

Soluções Analíticas e Otimização de Negócios: A nova vantagem competitiva

Usando o poder do conhecimento para moldar os resultados dos negócios



Introdução

Quando a IBM introduziu sua visão de um mundo instrumentado, interconectado e inteligente – um planeta mais inteligente – isso esboçou como o insight acionado por dados está mudando fundamentalmente a maneira como o mundo funciona. A prova está aparecendo em todos os lugares, desde as prioridades de líderes de negócios até as novas soluções tecnológicas criativas, a transformação de todos os segmentos de mercado – um planeta mais inteligente está se tornando realidade.

Um dos melhores exemplos é a tecnologia por trás do computador IBM Watson e sua vitória no *game show* norte-americano *Jeopardy!*, que foi notícia em todo o mundo. O Watson venceu os dois maiores campeões deste jogo, resolvendo difíceis problemas de idioma natural, cobrindo uma vasta gama de tópicos mais rápido que seus oponentes humanos. Ele conseguiu analisar cada problema por meio de milhares de processadores, avaliar um número quase infinito de opções, fazer correlações relevantes e chegar à resposta correta mais provável com um alto nível de confiança... Tudo em menos de três segundos.

Esse desempenho de referência representou muito mais do que uma impressionante exibição do poder e da capacidade da computação para simular o raciocínio humano. O Watson revelou um vislumbre do importante potencial dos aplicativos analíticos – para pessoas, negócios e a sociedade.

A disciplina de análise abre a porta para negócios que procuram uma forma de navegar na turbulência provocada por recentes eventos econômicos e globais. Ela lhes permite ver o mundo como um horizonte inexplorado de oportunidades a serem identificadas e aproveitadas, ao invés de uma coleção de problemas desencorajadores. Padrões ocultos nos dados são revelados e as questões que antes não podiam ser perguntadas, podem ser respondidas. Quando aproveitado para otimizar a tomada de decisões, esse recurso pode se tornar uma força formidável para a diferenciação e sucesso: **Business Analytics and Optimization** (BAO).

A promessa final de BAO é a capacidade de antecipar e moldar os resultados de negócios e fazer escolhas com mais informações e confiança. O que seria possível conseguir se a sua organização tivesse todas as respostas *antes* de todo mundo? E se soubesse exatamente qual era o seu desempenho e precisamente por que as coisas estavam acontecendo? E se pudesse determinar de maneira confiável o melhor curso de ação em qualquer momento? Quando há a possibilidade de tomar as decisões corretas com base no conhecimento, pode-se conduzir uma mudança significativa, acelerar o crescimento e superar os concorrentes.

Conhecimento: a base do sucesso

Durante os últimos 30 a 40 anos, as empresas têm procurado diferenciar-se com base na eficiência do processo. Aquelas com cadeias de fornecimento mais simplificadas, melhor atendimento aos clientes e tempo de retorno mais rápido obtiveram maiores margens de lucro, o que lhes permitiu investir no crescimento dos negócios. Porém, hoje, embora o foco na eficiência continue a ser essencial, ele não é mais suficiente para criar uma diferenciação duradoura.

Nos dias de hoje e nesta era, a maioria dos concorrentes, senão todos, tem investido na melhoria da automação e da eficiência. Eles estão usando sistemas e processos similares e alcançando resultados comparáveis. É por isso que o insight sobre os negócios e resultados possíveis é tão importante. O verdadeiro conhecimento permite que organizações entendam melhor as necessidades dos clientes, gerenciem riscos e implementem os ativos de forma que não possam ser facilmente copiados pelos concorrentes. Essa é a qualidade de organizações que têm conseguido tanto sobreviver quanto prosperar no clima volátil atual de negócios.

Um olhar sobre esses negócios de sucesso mostra que eles têm muito em comum. Para esses negócios, a informação é um ativo vital. Eles dominam as informações e empregam aplicativos analíticos em toda a organização para conduzir uma ação significativa. Devido a isso, conseguem tomar decisões desde as escolhas operacionais diárias mais corriqueiras até movimentações de maior alcance estratégico de forma mais eficaz do que seus colegas. São, em suma, *orientados* pela análise e pelo conhecimento.

