

Business Intelligence Review

ANO 1 • NÚMERO 1 • MAIO | JUNHO | JULHO DE 2008

by **MicroStrategy** 

MERCADO

Inovação e perenidade garantem liderança



MicroStrategy passa no teste da abrangência e profundidade das funcionalidades da sua solução. Como resultado, empresa é posicionada como “líder” no Quadrante Mágico 2008 do Gartner para plataformas de business intelligence, se sobrepondo à concorrência. “Este posicionamento confirma nossa oferta de produtos e serviços de padrão superior”, comemora Sanju Bansal, COO da companhia. (pág. 4)

ASP: modelo comercial para pequenas e médias empresas

Através de parceiros, MicroStrategy oferecerá solução de business intelligence, evitando que usuários arquem com custos imobilizados, sistemas ou equipamentos. (pág. 5)



TENDÊNCIA

Pervasive BI

Movimento marca a expansão do business intelligence dentro das empresas ao alinhar processos e disponibilizar informações relevantes e padronizadas a todos os departamentos tomadores de decisão. (pág. 8)

NA PRÁTICA

Dupla função

Com MicroStrategy, Avon analisa informações e agiliza novos negócios. (pág. 2)

Um passo à frente

IBGE unifica decisões e ganha velocidade. (pág. 3)

CARREIRA

Quem é você?

Especialistas traçam o perfil do profissional de BI. (pág. 6)

TECNOLOGIA

Sem traumas

Dashboards simplificam acesso a informações. (pág. 7)

PALAVRA DO EDITOR



É com imensa satisfação que lhes apresento mais este canal de comunicação da MicroStrategy com nossos usuários, prospects e parceiros.

A primeira edição da nossa newsletter traduz as principais tendências do business intelligence (BI) e como a MicroStrategy tem liderado e obtido reconhecimento pelo mercado. Uma das principais demandas tem sido a adoção do Pervasive BI e a disponibilização do BI em todas as interfaces com o cliente, fixas ou móveis. Acompanhando este movimento, a MicroStrategy desenvolveu os Dashboards Dinâmicos, tecnologia de última geração que facilita a rápida implementação do BI por toda a organização, proporcionando o alinhamento de processos à estratégia de negócios. A MicroStrategy também tem atendido o crescimento mundial do BI nas aplicações em dispositivos móveis, permitindo que os usuários cada vez mais utilizem ferramentas analíticas remotamente (web, celulares, smartphones, etc). A solidificação da liderança da MicroStrategy se confirma ao ser posicionada como “líder” no Quadrante Mágico do Gartner. Nossos clientes são fiéis e nossa tecnologia considerada inovadora no segmento de business intelligence, o que nos dá a certeza de que o caminho percorrido e os investimentos estão alinhados com as necessidades de mercado.

Agradecemos nossos clientes, parceiros e colaboradores pelo excelente desempenho conquistado pela MicroStrategy no passado recente e pelo potencial de crescimento que traçamos para os próximos anos. As pesquisas confirmam o aumento da importância do business intelligence dentro das corporações, justamente por viverem um ambiente econômico de altíssima concorrência e, agora, sem fronteiras. O BI dá às organizações a possibilidade de expandir negócios de forma sustentável e é para entregar aos nossos clientes esta vantagem que nos empenhamos dia-a-dia.

Flavio Bolieiro

Vice-Presidente Latam
MicroStrategy Brasil

Avon acelera negócios com novo ambiente de BI

Plataforma MicroStrategy permitiu identificar oportunidades de negócios e monitorar estratégias e ações de marketing

Transformar dados em informação gerencial para suportar o processo de tomada de decisão e alinhá-lo com os objetivos estratégicos da companhia, ganhando competitividade de um modo sustentável. Estes foram os principais objetivos que levaram a Avon Brasil, empresa que possui mais de 1 milhão de revendedoras, a investir em um projeto de business intelligence (BI) utilizando a plataforma da MicroStrategy. Entre os resultados que a Avon obteve com a implementação está a integração das informações provenientes de diversas áreas, análise mais profunda e complexa dos dados, maior agilidade na tomada de decisões, credibilidade e confiabilidade nos relatórios gerados.

Segundo Andréa Pereira, diretora de TI da Avon Brasil, antes do BI o processo de tomada de decisão era baseado em experiências e não em fatos concretos. Além disso, não existia um gerenciamento e uma apuração minuciosa das informações, que por serem originadas de diversas fontes muitas vezes eram conflitantes. A proposta do projeto foi desenvolver um data warehouse para facilitar a análise dos principais KPIs do negócio, a partir de um ponto de vista macro, chegando a uma perspectiva detalhada. E também identificar oportunidades de negócios, monitorar estratégias e ações e promover mudança de cultura.

