

# Kompletna kongresna rješenja za Vas



**ARA**  
ELECTRONIC  
Jeretova 44  
52100 Pula  
mob: 0916363730  
e-mail: info@ara-electronic.hr  
www.ara-electronic.hr

Usluge najma:

- audio, video i kongresna opreme
- opreme za simultano prevođenje
- scenska rasvjeta i bine
- projektori, video ekrani, LED ekrani, plazma televizori te brojne druge usluge...

...naših 25 godina iskustva Vama na usluzi!

cima korištenja mobilnog telefona, kupnje unutar trgovine, javnog video nadzora, podacima GPS praćenja, obrazaca ponašanja u vožnji automobilom, podataka o fizičkoj kondiciji, podataka s društvenih mreža, satelitskih snimaka, video prijenosa, popis se nastavlja – velikog oka *Big brothera*, sve dalje i dalje.

Rezultat toga je da su podaci poslovni fokus *du jour*. Danas tvrtke navode da ih „pokreću podaci“ i donose isključivo kvalitativno i kvantitativno zasnovane odluke. No tvrtke su također preplavljene podacima koji su im na raspolaganju i koje je potrebno analizirati s obzirom na strateška pitanja poslovanja.

Danas nije problem nedostatak podataka, nego kako odrediti prioritet, pristup i korištenje nepregledne mase podataka u realnom vremenu kako bi imali najveći mogući utjecaj na poslovanje.

Dok neke tvrtke ne znaju od kuda krenuti, ostale se još uvijek muče pokušavajući ići dalje od osnovnog izvještavanja. U nekim slučajevima, tvrtkama nije potpuno jasno kako analitički podaci mogu utjecati na organizaciju. No, sve više je tvrtki svjesnih vremena i prostora u kojem djeluju te one primjenjuju „BASAP“- sustav (engl. *Business analytics success pillars*, autora **Jesse Harriotta**) koji za sada uspješno odgovara zahtjevima koji se postavljaju pred tvrtke.

BASAP obuhvaća ključne aktivnosti i sličnosti koje dijele napredne i uspješne funkcije poslovne analize (analitike), BASAP mogu koristiti analitičari-profesionalci kao samokontrolu za ono što jest ili nije dobro obrađeno.

Stoga je cilj BASAP okvira usmjeravanje pozornosti organizacije na područja koja su ključna za uspjeh analitike (poslovne analize) i koja će osigurati optimalni povrat uloženog (ROI). On je okvir koji je ne samo razumljiv već je i prihvatljiv CMO-u i CEO-u, dok ga istovremeno pojedinačni analitičar ili *manager* (npr. *manager* prodaje) može koristiti kao program za dovođenje analitike na slijedeću razinu. To su slijedećih 7 točaka – potporna:

- 1. POSLOVNI IZAZOVI:** usklađivanje inicijativa analitike s najvećim poslovnim problemima s kojima se tvrtka mora suočiti;
- 2. PODLOGA PODATAKA:** podloga podataka koja će podržavati proces poslovne analitike mora biti snažna u pogledu pouzdanosti, valjanosti i upravljanja;
- 3. IMPLEMENTACIJA ANALITIKE:** ključno je osigurati da se analitička rješenja razvijaju i osiguravaju tvrtki imajući u vidu ciljeve
- 4. UVID:** analitičari moraju pretvoriti podatke iz informacija u obavještajni podatak i vid za organizaciju
- 5. IZVRŠENJE I MJERENJE:** analitičke podatke potrebno je aktivirati, te potaknuti radnje unutar organizacije i osigurati smjernice o tome kako pratiti rezultate poduzetih aktivnosti
- 6. DISTRIBUIRANO ZNANJE:** analitički podaci moraju biti dijeljeni na učinkovit i djelotvoran način te stavljeni na raspolaganje širokoj grupi dionika, kako pravila nalažu
- 7. INOVACIJA:** analitički podaci moraju biti neumoljivo inovativni, kako u analitičkom pristupu tako i u načinu na koji utječu na organizaciju, razvijanjem rješenja koja će zapanjiti i oduševiti kupce i potrošače

BASAP mogu koristiti i vođe (uprave) kako bi procijenili što jest ili nije uspješno u njihovoj strategiji poslovne analize (analitike). BASAP okvir sadrži sedam temelja (točaka potpore, stupova) koji su ključni za uspješnu implementaciju analitike. Oni nisu osmišljeni tako da ih je potrebno pratiti posebnim redoslijedom ili prioriteto, neovisno o specifičnoj situaciji, okvir točaka – potporna može se usporediti s temeljima kuće: sve su točke neophodne jer osiguravaju da kuća čvrsto stoji.

## Poslovni izazovi

Ključni korak bilo koje implementacije po-

slovne analitike zahtjeva jasno razumijevanje ciljeva organizacije, *poslovnih izazova* kako bi se osiguralo da je svako rješenje usklađeno i da se bavi *najvećim i najvažnijim* potrebama. Ovo zvuči očito, no riječ je varljivo jednostavnim konceptu koji je teško slijediti dosljedno. Svaka inicijativa poslovne analize mora biti zasnovana na ključnim poslovnim izazovima ili pitanjima, čiji će odgovori rezultirati povećanjem prihoda ili smanjenjem troškova tvrtke. Vrlo često se dogodi da analiza unutar organizacije postupno skrene u pravcu pitanja intelektualne znatiželje ili da postane tek funkcija podrške koja odgovara na pitanja u skladu ►