Juntas, a analítica de negócios difundida e uma plataforma robusta de suporte ao gerenciamento de informações são as chaves para agir com confiança e orientar os melhores resultados de negócios. Este é o princípio sobre o qual BAO é construído. Quando a informação é aproveitada como um ativo estratégico, e a análise é incorporadas à cultura e processos da organização, o potencial de impacto positivo é tremendo.

De acordo com um estudo recente com cerca de 3.000 executivos realizado pelo *MIT Sloan Management Review* e o IBM Institute for Business Value, as organizações orientadas pela análise possuem, de fato, um maior sucesso no mercado¹. Essas empresas têm a capacidade de obter uma visão clara da situação de uma fonte comum e conectada de informações. Como resultado, podem antecipar e moldar os resultados dos negócios para consistentemente superar seus concorrentes.

Pesquisas consideráveis confirmam essa observação. Uma análise conjunta realizada pela IBM / *MIT Sloan Management Review* e outros descobriu que:

- Empresas que investem em BAO possuem um insight melhor e, portanto, aumentam sua capacidade de gerenciar o desempenho dos negócios. Elas ultrapassam seus colegas com um crescimento 33% maior da receita, crescimento do lucro 12 vezes maior e retorno sobre investimento de capital 32% maior².
- Aquelas que têm bom desempenho são capazes de aproveitar a análise para saber as probabilidades *antes* de fazer suas apostas. As organizações com melhor desempenho têm 15 vezes maior probabilidade de prever e se preparar para o futuro ao avaliar as trocas proativamente³.
- Basear as decisões em fatos, não em instinto, cria retornos tangíveis. Organizações com capacidades de análise bem-estabelecidas possuem uma probabilidade três vezes maior de superar seus colegas do que aquelas que estão apenas começando⁴. Os CIOs de empresas com alto crescimento categorizam os dados proativamente em informações factíveis com uma frequência 61% maior e 29% mais probabilidade de garantir que os dados são confiáveis e seguros⁴. E, conforme mostrado na Figura 1 (na página seguinte), aqueles que têm melhor desempenho estão, em média, 5,4 vezes mais propensos a usar uma abordagem de análise, ao invés da intuição, em uma ampla gama de atividades de negócios.

A pesquisa também aponta para o valor da aplicação de um conjunto abrangente de recursos de BAO para melhorar os resultados dos negócios. As empresas que possuem esses recursos não estão mais focadas em responder "qual é o meu maior problema", mas sim "qual é a nossa maior possibilidade?". Elas estão progredindo, enquanto seus concorrentes são deixados para trás lutando com questões difíceis. Essas empresas conseguem ver padrões, correlações e valores atípicos em dados de todos os tipos, entender a história e o contexto de eventos e resultados e antecipar as mudanças que virão. Os líderes estão alcançando o crescimento, a diferenciação competitiva e o gerenciamento de custos ao fazer boas escolhas. Eles têm o conhecimento do que precisam para tomar as melhores decisões sobre o que os mercados procuram, como configurar e determinar o preço das ofertas e como tornar as operações mais eficazes e eficientes.

Nova abordagem, novas possibilidades

A pesquisa mostrou o valor, mas qual é exatamente a natureza de BAO? Como BAO difere de *Business Intelligence* ou de outros sistemas de suporte a decisão que podem estar atualmente em uso? As implicações para a forma como os negócios funcionam são de longo alcance e merecem uma consideração cuidadosa.

Na sua essência, BAO consiste em conectar as pessoas por toda a organização com informações confiáveis e relevantes, dando-lhes a capacidade de descobrir padrões, relacionamentos e dependências ocultas. Ela os ajuda a aplicar contexto e conhecimento para que entendam não apenas o que está acontecendo, mas *por que* está acontecendo. Os funcionários também têm uma ideia mais clara do que precisam fazer a seguir, para que possam agir com confiança para otimizar os resultados. Quando totalmente implementado, BAO pode permear toda a organização, otimizando todos os processos de negócios significativos e orientando ações importantes, todos os dias.