“O nosso objetivo era analisar cada vez mais estes dados estratégicos e criar vantagens competitivas. Como resultado podemos citar a criação de relatórios que permitem à área de marketing ter acesso a dados referentes a cada campanha em específico, de acordo inclusive com a segmentação de revendedoras, e ainda, avaliar o comportamen-

to das vendas por região ou por idade do consumidor, permitindo a criação de ações mais efetivas. Foi possível ainda desenvolver um perfil mais analítico do usuário”, enfatiza Andréa.

O projeto de BI na Avon é de alta complexidade, devido ao grande volume de dados envolvido. A companhia realiza cerca de 19 campanhas por ano, sendo uma campanha nova a cada 19 dias, e gerencia mais de 1 milhão de revendedoras ativas e milhões de consumidores atingidos por campanha.

Várias mãos

Além disto, para conhecer as necessidades que determinariam o escopo do projeto, foram envolvidas as áreas de Marketing, Vendas, Supply Chain e Finanças, totalizando 24 departamentos.

A diretora explica que o envolvimento das áreas de negócios foi fundamental para o sucesso

“Criamos relatórios que permitem à área de marketing ter acesso a dados referentes a cada campanha em específico, de acordo, inclusive, com a segmentação de revendedoras”

Andréa Pereira, diretora de TI da Avon Brasil



do projeto, que também demandou a criação de duas novas áreas dentro da estrutura organizacional de TI: uma de Arquitetura de Dados em TI e outra específica de BI para atuar exclusivamente na entrega das informações. “O apoio de uma consultoria especializada, treinamento customizado e comprometimento do time foram fundamentais para o sucesso do projeto, que durou cerca de 18 meses. A escolha pela MicroStrategy aconteceu após visitas dos líderes de Negócios e TI em empresas de diversos segmentos, que utilizavam as mais variadas tecnologias e possuíam diferentes estruturas de equipe de BI.

O fato da ferramenta estar homologada e ser utilizada pela TI Global e a oportunidade de compartilhamento de ambiente com outros países também foram pontos a favor. ✨

NOVOS NEGÓCIOS

>> Dasa contrata Serviço Technical Advisory (TAS)

A Diagnósticos da América (DASA), o maior laboratório de medicina diagnóstica da América Latina, presente em nove cidades (São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba, Salvador, Cascavel, Fortaleza, Florianópolis e Goiânia), adquiriu as soluções de BI da MicroStrategy e contratou também o novo serviço Technical Advisory Services (TAS) para garantir o sucesso da implementação e otimizar o uso das aplicações.

Holdings de 15 diferentes laboratórios, a empresa precisava unificar e padronizar as informações, antes dispersas em diferentes ambientes e sistemas. Um dos fatores determinantes para a escolha dos produtos MicroStrategy foi o fato de a implementação ser realizada pela própria empresa, algo que facilita o contato e o alinhamento do projeto.

>> Dashboards e BI da Abril

O Grupo Abril é um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação da América Latina. Fornece informação, cultura, educação e entretenimento para praticamente todos os segmentos de público e atua de forma integrada em várias mídias. Em 2007, a Editora Abril publicou 314 títulos, dos quais 127 regulares e 187 edições one shots e especiais, além de ser líder nos vários segmentos em que opera. Para gerenciar todo este potencial, a empresa adotou a solução de business intelligence da MicroStrategy. O primeiro projeto será um dashboard com indicadores econômico-financeiros. O processo de avaliação foi realizado com diversos concorrentes durante 14 meses e ao longo deste período foram realizadas uma prova de conceito (POC) e uma detalhada qualificação técnica. A MicroStrategy foi escolhida pelos quesitos POC e depoimentos (em visitas) de clientes que já utilizavam a plataforma MicroStrategy.

>> Webmotors obtém com o BI maior compreensão das tendências dos negócios

Com a ferramenta de BI da MicroStrategy, a Webmotors, maior portal brasileiro no segmento automotivo, passou a gerar relatórios automaticamente e disponibilizá-los via web. A implementação do BI permitiu maior controle, segurança e agilidade dos dados e melhor compreensão das tendências dos negócios, trazendo mais consistência no momento de decisão de estratégias e ações. Além de uma visão direta dos objetivos e metas, devido aos dashboards intuitivos da plataforma MicroStrategy, do recebimento de alertas dos indicadores via e-mail e da criação de uma fonte única de informação.

Visão única e agilidade na tomada de decisão



Solução de business intelligence, inicialmente implementada nas áreas orçamentária, de pessoal e infra-estrutura, dá mais transparência e qualidade à gestão do IBGE

Agilizar a tomada de decisão, dar transparência e aumentar a qualidade da gestão. Esses foram os principais objetivos do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - ao investir na plataforma de business intelligence (BI) da MicroStrategy, no segundo semestre de 2007. De acordo com Sérgio Côrtes, executive director do Instituto, a criação desse ambiente informacional está diretamente ligada ao programa de qualidade da gestão institucional. O IBGE buscava uma solução que permitisse uma visão única das diferentes informações da gestão, provenientes de sistemas governamentais e corporativos.

