

Link: <https://www.computerwoche.de/a/die-top-3-strategien-fuer-mobile-analytics,2539738>

Aberdeen zu mobile BI

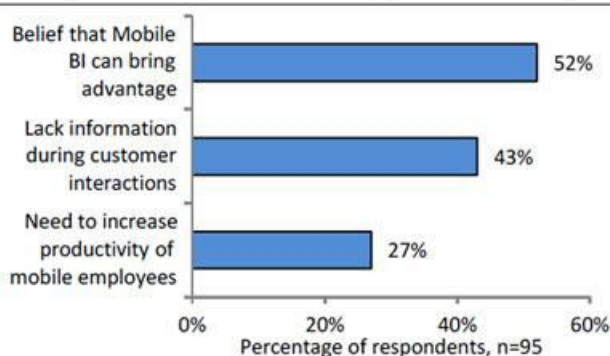
Die Top-3-Strategien für mobile Analytics

Datum: 25.06.2013

Autor(en): Andreas Schaffry

Nur ein Drittel der Unternehmen nutzt mobile BI für Entscheidungen und verschenkt so Geschäftspotenzial. Aberdeen nennt die drei wichtigsten mobilen Analytics-Konzepte.

Figure 1: Top Business Pressures Driving Mobile BI Adoption



Source: Aberdeen Group, March 2013

Mobile BI wird getrieben durch die Erwartung von Vorteilen im Business, zu wenig Information bei der Interaktion mit Kunden und der Anforderung nach mehr Produktivität für mobile Mitarbeiter.

Foto: Aberdeen

In vielen Firmen erledigen der Vertriebsaußendienst oder Servicetechniker Aufgaben unterwegs, indem sie per Smartphone und **Tablet-PC**¹ auf die entsprechenden IT-Prozesse im **ERP**²-Backend zugreifen. Manager und Führungskräfte wiederum wollen im Zug oder im Hotel auf betriebliche Kennzahlen wie Auftragseingänge, Verkäufe oder Umsätze zugreifen, um Entscheidungen auf Basis aktueller und verlässlicher Informationen treffen zu können. Doch bisher hat lediglich ein Drittel der Unternehmen ein Konzept für Mobile Business Intelligence (BI) umgesetzt, womit sich wichtige Kennzahlen übersichtlich aufbereitet auf mobile Endgeräte bringen lassen.

Zwei Drittel ohne mobile Analytics-Konzept

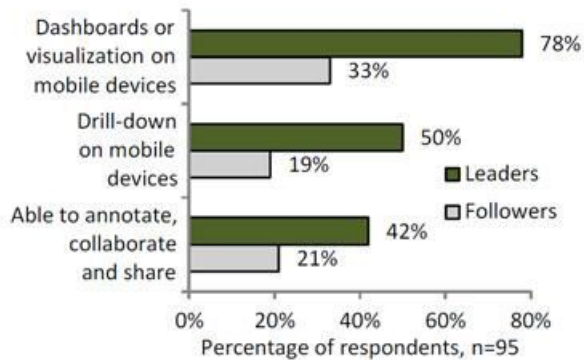
Zu diesem Ergebnis kommt die US-Marktforschungsfirma **Aberdeen Research**³ in der Studie "Decisions on the Move. Mobile BI 2013", an der etwas mehr als 300 Firmen und Organisationen teilnahmen. Die Studienautoren zeigen sich überrascht, dass zwei Drittel der Umfrageteilnehmer keine Initiative für Mobile Analytics haben. Von den Firmen, die mobile BI-Technologien einsetzen, rechnen 52 Prozent mit geschäftlichen Vorteilen. 43 Prozent wollen die Kundenkommunikation vor Ort effizienter machen und 27 Prozent die Produktivität der Außendienstmitarbeiter erhöhen. Der US-Marktforscher fragte Unternehmen auch nach ihren mobilen Analytics-Strategien. Die drei wichtigsten sind:

Erstens: 49 Prozent der Befragten sagten, dass sie den Mitarbeitern an der "Front" wie dem Vertriebsaußendienst oder den Service-Technikern durch mobile BI die für ihre Arbeit erforderlichen kritischen Kennzahlen und Auswertungen zur Verfügung stellen wollen.

Zweitens: 44 Prozent haben vor, mithilfe **mobiler BI**⁴-Technologien eine einheitliche Sicht auf entscheidungsrelevante Daten zu schaffen.

Drittens: 34 Prozent nannten als Zielsetzung, das Management und weitere Entscheider über ein mobiles Dashboard mit den für ihre Tätigkeit relevanten Kennzahlen versorgen zu wollen.

Visualize, Analyze, Collaborate



Source: Aberdeen Group, March 2013

Bei mobile Analytics spielen Dashboards sowie Funktionen für Visualisierung, Drill-Down und Collaboration eine wichtige Rolle.

Foto: Aberdeen

Diese drei Top-**mobile-BI-Strategien**⁵ hatten die Marktforscher in derselben Reihenfolge bereits bei einer Vergleichsstudie 2011 ausgemacht. Da Unternehmen mobile Analytics-Projekte unterschiedlich schnell angehen, unterteilt Aberdeen diese in "Leader" (Vorreiter) und "Follower" (Nachahmer).

Mobile-BI-Vorreiter: Ein Viertel mehr Umsatz

Dabei ziehen die Vorreiter einen größeren Business-Nutzen aus der Entscheidungsunterstützung durch den Einsatz mobiler BI-Anwendungen als die Nachahmer. Die Leader haben im Jahresvergleich ihre Umsätze um ein Viertel (Follower: elf Prozent), die Kundenbindung um 21 Prozent (Follower: acht Prozent) und das Betriebsergebnis um 17 Prozent (Follower: zehn Prozent) gesteigert.

Das liegt unter anderem daran, dass zwei Drittel der Leader bereits Prozesse etabliert haben, die gewährleisten, dass BI-Daten konsistent und synchronisiert bereitgestellt werden. Bei den Followern sind es nur 22 Prozent. 78 Prozent der Vorreiterbetriebe nutzen auf Mobilgeräten **Dashboards**⁶ und Visualisierungstechniken für Datenanalysen, dagegen nur ein Drittel der Mitläufer. Die Hälfte der Leader verwendet zudem Drill-Down-Funktionen, bei den Followern sind es nur 19 Prozent. Die Möglichkeit für Notizen und Collaboration bieten 42 Prozent der Vorreiter. Bei den Nachzüglern ist es die Hälfte. Nicht zuletzt gewährleisten 24 Prozent der Leader, dass die eingesetzte mobile BI-Lösung auch im **Offline-Modus**⁷ genutzt werden kann. Bei den Followern sind es zwölf Prozent.

Links im Artikel:

¹ <https://www.computerwoche.de/k/tablet-pc%2C3453>

² <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/ERP>

³ <http://www.aberdeen.com/Aberdeen-Library/8467/AI-mobile-business-intelligence.aspx>

⁴ <https://www.computerwoche.de/a/business-intelligence-tools-fuer-unterwegs%2C2536873>

⁵ <https://www.computerwoche.de/a/allzeit-gescheit-geschaeftswissen-wird-mobil%2C1235892>

⁶ <https://www.computerwoche.de/a/management-cockpits-und-dashboards%2C2353637>

⁷ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/Offline-Modus>