Análise: A marca do Alto Desempenho⁵

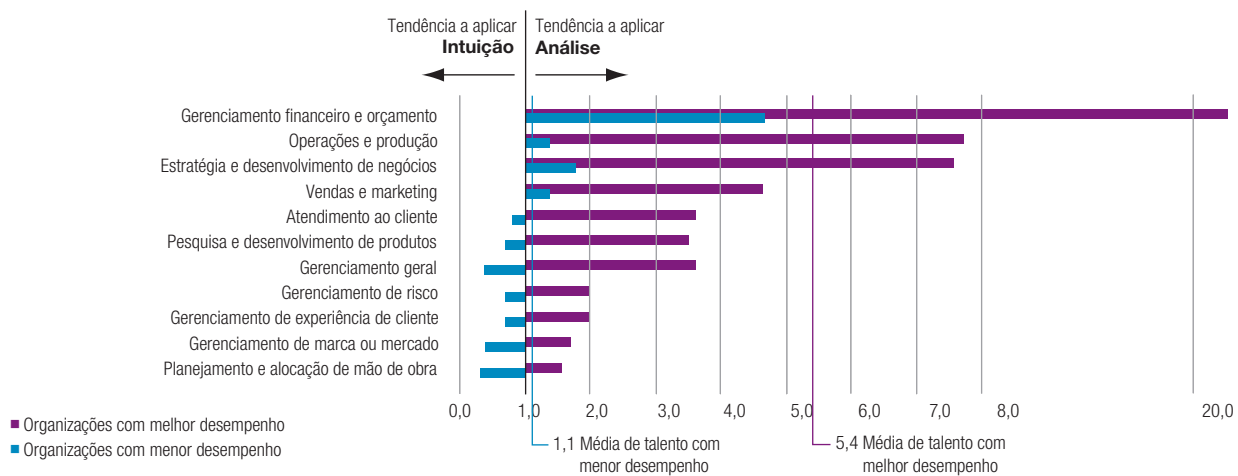


Figura 1: A tendência de organizações de melhor desempenho a aplicar a análise em atividades específicas por toda a organização, se comparada às organizações de menor desempenho.

Business Analytics and Optimization como um todo é um novo modo de ver, e aumentar o valor das disciplinas de gerenciamento existentes, bem-estabelecidas e difundidas. Tecnologias existentes, tais como *data warehousing*, gerenciamento de conteúdo e *business intelligence* são tecnologias de valor, por si só, mas é seu potencial de sinergia que faz a diferença. A possibilidade de benefício de negócios é muito maior se elas forem combinadas a um recurso de BAO integrado e abrangente.

Assim como os sistemas de Enterprise Resource Planning (ERP) são mais do que uma coleção de aplicativos de contabilidade, recursos humanos e operacionais, BAO é mais do que a soma de suas partes. Aborda um desafio crucial que as organizações enfrentam hoje: uma explosão de informação bruta que pode sobrecarregar os sistemas e processos existentes. Hoje, há tantos dados a considerar que é quase impossível saber por onde começar. Business Analytics and Optimization vai além dos recursos existentes, pois não só responde às perguntas conhecidas, mas determina as perguntas certas a serem feitas primeiro.

A Southwest Texas Medical Associates utilizou análise para ajudar as causas das consultas de retorno de pacientes e a planejar intervenções – e reduziu em 22% as internações hospitalares em apenas seis meses⁶.

Colocando o conhecimento no núcleo

Um diferencial importante de BAO é a extensão na qual está integrado aos negócios. Para produzir os resultados desejados e descobrir o valor das informações práticas ocultas nos dados, é necessário encontrar uma forma de obter conhecimento em tempo real. A organização precisa não só de informações de processo, mas também identificar os dados e conteúdos adequados para analisá-los, colocá-los no contexto e governá-los durante todo seu ciclo de vida. Isso requer a integração dos recursos de análise e das técnicas de otimização nos processos e operações de gerenciamento em toda a empresa.