O principal diferencial percebido com a utilização do BI foi a possibilidade de visualização, por meio de relatórios e gráficos, de informações essenciais, que já imprimiram a agilidade desejada no processo decisório. Além disso, o Instituto ganhou maior confiabilidade nos dados e transparência no trabalho realizado pela área administrativa.

Subordinado ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, o IBGE é o principal provedor de dados e informações do país, atendendo às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal.

Francisco J. Pereira, systems integrator do IBGE, explica que antes da implementação da plataforma MicroStrategy, embora o acesso fosse rápido, os relatórios eram pré-definidos e disponibilizados em formato PDF, o que dificultava o manuseio dos dados e não permitia nenhum tipo de análise. Além disso, as informações eram obtidas diretamente no banco de dados dos sistemas transacionais, causando um impacto negativo na sua performance.

Os sistemas governamentais do IBGE reúnem informações sobre a execução orçamentária e financeira (Sistema de Administração Financeira - SIAFI), despesas com diárias e passagens (Sistema de Concessão de Diárias e Passagens - SCDP) e também de pessoal (Sistema de Administração de Pessoal - SIAPE). Já os sistemas corporativos disponibilizam dados relacionados à infra-estrutura, como contratos realizados pela instituição com fornecedores e locadores de imóveis, controle de consumo e utilização de veículos.

Solução Departamental

Inicialmente a plataforma de BI foi implementada nas áreas orçamentária, pessoal e infra-estrutura. Segundo Pereira, cada um desses departamentos utiliza as informações disponibilizadas conforme a área de atuação, ou seja, a Coordenação de Recursos Humanos trabalha com as informações de pessoal, a Coordenação



de Recursos Materiais com as informações de infra-estrutura, e assim por diante. No caso da execução orçamentária e financeira, as análises permitem a observação dos valores planejados que serão utilizados durante um período de tempo, quanto foi efetivamente empenhado e quanto já foi pago, tendo inclusive informações do crédito ainda disponível. Na área de pessoal, é possível observar a distribuição espacial do quadro de servidores da instituição nas mais de 500 agências em todo o Brasil, além de aspectos relevantes, por exemplo, faixa etária, distribuição salarial no plano de carreira, entre outros.

Outros fornecedores foram avaliados, mas a superioridade dos recursos técnicos e visuais, incluindo gráficos e dashboards altamente atrativos e intuitivos, fizeram com que o IBGE optasse pela plataforma da MicroStrategy. "A partir dos modelos desenvolvidos e dos recursos oferecidos pela ferramenta, é possível acessar, em um único sistema, as informações provenientes tanto dos sistemas da instituição como dos sistemas governamentais. Além disso, trabalhamos agora com um data warehouse com perfil administrativo. Os relatórios são dinâmicos, permitindo diversos cruzamentos

e simulações de acordo com as necessidades específicas de cada uma das áreas e usuários. Os benefícios foram significativos para as áreas gestoras, que dependem muito das informações geradas por estes sistemas. O acompanhamento dos dados passou a ser fundamental para a negociação do orçamento, por exemplo. Com o BI, é possível saber quanto foi gasto em outros anos e comparar estes valores para saber quais serão os recursos necessários para o próximo ano, entre outras análises agilmente obtidas", ressalta Pereira.

O IBGE irá disseminar nos próximos meses a utilização da plataforma MicroStrategy para outras áreas, inclusive nas operações censitárias. "A ideia é iniciar um projeto-piloto para o acompanhamento das operações, para que, já no próximo Censo, a ferramenta seja amplamente utilizada pelos gerentes. Atualmente apenas os diretores e chefes das Unidades Estaduais da instituição têm acesso, mas o objetivo é ampliar o número de usuários de acordo com a disponibilidade de recursos para aquisição de novas licenças. O projeto teve início com poucas licenças, porém a ideia é dobrar este número em 2008", finaliza. *

“Com o BI é possível saber quanto foi gasto em outros anos e comparar estes valores para saber quais serão os recursos necessários para o próximo ano, entre outras análises”

Francisco J. Pereira, systems integrator do IBGE

Questão de confiança

Especialização, investimento em inovação e fidelização dos clientes formam o alicerce para solidificação da liderança da MicroStrategy

David Jones, diretor da consultoria inglesa Paragon, declarou há poucos meses, logo após a onda de anúncios das aquisições de grandes players do segmento de business intelligence (BI), que a receita para os fornecedores independentes neste segmento “é fincar o pé naquilo que eles conhecem mais: o nicho de mercado”. Especialização, investimento em inovação e fidelização dos clientes são os acréscimos feitos por consultorias como a IDC e o Gartner, quando está em jogo a construção de uma liderança.

