عملکردی را در سازمان پیاده‌سازی کرد. و تصمیم‌هایی گرفت که با کمترین میزان ریسک و خطا مواجه هستند.

دنیای تجارت یکی از مخاطبان و مصرف‌کنندگان اصلی محصولات هوش تجاری است. در عرصه رقابت امروزی سبقت گرفتن از دیگران و کشف راه‌های جدید و مؤثر بازاریابی، نیازمند دقت و هوش و خلاقیت بالایی است که تحلیل داده با هوش تجاری نیاز به دقت و هوش را برطرف می‌کند تا مدیران تنها دغدغه خلاقیت داشته باشند.

هوش تجاری چیست؟

هوش تجاری سامانه‌ای متشکل از نرم‌افزارها و ابزار و خدماتی است که داده‌ها را تبدیل به بینش می‌کند. این بینش برای تصمیم‌گیری و مقایسه و ارزیابی به کار می‌رود. در تحلیل داده با هوش تجاری به جای فرضیات و شهود از داده‌های ثبت‌شده در پایگاه داده یک سازمان استفاده می‌شود تا تصمیم‌گیری‌ها بر اساس شواهد و حقایق ثبت‌شده باشند. هوش تجاری در عملیات تحلیل خود به کاربران گزارش‌ها، خلاصه‌ها، داشبوردها، نقشه‌ها، گراف‌ها و نمودارهایی را ارائه می‌دهد. و اطلاعات دقیقی از ماهیت کسب‌وکار و فرایندهای جاری در هر سازمان را به صورت بصری و قابل فهم نمایش می‌دهد.



هوش تجاری و اطلاعات بازار

تحلیل داده با هوش تجاری شرایطی را فراهم می‌کند تا داده‌های درون‌سازمانی پس از ارزیابی و نتیجه‌گیری قابل مقایسه با شرایط بازار باشند. در نهایت نیز بتوان با مقایسه و پیش‌بینی شرایط، راهکاری سودمند در دنیای رقابتی یافت. شناسایی بینش مشتریان، نیازهای مشتریان، الگوهای خرید، نظارت بر رفتار مشتریان و پیش‌بینی روند آینده بازار از امکاناتی است که به کمک هوش تجاری در اختیار مدیران قرار می‌گیرد تا با توجه به تغییرات بازار حرکت استراتژیک خود را هماهنگ سازند.

زمانی که هوش تجاری در حال رصد دائمی تغییرات بازار باشد، می‌توان واکنش به‌موقع نسبت به تغییرات سرنوشت‌ساز نشان داد. صاحبان کسب‌وکارها و مدیران به کمک توانایی رصد لحظه‌ای و به‌روز بازار می‌توانند تولید محصولات یا ارائه خدمات خود را

برنامه‌ریزی و از فرصت‌های به‌وجودآمده استفاده کنند. یا مانع از ضرر و هدررفت سرمایه خود شوند.

اگر می‌خواهید داده‌های سازمانی خود را به بینش‌های قابل‌استفاده و تصمیم‌های هوشمند تبدیل کنید، پیشنهاد می‌کنیم از طریق بنر زیر، [نرم‌افزار هوش تجاری \(BI\)](#) را بررسی کنید و تحلیل داده‌ها را به مزیت رقابتی کسب‌وکار خود تبدیل کنید.

کلیک کنید

برای دریافت دمو



هوش تجاری و یکپارچه‌سازی داده‌ها

روند شکل‌گیری کسب‌وکار و رشد سازمان به این صورت است که معمولاً یک هسته اولیه تشکیل می‌شود. و در مراحل بعد بخش‌های مورد نیاز توسعه می‌یابند. در این روند رشد از همان ابتدا زیرساخت‌های کافی و لازم برای یک سازمان بزرگ در نظر گرفته نمی‌شوند بلکه بسته به نیاز و رشد سازمان زیرساخت‌ها نیز توسعه می‌یابند. در چنین شرایطی معمولاً منابع داده‌ای مختلف و نرم‌افزارهای گوناگونی در قسمت سازمانی و اجرایی در حال جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات هستند که امکان برقراری ارتباط بین آنها به عنوان منبع مشترک داده‌ای برای بخش‌های مختلف قابل اجرا نیست. تحلیل داده با هوش تجاری راهکار مناسبی برای این شرایط است.