Ainda mais importante do que tratar as operações do dia a dia é a incorporação das informações e da análise na estratégia e na cultura fundamental dos negócios. Quando funcionários em todos os níveis podem ter conhecimento baseado em informações confiáveis e úteis, a organização muda de uma maneira fundamental. De funcionários de vendas a representantes do serviço de atendimento ao cliente até aos executivos, todos podem atuar com o conhecimento de que estão sendo guiados para o melhor curso de ação. Isso confere fatos aos funcionários e lhes dá um contexto claro para a tomada de melhores decisões de negócios que os ajudam a atingir os objetivos estratégicos e operacionais.

Esta integração de BAO na malha do próprio negócio é o que permite a agilidade notável, em tempo real. Ela permite que a organização foque nos resultados e ajuste dinamicamente o que faz para alcançá-los. Ao vincular os requisitos de informação às necessidades de negócios, os resultados de negócios podem ser totalmente otimizados por toda a empresa, em todos os níveis. Cada movimento é baseado na informação disponível e não na intuição desinformada ou em políticas fixas que podem ter consequências não intencionais ou mesmo desconhecidas.

Construindo BAO

Business Analytics and Optimization é melhor definida como uma disciplina de gerenciamento suportada por um conjunto principal de recursos complementares, ao invés de uma solução única. Não é necessário implementar todos os componentes de uma só vez. De fato, muitas organizações já começaram a trilhar este caminho ao implementar as melhores soluções analíticas do mercado ou armazéns de dados confiáveis. Estas iniciativas podem gerar benefícios de negócios convincentes por si só. No entanto, esses benefícios se somam quando a organização continua na busca pelos recursos completos de BAO.

A capacidade de compreender, antecipar e moldar os resultados de negócios em tempo real pode ser alcançada por meio de uma série de recursos plenamente realizados. Estes recursos precisam ser suportados por uma agenda de informações específica para o segmento de mercado e situação única da empresa, bem como estar alinhados com a estratégia de negócios. O histórico de sucesso mostra que as empresas que mais progrediram neste caminho são as que estão colhendo os maiores benefícios. Elas se tornaram organizações baseadas em análise e conduzidas por ela.

Construir um recurso robusto de BAO implica fazer da análise e gerenciamento de informação uma parte integrante da estratégia de negócios, elevando-a para além de sua função de suporte tradicional a fim de permitir que a informação seja tratada como um ativo crítico.

A organização precisa definir cuidadosamente suas necessidades de otimização de negócios, entender como a análise influenciará a empresa no dia a dia e, especificamente, como desenvolverá sua estratégia e sistemas de TI para dar suporte ao novo recurso. Isso requer uma plataforma de informação altamente integrada para assegurar informações precisas, relevantes e governadas, entregues quando e onde forem necessárias.

Acesso a uma organização orientada pela análise

O objetivo de BAO é permitir que os negócios sigam o curso ideal de ação, com base em insight oportuno e informações sólidas. Um olhar sobre as principais empresas mostra claramente como BAO permite que elas se destaquem. Elas aplicam esses recursos para entender melhor os clientes, orientar decisões em tempo real, promover a tomada de decisões colaborativas e informadas e permitir a visibilidade da organização. Estas são áreas de foco críticas para o sucesso.

Aprimorar o entendimento dos clientes

Ir mais fundo na percepção do comportamento, interações, preferências e perfis do cliente é fundamental para sustentar o crescimento rentável. A capacidade de gerar e aproveitar esse conhecimento agora são maiores do que nunca. Além disso, para entender as tendências de compra e as oportunidades de venda cruzada, a tecnologia que hoje permite um conteúdo sofisticado e a analítica de mídia social, era impossível – ou até mesmo irrelevante – há alguns anos atrás. O que antes requeria pesquisas de opinião, pesquisas de mercado e semanas de esforço, pode agora ser realizado quase em tempo real. De fato, a analítica de conteúdo faz parte do que permitiu ao Watson executar tão bem as tarefas que até agora têm sido realizadas muito mais efetivamente por humanos.