Ao cultivar este perfil, a MicroStrategy foi posicionada como “líder” pelo Gartner no Quadrante Mágico 2008 para plataformas de business intelligence. A avaliação é baseada na visão e habilidade para implementação. Algo que, para o BI, segundo o mesmo Gartner, se traduz em “plataformas que permitem ao usuário construir aplicações capazes de auxiliar as organizações a conhecer e entender o seu negócio com mais profundidade”.

O BI esteve na lista de prioridades dos CIOs brasileiros em 2006 e 2007, segundo a IDC, e se mantém em 2008, conforme constatou pesquisa do Gartner feita com 1,5 mil executivos. No estudo, a consultoria calcula que 85% dos entrevistados esperam mudanças significativas nos próximos anos para atender às expectativas de negócios, além de levar a área de TI a fazer a diferença na estratégia corporativa. O Gartner descreve as empresas posicionadas no quadrante “líderes de BI” como fornecedores fortes na abrangência e profundidade das funcionalidades de suas plataformas, e que podem propiciar implementações em todo ambiente empresarial, de forma a dar total suporte a uma ampla estratégia de business intelligence.



A MicroStrategy comprovou total alinhamento com esta definição durante a conferência anual de usuários da empresa, realizada em janeiro último, quando alguns de seus clientes foram reconhecidos pela destacada performance de negócio baseada em aplicações de BI. A Geico, uma empresa do segmento de seguros para automó-

veis; a agência U.S. Postal Services; a Corporate Express US, um dos maiores fornecedores do mercado B2B de produtos para escritórios e de informática; e a Ryder, multinacional da área de transporte, logística e supply chain, estiveram entre os exemplos.

Inovação à flor da pele

Para assegurar a visão de um BI corporativo difuso, a MicroStrategy está comprometida continuamente com o aprimoramento e a inovação tecnológica das funcionalidades:

- **Performance otimizada**
para qualquer tipo de consulta ou análise;
- **Acesso instantâneo**
por milhares de usuários;
- **Visualizações avançadas**
e interativas por meio de tabelas e gráficos, ajudando os tomadores de decisão a entenderem os seus dados;
- **Nova interface**
de usuário que permite a livre exploração e navegação através de todo o data warehouse;
- **Alertas pró-ativos**
contendo informações relevantes disparadas automaticamente;
- **Inteligência**
incorporada automaticamente nas aplicações operacionais;
- **Disponibilidade contínua**
do ambiente 24/7 (24 horas por dia, 7 dias por semana) para missão crítica;
- **Informação disponível**
para todas as interfaces de usuários móveis e fixas;
- **Análises avançadas**
facilmente acessadas por todos os usuários de negócios.

A MicroStrategy tem grande orgulho da sua solução de BI e do alicerce que construiu para ajudar os seus clientes a caminharem rumo ao futuro

Sanju Bansal, COO da MicroStrategy

“Acreditamos que nosso posicionamento no quadrante dos líderes é a confirmação de que a MicroStrategy oferece aos seus clientes tecnologia e serviços de padrão superior”, diz Sanju Bansal, COO da companhia. “Continuaremos melhorando a nossa tecnologia para oferecer produtos e serviços premium a todos os nossos clientes. A MicroStrategy tem grande orgulho da sua solução de BI e do alicerce que construiu para ajudar os seus clientes a caminharem rumo ao futuro”, completa.

Confirmação

Os clientes corroboram com o posicionamento de Bansal. Pelo quarto ano consecutivo, a pesquisa The BI Survey identificou que as empresas usuárias do business intelligence da MicroStrategy são mais fiéis à marca. A companhia tem a maior confiança entre os fornecedores de BI, fato que vem crescendo ano a ano.

A fidelidade é um dos indicativos da satisfação do cliente em relação aos produtos e serviços do seu fornecedor, e é um fator crucial de sucesso. De acordo com a The BI Survey 7, o usuário fiel é aquele que mantém a plataforma em operação, compra novas soluções para melhorar o desempenho das aplicações existentes, adota o produto em detrimento de outros quando implementa novas aplicações, e prefere a marca em uso quando pensa em reduzir o número de fornecedores de BI.

“Como nos anos anteriores, a pesquisa identificou que os fornecedores com estratégias baseadas em aquisições cobrem um espectro menor de BI e, em alguns casos, perdem a confiança dos seus clientes”, afirma Nigel Pendse, autor da pesquisa The BI Survey. Segundo ele, com uma arquitetura única de produtos e o crescimento orgânico, a MicroStrategy conquistou o topo mais uma vez. “O fato é que nenhum outro produto alcançou o nível de consistência que os clientes da MicroStrategy atingiram”, completa.

