

BIG DATA og BIG DATA strategi



Vi lever i en tid, hvor vores omfattende brug af digitale kommunikationsmidler som bl.a. mobiltelefoner og internet benyttes overalt i samfundet. Det medfører at der registreres data i store mængder hele tiden. Disse data kan i dag opbevares, kopieres og transmitteres meget billigt, og det offentlige er nu begyndt at stille en række store offentlige databaser gratis til rådighed for virksomheder. Dette giver alle virksomheder mulighed for adgang til BIG DATA og de muligheder det giver, for at minimere risici og øge sikkerheden i virksomhedens beslutningsprocesser ved systematisk at gennemtænke brugen af disse data sammen med virksomhedens egne interne data.

Vi vil i det efterfølgende forklare, hvordan virksomheder kan benytte eksterne offentlige BIG DATA sammen med egne data, for at opnå bedre, hurtigere og billigere beslutninger på en række områder hvor virksomheder normalt ikke har anvendt data, fordi det har været umuligt, besværligt eller dyrt.

Lad os være direkte og praktiske.

Data er nøglen til at sikre hurtigere, bedre og billigere beslutningsgrundlag i form af informationer, analyser og viden. BIG DATA er når store datamængder og mange typer data (typisk data vedrørende hele markedet, som alle "huse", alle "energimærker" osv.) fra forskellige eksterne og interne kilder (*f.eks. markedsdata, branchedata, logistikdata og egne salgs- og kundedata*) indsamles, opbevares, processes, analyseres og fortolkes.

Flere og flere konkrete data - BIG DATA - giver enhver virksomhed nye muligheder for at udvikle sig. Flere og bedre data, anvendt intelligent, er med til at minimere risici i beslutningerne og øge sikkerheden for at forblive konkurrencedygtig. Data kan skabe ny viden om kunder og markeder, der så kan bruges til udvikling af nye produkter og services, markedsføring, produktivitetsudvikling m.m.

Begrebet "BIG DATA" kan nemt blive pop smart og overfladisk uden indhold.

Som med al it-udvikling gennem tiden, så viser det sig at det kun er vores egen mangel på fantasi og viden, der sætter grænser for hvad vi kan med data, når vi først har involveret os i at se mulighederne. Her er nogle konkrete og nærværende eksempler på hvad BIG DATA blandt andet er, og hvad de kan bruges til.

Disse eksempler er fra danske virksomheders dagligdag, om hvordan de har lært at benytte BIG DATA i beslutningsprocesserne til planlægning og gennemførelse af den daglige drift, samt vedligeholde datagrundlaget for de beslutninger, der skal sikre virksomhedens fortsatte udvikling og indtjening.

Energibesparelserprojekter.

Energistyrelsen har nu åbnet op for adgang via webservice til alle landets energimærke rapporter. På www.danskebigdata.dk kan vi derfor give danske virksomheder i energibesparelsesbrancherne, mulighed for at finde frem til lige netop de bygninger og ejere som formentlig er interesserede i energibesparelserprojekter der kan betale sig. Hos danskebigdata.dk kan vi således levere et BIG DATA sæt der integrerer en række data fra Energistyrelsen med data fra BBR og CVR-registrene. Vi opdaterer disse data så hyppigt som det er muligt, og derfor kan vi også levere ændringer i bygninger og ejeres status. Vi leverer data i excel-ark klar til brug for analyser, beslutninger, kontakt m.m.

Cateringydelse:

En virksomhed sælger catering ydelser. De vil gerne sikre sig at de kørende sælgere besøger de rigtige kunder i den rigtige rækkefølge, så der ikke spildes tid på forkerte møde og for megen spildtid til kørsel. Her vil det rigtige BIG DATA sæt og rigtig software kunne medføre tidsgevinster på nogle gange over 30 %.

Fiber og bredbåndsforbindelser:

En virksomhed kæmper en hård konkurrence på markedet for fiber og bredbåndsforbindelser. Her vil et godt BIG DATA sæt kunne etablere en meget fysisk og præcis markedsdatabase på enkelt adresse niveau. Virksomheden vil hele tiden kunne se, analysere og få viden om hvilke kunder man har hvor, og hvilke man ikke har. Man vil kunne få at vide om kunderne i form af "ejendomme" skifter ejere, og man vil kunne anvende disse informationer til proaktive salgsaktiviteter. BIG DATA betyder at virksomheden ikke skal gætte på usikre markedsinvesteringer, men kan måle og sikre sig at de tiltag man investerer i giver et tilfredsstillende afkast.

Det lokale ejendomsmarked:

En advokat i Viborg lever af at vide hvad der sker på ejendomsmarkedet i Viborg. Denne advokat modtager hver uge en e-mail med et Excel ark, som fortæller om hvilke salg der har fundet sted i Viborg, hvem der har købt og solgt til hvilke priser. Ligeledes ved advokaten også hvem der har fået udført en energimærke rapport, selvom det gamle energimærke stadig er gyldigt. Det kan betyde at ejendommen skal sættes til salg. Advokaten kan derfor altid være mere vidende end sine ejendoms klienter i området.