Maior conhecimento pode ajudar a empresa a antecipar as necessidades de seus clientes para tornar suas ofertas mais atraentes. Além disso, hoje em dia as pessoas esperam que as empresas saibam, individualmente, quem são e o que querem. Os clientes de hoje são sofisticados e experientes. Eles sabem o que a tecnologia pode fazer e preferem fazer negócios com empresas que possam alavancar essa tecnologia para fazer suas vidas mais fáceis.

Ficar mais perto dos clientes ao capturar informações de prompt e precisas – e as interpretar corretamente – permite que as empresas mudem o curso e o resultado de interações. Por exemplo:

- *Redução da rotatividade de clientes* – Usando a análise para antecipar o que poderia causar falhas no relacionamento com os clientes pode permitir que a empresa se envolva proativamente com eles para corrigir problemas antes que se tornem problemas. Por exemplo, padrões de registros de responsáveis pela chamada e pelo faturamento podem alertar um provedor de comunicações sobre um cliente em situação de risco, que pode apresentar a este cliente uma nova oferta atraente, mesmo antes que ele manifeste sua insatisfação.
- *Otimização dos gastos com marketing* – No mercado de trabalho atual, um único tipo de produto não serve para todos e a customização pode ser um diferenciador crítico. Conhecer o cliente pode permitir a criação de promoções mais personalizadas e efetivas com base nas necessidades e desejos individuais, podendo reduzir o desperdício de gastos associados a ofertas não direcionadas. A análise comportamental pode aumentar ainda mais o impacto, ao melhorar a sincronização das promoções por meio de um entendimento mais profundo das tendências de mercado.

- *Aumento da produtividade de vendas* – Em um determinado dia, um representante de vendas pode ter centenas de prospectos para ligar. As organizações estão usando modelos de análise para identificar para quais prospectos ligar primeiro, permitindo-lhes obter resultados com apenas algumas chamadas, em vez de dezenas. Focar nos prospectos mais prováveis pode fazer a diferença entre realizar e perder uma venda.

Identificando o próximo provável comprador

Mesmo os melhores representantes de vendas podem nem sempre detectar todas as oportunidades. Às vezes, as informações necessárias para abrir novos mercados são bastante óbvias, mas permanecem escondidas em um monte de dados de clientes. O que é necessário para abrir a porta para mais vendas é a clareza e o entendimento.

ADP, o maior fornecedor de serviços de folha de pagamento e recursos humanos no mundo, está usando a análise de prevenção para encontrar novas oportunidades por meio do seu programa holístico Client 360. Ao obter insights sobre comportamentos de compra, oportunidades de atualizações de produtos anteriormente inexploradas agora são descobertas regularmente. A nova capacidade de buscar oportunidades específicas com base em tendências e padrões de dados dá à equipe de vendas da ADP uma chance muito maior de sucesso. Em um ambiente de negócios em que conseguir uma única venda de prospecto pode levar de 100 a 200 chamadas, os representantes de vendas da ADP têm conseguido, em muitos casos, realizar vendas com menos de 10 chamadas.

Orientar a otimização de decisões em tempo real

A maioria das empresas hoje em dia conta com processos de decisão bem-estabelecidos baseados em relatórios e análise de dados gerados após o fato. A planilha, o relatório de desempenho trimestral e a previsão de negócios são ferramentas padrão do comércio para qualquer organização, mas estes criam um atraso entre conhecimento e ação. Por definição, a administração está sempre usando informações antigas e abordando problemas que já foram resolvidos.

Esse tipo de análise de informações retrospectiva não é mais adequado para garantir as melhores decisões de negócios. O mundo está mudando muito rápido e há muita informação fluindo dentro da organização. BAO permite às empresas dar sentido ao fluxo de dados para criar diferenciação e vantagem competitiva, ao permitir que planejem melhor e sejam proativas ao abordar os problemas e as oportunidades.