A The BI Survey é a mais completa pesquisa anual feita por uma consultoria independente sobre o mercado e os produtos de BI. Este ano, o levantamento feito por Nigel Pendse teve a participação do BARC (The Business Application Research Center) e compilou cerca de 2 mil respostas captadas em cerca de 60 países.✳

Novo modelo de venda de BI para pequenas e médias empresas

MicroStrategy adere ao modelo ASP e passa a comercializar a solução de BI por meio de parceiros. Com isso, usuários não precisarão mais arcar com licença de software ou compra de servidores

A MicroStrategy deu mais um passo na sua estratégia de negócios e passa a comercializar, através de empresas de software parceiras, a solução de business intelligence (BI) no modelo Application Service Provider (ASP), a partir do segundo semestre. O objetivo da organização é permitir o acesso das pequenas e médias empresas (em inglês, SMB) à plataforma, sem a necessidade de arcar com o custo inicial de compra de licenças de software.

No modelo ASP, o cliente acessa a plataforma de BI da MicroStrategy que se encontra integrada à solução do parceiro e instalada em seu datacenter. Isso traz economia para quem adquire as licenças, já que não precisa investir em servidor e backup para acomodar a aplicação.

De acordo com Helio Soares Filho, gerente de parcerias e SMB da MicroStrategy, esta iniciativa representa para a empresa uma excelente oportunidade de atuação em um mercado onde muitas empresas ainda desconhecem o valor que as soluções de BI podem agregar ao negócio. Para ofertar o serviço, a MicroStrategy trabalhará com parceiros que já negociam soluções no modelo ASP. “Temos uma política comercial flexível para convergir com empresas de software interessadas em agregar a nossa plataforma de BI às

suas soluções”, diz o gerente.

A decisão de terceirizar a venda da solução de BI não foi um passo prematuro. Desde junho de 2007, a MicroStrategy vem repensando as suas estratégias comerciais e então criou a gerência de parcerias e SMB, sob o comando de Soares Filho. “Muitas pequenas e médias empresas tinham o interesse de ter acesso a nossas soluções, até pela credibilidade que possuímos no mercado. Redefinimos a comercialização e agora trabalharemos para esse nicho por meio de parceiros”, explica o executivo, dizendo que o ponto forte é atender a esses clientes com condições comerciais favoráveis, disseminando a cultura do BI.

Em primeiro plano

A solução de business intelligence da MicroStrategy possibilita um desempenho aprimorado e mais previsível dos negócios, disponibilizando a um grande número de colaboradores de uma empresa informações estratégicas que podem ser convertidas em ação. Oferece ainda uma variedade única de recursos de monitoramento, relatórios e análises, dentro de uma única arquitetura, permitindo aos gestores tomarem melhores decisões e atingirem as metas do negócio.

O gerente de parcerias e SMB frisa que a MicroStrategy estabeleceu critérios para a seleção de parceiros. “É essencial que tenham um bom posicionamento no mercado e tragam valor agregado a esse novo desafio da empresa”, diz. O primeiro contrato já foi fechado. Também já foram realizados treinamentos e capacitações das equipes e, no momento, o sistema está em fase de aderência entre as duas empresas. Soares Filho ilustra bem a exigência de se comprometer a um bom parceiro. “Isso só foi possível pela expertise de ambas as companhias”, afirma. ✳



Profissionais do futuro

Quem é e como deve agir o expert em business intelligence na opinião de especialistas



Com o aumento da concorrência em todos os mercados, é crescente a preocupação dos executivos em encontrar formas de facilitar e embasar a tomada de decisões estratégicas em uma empresa, mitigando as chances de erros. Uma dessas ferramentas, talvez a mais completa, é o business intelligence (BI), um espelho que reflete a situação da empresa em tempo real, através da depuração dos dados. Frente ao aumento da demanda por BI nasceu uma intensa busca por profissionais especializados na solução, capazes não só de implementar a ferramenta, mas gerenciar e cuidar da manutenção do sistema.

Apesar de ter sido criado há cerca de duas décadas, o BI vem conquistando dia-a-dia maior penetração no mercado, inclusive para médias empresas, especialmente em países em desenvolvimento como o Brasil. Para se ter uma idéia, uma pesquisa realizada pela International Data Corporation (IDC), em 2005, revelou que das 148 empresas analisadas (todas com faturamento acima de 300 milhões de reais), 38 delas já tinham ou estavam instalando o sistema e 29 já tinham projetos planejados.