یکی از رسالت‌های اصلی نرم‌افزارهای هوش تجاری یکپارچه‌سازی داده‌هاست. معمولاً این نرم‌افزارها به گونه‌ای طراحی می‌شوند که قابلیت برقراری ارتباط با نرم‌افزارها و منابع داده دیگر را داشته باشند. و بتوانند از همه داده‌های مربوط و موجود برای تحلیل‌های خود استفاده کنند. نتیجه این یکپارچه‌سازی استفاده از داده‌های به‌روز و بلادرنگ در انجام فرایندهای تحلیل با هوش تجاری است که موجب بالارفتن ضریب اطمینان و کارایی آن می‌شود.

هوش تجاری و توسعه مدل کسب‌وکار

با در اختیار داشتن تمام داده‌ها در یک سیستم یکپارچه و تحلیل داده با هوش تجاری می‌توان تمام فاکتورهای مؤثر در توسعه کسب‌وکار و سازمان را به شکل هم‌زمان و در یک داشبورد مخصوص بررسی کرد و به نتایج مطلوب و صحیح رسید. معمولاً در توسعه مدل کسب‌وکار از شاخص‌های کلیدی مختلفی استفاده می‌شود که هر کدام از آنها از یک بخش از سازمان گرفته می‌شوند. اطلاعات انبارداری، مالی، حسابداری، منابع انسانی، ارزیابی عملکرد، تحلیل رقبا، بازاریابی، ارتباط با مشتریان و پشتیبانی، تولید و ... همگی در شکل‌گیری مدل کسب‌وکار مؤثر هستند.

تحلیل داده‌ها و ارزیابی جداگانه هر کدام از این دسته اطلاعات اگر به کمک هوش تجاری انجام نشود، ممکن است امری زمان‌بر و همراه با خطا یا عدم تطابق داده باشد. اما به کمک یکپارچگی که به وجود می‌آید می‌توان تمام نیازمندی‌های انتخاب یک مدل کسب‌وکار را به کمک هوش تجاری در اختیار داشت. و مدل مناسب را انتخاب و پیاده‌سازی کرد.



هوش تجاری و استراتژی فروش

یکی از جذاب‌ترین مباحثی که به کمک هوش تجاری به نتیجه می‌رسد، تعیین استراتژی فروش است. تحلیل داده با هوش تجاری این امکان را فراهم می‌آورد که رفتار مشتریان را در بازه‌های زمانی مختلف در نظر گرفت و بسته به استقبال آنها و تغییرات بازار؛ استراتژی مناسبی را برای افزایش میزان فروش و ارائه خدمات پیاده‌سازی کرد. همچنین به کمک مقایسه گردش مالی، تعداد فروش، وضعیت رقبا، سیاست‌های اجرایی، شرکای برون‌سپاری و موارد دیگر می‌توان بهترین راهکارها را در راستای افزایش بهینه‌سازی سازمانی و فروش بیشتر در نظر گرفت و همچنین از نتیجه ارزیابی لحظه‌ها نیز با اطلاع بود.

مزایای تحلیل داده با هوش تجاری در عمل

هوش تجاری کمک می‌کند تا فعالیت‌های مدیریتی یک سازمان در تمام بخش‌ها اعم از امور مالی، بازاریابی، فروش، تحقیقات بازار و سنجش رقبا و موارد متعدد دیگر به صورت کاملاً آگاهانه و مبتنی بر نیاز و پیشینه داده‌ها باشد. هوش تجاری قدرت و توانایی تحلیل کلان داده یا بیگ دیتا را نشان می‌دهد. آنالیز بیگ دیتا کمک می‌کند تا سرمایه‌گذاری‌ها و استراتژی‌هایی هوشمندانه‌تر در دنیای رقابت تجاری امروز به وجود آید.

یکی از مهم‌ترین عوامل خطرناکی که در تحلیل داده به کمک نیروی انسانی وجود دارد احتمال خطا در تحلیل داده‌هاست که عوامل مختلفی چون خستگی و به‌هم‌ریختگی منابع در آن مؤثر است. در تحلیل داده به کمک هوش تجاری اگر دسترسی به منابع تضمین شده باشد، احتمال بروز خطای انسانی حذف می‌شود. و خطای ماشینی نیز تنها در مواردی وجود خواهد داشت که اختلال و ایرادی در برنامه‌نویسی‌های پایه وجود داشته باشد. در کل می‌توان مزایای تحلیل داده با هوش تجاری را در لیست زیر جمع‌آوری کرد.