Agir em tempo real por meio da integração de análise dos processos operacionais e de TI do dia a dia pode criar uma agilidade de negócios sem precedentes. Por exemplo:

- *Vantagem comercial* – Ter informações melhores e mais recentes que as de seus concorrentes pode fornecer uma vantagem crítica nas transações de negócios com os parceiros na cadeia de fornecimento. Uma empresa que conhece as condições de mercado e a demanda dos clientes antes de qualquer outra pessoa pode usar essas informações para obter melhores preços ou garantir o fornecimento.
- *Proteção contra fraudes* – Entender todas as interações com os clientes, conforme elas ocorrem na empresa e na cadeia de valor, pode revelar abusos que talvez passassem despercebidos. Usando a análise de padrões e a análise de prevenção, as empresas podem detectar atividades suspeitas e agir antes mesmo de a perda ocorrer.

- *Tomada de decisões em tempo real* – Encontrar a resposta correta quando a sincronização é crítica, como permitir que médicos aproveitem remotamente os dados de monitoramento para o cuidado de pacientes críticos, ou usar informações das últimas novidades para orientar a decisão de compra, pode ter um grande impacto nos resultados. Quanto mais rápido uma organização der sentido à informação e agir sobre ela, mais competitiva e ágil poderá ser.
-

Ter uma visão panorâmica, em tempo real

Nos serviços sociais, os beneficiários muitas vezes enfrentam um emaranhado desnorteante de agências, programas, regras e benefícios, alguns dos quais se sobrepõem ou não funcionam. É uma situação imoral que frustra os fornecedores e aqueles aos quais eles prestam auxílio.

A Alameda County Social Services Agency da Califórnia contornou essa situação com o primeiro Sistema de Relatório Integrado de Serviço Social (SSIRS), que a ajuda a entender toda a gama de interações com os beneficiários. O SSIRS permite que os assistentes sociais otimizem a gama de serviços prestados a cada cliente, reduzindo os pagamentos em excesso, controlando o desperdício e melhorando a produtividade.

Os benefícios alcançados são impressionantes. Relatórios que antes levavam dias agora são gerados em tempo real – e se economizou US\$ 7 milhões no primeiro ano. US\$ 11 milhões foram economizados ao eliminar 14.000 casos de faturamento duplo, mais de 600 ocorrências de registros múltiplos de clientes e 22.000 casos de prestação de serviço incorreta. O SSIRS também levou a um aumento de 50% na produtividade do atendimento aos clientes e uma economia adicional de US\$ 3 milhões. No entanto, o mais importante é que o novo conhecimento oportuno da agência está ajudando as pessoas a obterem os serviços de que realmente necessitam.

Promover a tomada de decisões colaborativa e informada

A capacidade de levar informações-chave para as mãos de todas as partes interessadas de maneira oportuna é um grande benefício de BAO. É isso que permite que a melhor tomada de decisões se torne parte da estrutura corporativa. Funcionários de todos os níveis ganham a capacidade de agir com base em informações reais, relevantes, oportunas e confiáveis. Eles podem ver os resultados de suas ações e trabalhar em conjunto para criar resultados positivos de forma muito mais efetiva.

Integrar BAO em toda a organização permite que as decisões que não requerem a intervenção humana sejam automatizadas. Os processos podem ser acelerados e as pessoas ficam livres para focarem nos casos que necessitam de sua atenção. BAO também permite aos trabalhadores assumirem um papel mais ativo na tomada de decisões, utilizando o conhecimento real em vez de regras fixas ou estimativas. Ao mesmo tempo, permite que a empresa considere mais informações para suportar essas decisões. Desta forma, o resultado provável de qualquer movimento pode ser determinado com uma precisão muito maior.