Na esteira do crescimento, as empresas estão em busca de profissionais capacitados a manejar o BI. Mas quem é esse profissional? Para começar a tratar desse assunto é preciso derrubar o mito de que para trabalhar com BI é essencial ser expert em Tecnologia da Informação (TI). “A verdade é que nesse segmento existem dois públicos distintos”, diz Saulo Figueiredo, professor do curso de pós-graduação-MBA em BI das Faculdades Associadas de São Paulo (FASP). “O público com perfil técnico, que implanta a ferramenta e, por isso, precisa ter conhecimentos técnicos específicos; e o analítico, que usa a solução. Para este segundo, conhecimentos amplos sobre a empresa e o mercado são atributos mais importantes do que o domínio tecnológico. O ideal é que esse indivíduo tenha o perfil de um analista de negócios”, prescreve o professor.

É fato, porém, que grande parte dos profissionais que agora migram para BI vem do mercado de TI. São analistas e executivos que se viram envolvidos no desenvolvimento de aplicações para a tomada de decisão e para data warehouse, nas áreas de informação, marketing, vendas, ad-

ministrativa, financeira ou operacional, e então decidiram se especializar na solução.

Fato que aconteceu com Rosemeire Mathias, hoje coordenadora de sistemas da área de business intelligence da Avon. No mercado de TI há 15 anos, a executiva era a responsável pela área de sistemas para o departamento de marketing da empresa, quando, quatro anos atrás, surgiu a oportunidade de liderar um projeto de BI.

Trajatória

Como se trata de um campo novo, ainda não existem cursos de graduação específicos para esse mercado, sendo o mais natural para quem quer iniciar uma carreira em BI, segundo os especialistas, a escolha de uma formação na área de tecnologia, com análise de sistemas ou ciência da computação. Mas há quem opte por cursar administração ou marketing. Já para aqueles que desejam conquistar mais e mais espaço na profissão, além de cursos de pós-graduação com foco em BI, há vários Centros de Treinamento que também disponibilizam cursos específicos sobre a solução. “E, é essencial que o profissional busque alternativas para se manter atualizado, como a participação em eventos e cursos complementares e a leitura de bons livros. Conhecer o que está ocorrendo neste mercado, as tecnologias disponíveis e as inovações são elementos importantes para este tipo de profissional”, orienta Rosemeire.

Afora o que se pode aprender nos bancos escolares, o bom profissional de BI deve ter algumas características inerentes, que podem e devem ser potencializadas, como criatividade, boa comunicação, facilidade em formar parcerias e perspicácia analítica. Sua principal habilidade deve ser entender os tipos de decisão que as empresas precisam tomar, as perguntas que os gestores tendem a fazer e os tipos de dados que vão responder a estas questões, sabendo qual informação deve ser apresentada e em que formato.

“Creio que em alguns anos o mercado de BI será suprido por profissionais híbridos, experientes e pós-graduados na área, que dominarão tanto a tecnologia e as ferramentas, quanto a visão de negócios necessária para a implantação e gestão da solução. Pois é isso que o mercado procura, profissionais completos, com competência nos dois campos”, prevê Sandra Puga, professora e coordenadora do curso de pós-graduação em BI do Instituto Brasileiro de Tecnologia Avançada (IBTA).*

“Creio que em alguns anos o mercado de BI será suprido por profissionais híbridos, experientes e pós-graduados na área, que dominarão tanto a tecnologia quanto a visão de negócios”

Sandra Puga, professora e coordenadora do curso de pós-graduação em BI do IBTA

Crescimento profissional com MicroStrategy

Consciente de que o sucesso de um projeto de BI requer uma combinação de ferramentas apropriadas e habilidades do usuário final, a MicroStrategy criou um Programa de Educação voltado a habilitar profissionais ao uso da plataforma MicroStrategy. A iniciativa reduz os riscos do projeto e garante o sucesso da iniciativa de BI, acredita a empresa.

A iniciativa foi criada para ajudar o cliente desde o desenvolvimento do projeto até a implementação da solução, incorporando treinamento tanto para os desenvolvedores quanto para os usuários finais. As aulas acontecem em Centros de Treinamento ao redor do mundo.

Membros das equipes de projetos podem participar através da contratação de um pacote de alta relação custo benefício, chamado Perennial Education Pass (PEP), no qual é possível treinar uma equipe em um ilimitado número de cursos, presenciais e on-line (em qualquer lugar do país e a qualquer hora), incluindo os novos cursos eventualmente criados durante o contrato anual de treinamento. Os alunos do PEP também têm até 70% de desconto na compra do Programa MicroStrategy Certified Engineer (MCE).