Vinduespudsning:

Et vinduespudserfirma har specialiseret sig i vinduespudsning i Gentofte. De får løbende et Excel ark over hvilke butikker der er i Gentofte og hvem der ejer dem. De kender hele tiden deres markedsandel og de ved hvem de har som kunder og hvem de måske burde få som kunder. De kan også udregne præcise tilbud og udnytte at de kan få en konkurrencedygtig pris hvis de minimerer deres transport.

Vagt- og sikkerhed:

Et Vagt- og Sikkerhedsfirma har vagter kørende rundt om natten i bestemte områder. Med det rigtige BIG DATA sæt kan de hurtigt få kendskab til hvem der kunne være deres fremtidige kunder. Samtidig vil de kunne optimere ruterne som vagterne kører med brug BIG DATA og en effektiv kortløsning.

Landsdækkende detailkæde:

En detailkæde har 150 butikker rundt om i landet. Med de rigtige BIG DATA og den rigtige software (MasterPlan fra Gilling), vil de kunne forudsige hver butiks omsætningspotentiale, dens aktuelle markedsandel, og den vil kunne få at vide hvilke geografisk relaterede forhold til driver dens omsætningsmuligheder. Kæden vil herigennem kunne finde de butikker der klarer sig dårligere ned forventet og de butikker som man måske skal renovere, nedlægge eller generelt stramme op på. Kæden vil ligeledes kunne fordele sine investeringer meget præcist blandt butikkerne, så man får størst afkast for hver krone der investeres i de mange muligheder en sådan kæde har. Kæden har også en kundeklub. Man vil derfor kunne få mange nye data på medlemmerne og man vil kunne blive bedre til at rekruttere nye medlemmer, fordi man både ved hvem man har og hvem man ikke har.

Ejendomsmarkedet i Danmark:

En ejer af adskillige ejendomme, vil gerne følge med i hvordan ejendomsmarkedet for forskellige typer ejendomme udvikler sig rundt om i landet, for det gælder om at spotte en udvikling før andre gør det. Denne ejer får hver dag excel ark med data om bestemte typer ejendomme der sælges og købes, til hvilke priser og specielt hvem der køber dem, hvem der bor i dem m.m.

Ja, BIG DATA er blevet nødvendige som grundlag for en effektiv og produktiv drift.

Hvilke typer BIG DATA er der til rådighed?

Som vi fortalte, så begynder flere og flere offentlige styrelser nu at stille deres data til rådighed for offentligheden. Disse data rækker lige fra CVR-registeret med alle virksomheder, til energimærker, kortdata, adresser osv. Så fremover vil det blive muligt at indhente og integrere stadig flere data fra offentlige virksomheder i BIG DATA data sæt. Disse data vil også blive stadig mere opdaterede og i real tid. Med andre ord vil man f.eks. kunne få at vide, hvornår en virksomhed har skiftet direktør bare ganske kort tid efter, det registreres hos det offentlige. Eller man vil kunne få at vide, hvem der har fået nyt energimærke.

Nu er data og store datamængder ikke kun forbeholdt offentlige virksomheder. Mange private virksomheder driver også store databaser.

Gilling/The Human Decision er en af dem. Vi har i snart 20 år via samarbejder og egen indsats, levere data som:

- Digitale vejkort
- OIS (BBR, SVUR, ESR) data
- Boliger til salg
- Danmarks Butiksregister
- Stockmans butiksregister og center register
- Kvadratnet data (100m celler og opefter) med data om danskernes forbrugsadfærd, forbrugsmuligheder, køn, alder og mange andre sociodemografiske data
- §34 telefodata
- Smiley data med restaurationer og cafeer og kantiner
- Robinson data med personer der ikke vil modtage reklamer
-og mange andre typer af data.

Alle de data vi råder over kan integreres både i områder ned til 100x100m eller baseret på adresser.

Dette giver mulighed for etablering af BIG DATA sæt som kan integreres med virksomhedernes egne data.

Hvis man vil have glæde af de nye BIG DATA og de muligheder de giver, er det vigtigt at tage stilling til, hvordan BIG DATA kan integreres i beslutningsprocesserne.

Med andre ord bør man udvikle en BIG DATA strategi for virksomheden.

Jo før jo bedre, for der bliver kun flere data at tage stilling til.

Man kan nu spørge om, hvad der egentlig kræves for at man kan få glæde af BIG DATA?

Først og fremmest så kan BIG DATA ikke bruges i sig selv. Man er nødt til at have software, viden og erfaring med at vaske, integrere og analysere BIG DATA. Det er lige som at grave guld. En masse grus skal renses i vand, rystes i en maskine og siden hen filtreres og identificeres af et vågent øje.