Quanto maior e mais complexa a organização, maior o potencial de melhoria por meio da colaboração. Por exemplo:

- *Melhor atendimento ao cliente* – A criação de uma "versão da verdade" única e consistente em tempo real pode reduzir o custo de atendimento aos clientes e reduzir o número de interações necessárias para resolver um problema. Por exemplo, se um cliente liga com um problema, todas as partes da empresa podem saber sobre ele e o que foi feito na interação seguinte. O cliente pode ser tratado como um indivíduo e não terá a frustração de ter que repetir todos os detalhes novamente.
- *Canal de gerenciamento* – Alinhar a informação por meio de canais permite que os clientes interajam com o negócio quando e como quiserem e sempre tenham a mesma experiência de alta qualidade. Um cliente de varejo pode, por exemplo, fazer uma

compra em uma das lojas físicas da empresa e as informações capturadas podem orientar uma oferta personalizada na próxima vez que o cliente visitar o site.

- *Origem de empréstimos* – Custos e tempo de processamento podem ser drasticamente reduzidos, especialmente em transações complexas multipartidárias, como hipotecas. A informação pode ser compartilhada entre os parceiros da cadeia de valor e os resultados da decisão propagados por toda a equipe em tempo real, evitando atrasos, desconexões, esforços repetidos e equívocos.

Conexão com os clientes

É difícil medir o que contribui para uma interação bem-sucedida de atendimento ao cliente. Talvez seja a química pessoal ou a capacidade para resolver um problema rapidamente. No entanto, não há dúvidas de que o responsável pela chamada ficará mais satisfeito quando se conecta com o agente correto.

A Assurant Solutions, fornecedora de produtos de seguros para os titulares de cartões de crédito, está muito interessada em manter seus clientes felizes. Em seu segmento, a retenção de clientes é fundamental e a rotatividade uma questão importante. A empresa criou uma forma inovadora de manter o cliente satisfeito em RAMP, uma solução de roteamento baseada em aplicativos analíticos para suas centrais de atendimento.

O RAMP utiliza informações detalhadas sobre clientes e agentes para automaticamente corresponder, com alta probabilidade de sucesso, cada chamada com o agente que poderá melhor atendê-la. Seu alto nível de sofisticação permite a otimização contínua, selecionando os atributos do agente e do responsável pela chamada que são mais importantes para uma interação bem-sucedida, abrangendo desde fatores de afinidade pessoal até o conhecimento do agente. Isso gera clientes mais satisfeitos e agentes menos estressados – e tem aumentado a receita de retenção de clientes em até 119% e as receitas de vendas baseadas no centro de contato em até 29%. A Assurant Solutions também aumentou o número total de clientes retidos em 49%.

Permitir a visibilidade da empresa

Com total transparência em toda a organização, torna-se possível levar em conta o maior número possível de fatores que possam afetar a otimização do negócio. Um gerenciamento de informações abrangente e capacidades de analítica de negócios em todos os níveis, desde o CEO até os usuários finais, permite que as melhores decisões sejam feitas. Quando o conhecimento é isolado em tribos, não se pode realmente entender todas as suas implicações, relações e dependências.

BAO fornece a capacidade de não apenas ver, mas dar sentido a esta informação. Isso faz muita diferença, pois em um ambiente repleto de dados brutos, pode ser praticamente impossível focar no que é mais importante.

A visibilidade de ponta a ponta promove maior confiança na validade das informações de negócios e aumenta a capacidade de ficar à frente das condições em constante mudança. Por exemplo:

- *Alinhamento da estratégia* – A visão clara do estado atual e em andamento dos negócios permite que as estratégias de negócios sejam afinadas rapidamente, com base no resultado real das decisões. Ao usar indicadores chave de desempenho em tempo real como entrada para processos de negócios, pode-se ter a capacidade de ajustar automaticamente e otimizar de forma contínua.
- *Gerenciamento de riscos* – A geração de relatórios completos e precisos em curto prazo – algo difícil de fazer sem ter uma analítica integrada em toda a empresa – pode ajudar a garantir a conformidade regulamentar. **Com visibilidade total e oportuna, não há surpresas ocultas; a empresa sabe o que está acontecendo no momento em que ocorre.**

- *Demanda por visibilidade* – Corresponder a produção com a demanda da forma mais intrínseca possível permite previsões mais precisas, ajuda a reduzir os custos de estoque e otimiza a alocação de recursos. Com horizontes de tempo mais curtos, uma empresa pode responder muito mais rapidamente às tendências de mercados emergentes que seus concorrentes.
-

Alinhar os negócios em uma escala global

A agilidade nos negócios é fundamental hoje, mas, para grandes organizações, fragmentações geográficas, funcionais e divisionárias podem atrapalhar. Um conglomerado internacional de alimentos enfrentou este desafio ao consolidar todos os dados operacionais em um único sistema de *business intelligence* 60TB – o primeiro no mundo – para visualização sob demanda.