Ao se tornar associado ao PEP, os gestores podem estabelecer um plano de treinamento de longo prazo para a sua equipe, mantendo o time sempre atualizado, e tendo total controle sobre os cursos feitos por cada membro do grupo e ainda sabendo de antemão exatamente quanto vão gastar no processo, através de pacotes que atendem a todas as agendas e orçamentos. Para solicitar mais informações sobre a grade de cursos, envie um email para treinamento_br@microstrategy.com *

Informação rápida e fácil

Os dashboards tornam informações e análises mais acessíveis a todas as áreas de uma empresa, e com dinamismo e facilidade popularizam o BI

As vantagens de um sistema de business intelligence (BI) são inquestionáveis. Informações confiáveis à disposição daqueles que precisam delas para tomar decisões estratégicas, no momento adequado, se transformaram em uma grande vantagem competitiva. E é neste cenário que os dashboards informativos, recurso dedicado a tornar ainda mais fácil a vida dos tomadores de decisões, vêm ganhando músculos.

A idéia dos dashboards surgiu nos anos 70, com um estudo sobre sistemas de suporte a decisões. No final dos anos 90, com a popularização da internet, vieram os primeiros dashboards nos moldes utilizados hoje. Muitos eram desenvolvidos pelas próprias organizações, para disponibilizar informações coletadas a partir de vários sistemas. Atualmente, os dashboards de negócios estão sendo rapidamente adotados como a nova face do business intelligence. Neste ambiente, um simples “bater de olhos” dá uma visão geral sobre a situação de uma empresa, bem como o acompanhamento de seus principais indicadores de performance. “É possível disponibilizar em um telão de plasma, dentro da empresa, indicadores importantes atualizados em tempo real”, conclui Christiano Baeta, gerente de pré-vendas da MicroStrategy.

Olhando de uma maneira simplificada, os dashboards são uma evolução dos relatórios estáticos, mas incorporam recursos de programação web, o que os tornam extremamente rápidos na resposta ao usuário, oferecendo um amplo leque de visões e mais opções de exploração da informação. Possuem formatos inovadores que permitem aos usuários navegarem intuitivamente e visualizarem sob diferentes perspectivas a situação do negócio, tornando possível identificar rapidamente os problemas e diagnosticar suas causas. “Por não requerer codificação, o usuário pode interagir com o dashboard de maneira muito mais fácil e rápida. É como se ele estivesse desenvolvendo um PowerPoint”, explica Baeta.

Apesar de úteis a todas as áreas de uma empresa, os dashboards atraem especial interesse dos altos executivos, principalmente porque proporcionam um acesso fácil e rápido a informações que suportam a tomada de decisões estratégicas. “Já temos vários clientes usando e diversos prospects interessados, grande parte são usuários nos níveis de presidência e vice-presidência”, afirma o especialista.

Pioneirismo

No começo de 2007 a MicroStrategy se tornou a primeira fornecedora de soluções de BI a oferecer uma plataforma totalmente integrada com dashboards de recursos de visualização e animação avançados. A solução, denominada MicroStrategy Dynamic Enterprise Dashboards, oferece dashboards intuitivos, que produzem visões mais aprofundadas dos negócios e que podem estar disponíveis a um número maior de usuários. “Hoje o que muitas ferramentas de BI disponibilizam são relatórios estáticos. O que diferencia a solução de dashboards da MicroStrategy é que ela é totalmente integrada



“Por não requerer codificação, o usuário pode interagir com o dashboard de maneira muito mais fácil e rápida. É como se ele estivesse desenvolvendo um PowerPoint”

Christiano Baeta, gerente de pré-vendas da MicroStrategy

à nossa plataforma, tendo sido desenvolvida pela empresa. Os outros fornecedores, em sua grande maioria, vendem produtos à parte, normalmente desenvolvidos por empresas que foram compradas, e que precisam ser integrados, pois não fazem parte do crescimento do produto principal”, comenta Christiano Baeta.

Incorporando o Adobe Flash®, os dashboards da MicroStrategy são visualmente atraentes e estabelecem um novo padrão de interatividade com dados corporativos. Os colaboradores conseguem trabalhar com seus dashboards, apresentá-los em reuniões ou analisar a performance da corporação em qualquer local, independente da disponibilidade de uma conexão de rede.

O software da MicroStrategy inclui uma ampla biblioteca de visualizações, que permitem in-

terações antes impossíveis com gráficos estáticos. Por exemplo, os usuários podem analisar uma seqüência de dados se movimentando na tela do computador como um filme, podendo “avançar” ou “voltar” sobre uma série em determinado período de tempo, pausando o filme e obtendo mais detalhes das áreas de interesse.

Finalmente, com configuração de níveis de segurança automáticos, um único dashboard pode atender a toda a empresa, sendo que cada usuário enxerga apenas os dados autorizados. ✱

Pervasive BI: afinal o que é isto?

À primeira vista este nome assusta a todos. Estará ocorrendo algum tipo de invasão? Tem fins inescrupulosos? É um BI maléfico? Perderei a confidencialidade das informações? Não! Não é nada do que você está pensando!

