

# Como o Business Intelligence pode melhorar os resultados da sua empresa?

IBM apresenta



*A análise de dados do BI é capaz de oferecer melhor compreensão do mercado, mapear o negócio e a concorrência.*

Um e-commerce de artigos esportivos obteve resultados ruins de vendas no último semestre. Diante desse cenário, a área de Marketing resolveu lançar uma estratégia para impulsionar o consumo. Depois de algumas reuniões internas, que levaram em conta exclusivamente a opinião dos executivos da organização, decidiu-se fazer uma promoção de camisas de times de futebol brasileiros no site. Como o Corinthians e o Flamengo têm as maiores torcidas, seria coerente investir num desconto de olho nesse público-alvo, certo? Dentro de uma lógica linear, esse pensamento parece estar correto, mas não do ponto de vista da lógica exponencial. Há uma suposição de que o consumidor do e-commerce é torcedor desses times. Contudo, essa seria a realidade? A própria estratégia já começou com a dedução de que o mercado consumidor gostaria de comprar camisas de clubes brasileiros. Será? Os canais de vendas, pré e pós-vendas desse e-

commerce não poderiam fornecer indicadores mais assertivos para montar essa estratégia de promoção?

Apostar no ‘achismo’ e não levar em consideração indicadores fornecidos pelos clientes ou pelo mercado, como no exemplo hipotético acima, ainda é um dos principais erros de alguns negócios. Muitos executivos ainda dizem que é difícil fazer esse cruzamento de dados e que a área de Tecnologia da Informação não fornece o devido suporte para esse tipo de análise. Essa alegação poderia até ser verdadeira há uns quinze, vinte anos. Mas essa época das trevas, em que a Tecnologia da Informação não conversava com os indicadores internos e externos dos negócios, ficou para trás. Atualmente, com ferramentas de *Business Intelligence* (BI), a área de TI empodera a organização com informações valiosas para o negócio.

A análise de dados de BI é capaz de oferecer melhor compreensão do mercado a sua volta, mapear o negócio e a concorrência, com a análise de dados provenientes de diversos canais, inclusive redes sociais. E o bom é que esse tipo de tecnologia é acessível também para pequenas e médias empresas, que correspondem a quase 30% do PIB brasileiro.

A tecnologia é uma mão na roda para os negócios, contudo, para aproveitar todos os benefícios dessa ferramenta é preciso ficar atento às características de soluções de *Business Intelligence* que podem potencializar suas transações comerciais.

### **Dados à sua disposição**

Primeiro, estude a interação e a navegabilidade da ferramenta. Lembre-se que todos da organização precisam compreender como o sistema funciona, afinal os departamentos devem abastecê-lo com informações sensíveis ao negócio. Portanto, não adianta investir num sistema complexo. A ideia é que a plataforma seja intuitiva e que, em poucos minutos, pelo celular ou pelo desktop, um executivo da área de Vendas, Finanças, Marketing e até Recursos Humanos tenha acesso aos dados precisos para a tomada de decisões estratégicas.

Outro ponto que deve ser observado é a visualização e o compartilhamento de dados. Manter informações numa plataforma, mas não conseguir traduzi-las para a realidade da organização é o

mesmo que comprar peças novas para um carro que não anda. Os dois ficam expostos, bonitos na vitrine, mas não tem utilidade alguma. Neste ponto, escolha um sistema que em poucos cliques as equipes possam observar números da empresa em gráficos de simples compreensão. Isso, inclusive, facilita o engajamento entre as áreas para o compartilhamento de dados.

Para compreender melhor essa análise, vamos imaginar que um executivo da área de vendas, por exemplo, queira saber qual é o resultado das vendas regionais de um determinado produto. O sistema deve fornecer rapidamente, por meio da busca de palavras-chave, todos os dados referentes àquela pesquisa. Nesse ambiente, o executivo pode facilmente traçar comparações de vendas do produto por região e criar novos filtros como sexo e idade e para melhor entender o mercado consumidor.

A ferramenta de *Business Intelligence* ideal deve, portanto, permitir a pesquisa inteligente contextualizada, a interface intuitiva e a visualização desses dados por meio de gráficos comparativos. Para auxiliar o usuário, muitos sistemas também fornecem recomendações automáticas da melhor forma de visualizar os dados num relatório. Todos esses mecanismos ajudam os usuários a criar rapidamente conteúdo para a organização.

Não se esqueça também de observar a segurança da informação nesse processo! A solução de *Business Intelligence* escolhida deve proteger todos os dados da organização com camadas de permissões. O ideal é que o sistema também emita alertas para monitorar as principais alterações das informações ali armazenadas e crie históricos dessas modificações.

Ajude a sua organização a encontrar respostas precisas e oportunas, a partir dos dados gerados pela sua própria empresa, adotando ações para otimizar seu negócio!

### **Sete características de um sistema de BI que podem impulsionar os negócios**

- Controles de proteção de dados;
- Pesquisa inteligente contextualizada;

- Interface intuitiva;
- Visualização desses dados por meio de gráficos comparativos;
- Recomendações automáticas da melhor forma de visualizar os dados;
- Acesso pelo *mobile* ou *desktop*;
- Disparo de alertas para monitorar as principais alterações e agendamento de operações.

### **IBM Cognos Analytics**

Nesse sentido, a IBM, pioneira em tecnologias de *Business Intelligence (Big Data e Analytics)*, investe constantemente no aprimoramento de suas ferramentas para atender às necessidades do mercado. A solução de BI Cognos Analytics, por exemplo, ganhou recentemente novas funcionalidades com o objetivo de facilitar o cruzamento e a análise de dados num ambiente integrado e interativo para todas as áreas da organização.