- بهبود روند و کیفیت تصمیم‌گیری
- کشف بینش در کمترین زمان ممکن
- بهبود و ارتقای سطح بهره‌وری
- بهبود و ارتقای میزان فروش
- بهبود و ارتقای بهره‌وری مالی
- بهبود فرایندهای داخلی

- بازاریابی مؤثرتر
- صرفه‌جویی منابع مالی و پیش‌گیری از اتلاف هزینه
- یکپارچگی اطلاعاتی و اتصال بخش‌های مختلف به یکدیگر
- بهبود عملکرد کارکنان
- بهبود فرایندهای تولید
- ارتقای سطح رضایت و افزایش وفاداری مشتریان



کارایی تحلیل داده با هوش تجاری

هوش تجاری ابعاد مختلفی از یک سازمان یا کسب‌وکار را مورد بررسی قرار می‌دهد. و راهکارهای مؤثری در راستای بهبود شرایط رقابتی و درآمدی ارائه می‌کند. هدف اصلی و

عمده هر سازمان، کسب درآمد بیشتر است که تمامی پردازش‌های هوش تجاری نیز در همین راستا انجام می‌شود. نرم افزار هوش تجاری دیدگاه چارگون یکی از بهترین و سودمندترین ابزارهای هوش تجاری است که اثربخشی بالایی در بهبود کیفیت امور سرمایه انسانی، آموزش و توسعه کسب‌وکار، مدیریت عملکرد، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی دارد.

عوامل متعدد و مختلفی وجود دارند که بستر موفقیت یا شکست هر سازمان را مهیا می‌کنند. هوش تجاری دیدگاه تحلیل‌های مختلفی را در اختیار کاربران در عرصه مدیریت سازمان قرار می‌دهد. گزارش‌ها، تعیین سطح دسترسی کاربران، بصری‌سازی داده در قالب نمودارها و داشبوردهای مختلف، سنجش KPI و قابلیت شخصی‌سازی تنظیمات در به دست آوردن تحلیلی دقیق و مؤثر از داده‌ها کمک می‌کنند.

سخن پایانی

برای مدیران و صاحبان کسب‌وکاری که دو دهه پیش فعالیت کرده‌اند، حتی تصور اینکه تنها با انجام چند تنظیم و فشردن یک دکمه می‌توان نتایجی را مشاهده کرد که در گذشته نیاز به ساعت‌ها محاسبه و ارزیابی داشت - و خالی از امکان خطا هم نبود- بسیار لذت‌بخش است. اما این امر در حال حاضر یکی از متداول‌ترین راه‌های ارزیابی و تحلیل داده است که به راحتی و سهولت انجام می‌شود و هر روز نیز شاهد پیشرفت و کارایی بیشتر این راهکار در دنیای مدرن امروزی هستیم.

تحلیل داده با هوش تجاری در ابعاد مختلفی انجام می‌شود. و تنها به ابعاد تجاری محدود نیست و در عرصه‌های علم پزشکی، پژوهشی، اجتماعی و هر زمینه‌ای که داده در تعیین

سرنوشت آن نقش داشته باشد مؤثر است. داده‌ها به صورت‌های مختلف متنی، عددی و تصویری قابل تحلیل و ارزیابی هستند و می‌توان در داشبوردها، گزارش‌ها یا امکانات بصری‌سازی نموداری و تصویری هوش تجاری به هر شکل که لازم باشد، آنها را تحلیل و نتایج را دریافت و مقایسه کرد.

دنیای کسب‌وکار عرصه رقابت پیشگامان کاربرد ابزار دیجیتال شده است. هوش تجاری هر روز امکانات بیشتری را برای رسیدن به اهداف رقابتی و توسعه کسب‌وکارها فراهم می‌کند. با توجه به مزایا و ویژگی‌هایی که پیش از این آورده شد، استفاده از هوش تجاری هر روز رواج بیشتری می‌یابد. و کسب‌وکارها و سازمان‌ها در هر ابعاد و اندازه می‌توانند از مزایای هوش تجاری بهره‌مند شوند. و راه‌های مؤثری برای پیشی گرفتن از رقبای با توجه به تحلیل داده‌های موجود و لحظه‌ای بازار در اختیار داشته باشند.