Med BIG DATA gør det samme sig gældende. Data skal vaskes, f.eks. skal alle adresser samkøres, for at se om de er korrekte. Man skal enten købe eller hente mange af sine BIG DATA hos en offentlig styrelse. Dette kræver tit specialsoftware og dygtige it-folk. Så skal man have importeret data til sine databaser, oprette tabeller, felter og links. Alt sammen krævende arbejdsopgaver. Herefter skal man programmere dataudtræk og importere resultaterne i specialsoftware. Herfra skal der gennemføres analyser og udarbejdes rapporter.

Kun meget få virksomheder kan og vil have glæde af at gøre alle disse ting selv, så hvad gør man?

Med en BIG DATA strategi, der forklarer hvilke BIG DATA man vil anvende til hvad, bliver virksomheden klædt på og klar til at gribe disse nye muligheder, og ikke mindst undgå at sakke agterud i markedet i forhold til konkurrenterne.

Med en BIG DATA strategi bliver virksomheden også mere klar til at forvalte sit investeringsbudget mere optimalt. Måske er de BIG DATA man vil anvende fra det offentlige gratis, men det er ikke gratis løbende at have it-systemer til at indhente og integrere data i ens beslutningsgrundlag. Ligeledes skal man også overveje de organisatoriske konsekvenser og hvilke kompetencer man fremover vil få brug for.

En BIG DATA strategi skal besvare spørgsmål som disse:

- Vi træffer hver dag en række beslutninger om f.eks. kunder, produkter, myndigheder, investeringer, prioriteringer, sortimenter osv. Vi kan spørge os selv, om vi bruger for lang tid og har for store usikkerheder i vores informationsgrundlag? For her vil vi kunne få glæde af BIG DATA og integration af data, hurtigere analyser m.m.
- Hvilke faktorer afhænger vores salg og omsætning af? Hvis vi kender disse faktorer kan vi bedre forudsige konsekvenserne af f.eks. at åbne nye butikker eller køre salgskampagner.
- Hvem er vores kunder, og hvad ved vi om dem? Kan vi få mere at vide med BIG DATA? Med BIG DATA kan vores egne oplysninger om kunderne samkøres med eksterne oplysninger, så vi kan få mere at vide om vore kunder og deres behov og købsadfærd.
- Hvad er vores omkostninger til produktion, og hvordan vil BIG DATA kunne hjælpe med at nedsætte dem og øge produktiviteten? Bruger vi mange penge på transport og logistik, så vil vi givetvis kunne spare penge på at benytte BIG DATA til bedre booking, turplanlægning m.m.

Her er en mere "teknisk" skitse med de områder hvor man skal overveje nye muligheder og løsninger, fordele og ulemper. Svarene på disse spørgsmål er det første skridt i en BIG DATA strategi.

De konkrete fordele/ulemper med BIG DATA fra data opsamling til aktiviteter baseret på data, indenfor følgende områder:

Dataopsamling:
Dataregistrering:
Dataopbevaring:
Software udvikling til data processing:
Data processing:
Data analyser:
Data fortolkning:
Beslutningsgrundlag:
Plan baseret på data:
Aktiviteter baseret på data:

DanskeBIGdata.dk

Vi har stiftet www.danskebigdata.dk fordi vi vil udføre alt det tidskrævende, dyre og besværlige arbejde med at etablere brugbare BIG DATA sæt. Vi har også hos Gilling, udviklet al den software der kan benyttes til at få maksimal glæde af BIG DATA i næsten enhver type virksomhed.

Vi har også, gennem vort mere end 20-årige udviklingsarbejde med BIG DATA, fået megen viden og forståelse for hvordan BIG DATA kan udvikles til at skabe langt bedre forudsigelser og planlægning, end de fleste virksomheder i dag har mulighed for.

Først og fremmest gælder det om at stille en række helt bestemte spørgsmål. Det har vi skrevet en bog om, som lige er udkommet hos Amazon. Den hedder "In Search of PROFIT"

www.insearchofprofit.com og handler om hvilke beslutninger man træffer i en virksomhed, og hvordan disse beslutninger hænger logisk sammen. Med den viden kan man få store grupper af mennesker til at optimere beslutningerne i en virksomhed, herunder hvordan BIG DATA kan benyttes til dette.

Såfremt I er interesserede i en BIG DATA strategi, både hvad angår beslutningsoptimering, BIG DATA sæt eller software og systemer, så få altid gode gratis råd fra os – vi ved hvordan I kommer i mål og får en BIG DATA strategi og nogle effektive billige løsninger, der bare fungerer.

Ring til Finn Gilling på 60211704 eller send en mail på finn@gilling.com for en uforpligtende snak.