Pervasive BI (business intelligence) é uma tendência, uma evolução natural da aplicação de business intelligence nas corporações. É um movimento vertical (top-down) e horizontal (cross-departments), seguindo a sua aplicação desde o nível estratégico até o nível operacional. Este movimento é inter-departamental, porque todas as áreas da empresa – marketing, vendas, finanças, planejamento, produção – tornam-se alinhadas por métricas acordadas entre elas, compartilhando assim a mesma visão e objetivos.

Várias empresas estão implementando o Pervasive BI, com aplicações que acessam dados em tempo real para ações de CRM e campanhas de marketing, disparadas no instante em que as equipes de atendimento ou de vendas estão interagindo com o cliente. Além disso, análises, relatórios e dashboards podem estar disponíveis em qualquer formato ou em outros dispositivos como POS, smartphones, ATMs, etc. A aplicação do Pervasive BI é potencializada quando aqueles que estão na linha de frente, em contato com o cliente, conseguem em alguns instantes gerar novas oportunidades de vendas, upsell e cross-sell.

Tenha esta tendência recebido o nome “pervasive” ou tivesse ela recebido qualquer outro nome, o fato é que este movimento demonstra a expansão da importância do BI nas empresas. Este movimento tem como objetivo integrar e alinhar todos os processos, disponibilizando informações relevantes a todos os usuários que as necessitem de forma confiável para a tomada de decisão. O ideal é que estas informações os guiem assertivamente em direção às ações que precisam ser tomadas.

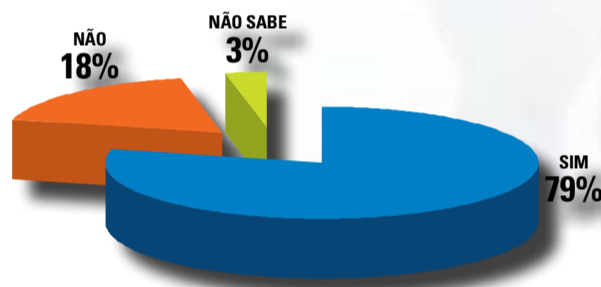
Para saber se a sua empresa está caminhando nesta direção ou não, basta analisar o grau de abrangência do BI em relação a todos os stakeholders.

Outra forma de avaliar se o projeto de BI está se tornando “pervasive” é se os dashboards estão entregando informações de melhor qualidade e em tempo real a uma gama maior de usuários, e se elas são específicas e pertinentes

ao bom desempenho da função de cada profissional.

Como seria o resultado da pesquisa abaixo em sua empresa?

A SUA EMPRESA POSSUI UMA SOLUÇÃO DE BI QUE EMPREGA DASHBOARDS DINÂMICOS E INTERFACES GRÁFICAS INTUITIVAS?



Se pelo menos 80% dos usuários responderem sim, ela já está à frente de seus principais concorrentes e estará ganhando mercado de forma muito mais ágil e inteligente.

Para ser pervasive, tem que ser fácil

Dashboards e scorecards são utilizados em um projeto de Pervasive BI para que todos os usuários vejam as mesmas informações da forma mais prática para otimizar e potencializar o exercício de sua função. Para ser pervasive, as interfaces gráficas devem ser intuitivas, de fácil criação e

manuseio pelo próprio usuário, proporcionando-lhe a capacidade de aprofundar-se em detalhes da operação (funções de drilldown), simplificando e agilizando a execução de suas tarefas, com o objetivo de potencializar a sua habilidade de monitorar e disparar ações de correção.

Pervasive BI, em resumo, é simplesmente uma maneira de conceituar um movimento em evolução, já sendo aplicado por empresas que conseguiram enxergar que a democratização do BI é uma forma eficaz de utilizá-lo como um veículo de integração entre estratégia, processos e pessoas, alinhados em busca de um mesmo objetivo. ✨

Empresas estão implementando o Pervasive BI, com aplicações que acessam dados em tempo real para ações de CRM e campanhas de marketing

Vivian Graf, gerente de marketing da MicroStrategy

EXPEDIENTE

Business Intelligence Review é uma publicação da MicroStrategy Brasil. End.: Av. Dr. Cardoso de Melo, 1340 - cj.52. Fone: (11) 3044.4811. www.microstrategy.com.br

Equipe Flavio Bolieiro, Vice-Presidente Latam MicroStrategy Brasil; Vivian Graf, Gerente de Marketing e Maria Carolina Fonseca, Analista de Marketing

Marketing, Criação e Produção Comunicação Interativa Fone: (11) 3032.0262 **Jornalista Responsável:** Jackeline Carvalho MT 12456.

Assinaturas ou cancelamentos podem ser solicitados pelo e-mail marketingbrasil@microstrategy.com | © 2008 Todos os Direitos Reservados