A uniformização é o cerne do novo sistema. Usar uma linguagem e um conjunto de definições, ferramentas e medidas remove a complexidade desnecessária. Isso ajuda a empresa a trabalhar de forma coordenada, podendo usar informações em tempo real para otimizar ações em todo o globo.

Graças à maior visibilidade, as funções de atendimento ao cliente em silos nos países da América Central tornaram-se uma operação regional única, melhorando as taxas de atendimento da cadeia de varejo em 26,2%. No México, a eficiência de entrega direta da loja é de 89% e, na França, a empresa tem alcançado 99% dos níveis de atendimento ao cliente.

Por que BAO? Por que agora?

Onde as empresas encontrarão a diferenciação nos próximos anos? Essa é uma das várias questões-chave enfrentadas pelos líderes de hoje. A organização está atingindo os limites da economia operacional? A empresa está preparada para trabalhar de forma mais rápida e inteligente que seus colegas? A empresa é capaz de usar efetivamente todas as informações disponíveis?

BAO representa a próxima fronteira na criação de vantagem competitiva. É a maneira de aproveitar recursos de informações inexploradas e revelar o seu verdadeiro potencial, indo além da resolução de problemas para encontrar e capturar um novo mundo de oportunidades.

O Watson deu ao mundo uma visão do futuro da análise e mostrou de forma radical como a análise pode ser alavancada para fazer uma diferença significativa nos resultados. A mesma pesquisa da IBM que criou o Watson está impulsionando a criação de novos recursos de BAO. Considere o que sua organização poderia fazer com esse tipo de tecnologia.

Este é o momento certo para dar o próximo passo e sair das formas tradicionais de se fazer negócios para infundir na sua organização o insight e o conhecimento. A informação está mais difundida que nunca e a capacidade de analisá-la de forma produtiva – inexistente apenas alguns anos atrás – está agora em vigor.

Para saber mais sobre como Business Analytics and Optimization pode revelar um novo mundo de oportunidades para sua organização, entre em contato com seu representante IBM ou visite nosso site:

ibm.com/BAO

Parcerias que o impulsionarão em direção aos seus objetivos

Quando se busca tornar uma organização verdadeiramente orientada pela análise, vale a pena ter como parceiro aquele que vem demonstrando a capacidade de ajudá-lo a completar a jornada, abordando todos seus aspectos. A IBM é líder estabelecida em todas as disciplinas e soluções relevantes, do serviço de planejamento estratégico ao gerenciamento de informações e às soluções de análise de negócios.

A IBM tem mais de 7.500 consultores dedicados, que podem recorrer a um extenso conhecimento do segmento de mercado e às melhores práticas metodológicas para orientar e ajudar na execução da adoção de BAO. Há também um portfólio de serviços altamente desenvolvido para tratar de tudo, desde a maturidade das avaliações e estratégia até o design e implementação da solução. A empresa já fez mais de US\$ 14 bilhões em aquisição de otimização de Analítica e Otimização de Negócios desde 2005, complementando o seu conjunto robusto de soluções e ofertas de serviços. Além disso, a IBM tem décadas de experiência em iniciativas de transformação de negócios bem-sucedidas em todo o mundo, em todas as indústrias.

Além da liderança na indústria de conhecimento e serviços, a IBM oferece os principais componentes que compõem um recurso poderoso de BAO. O portfólio inclui as melhores soluções do mercado em todos os aspectos de BAO, incluindo o gerenciamento de informações, o gerenciamento de conteúdo corporativo e a análise de negócios.

O diferenciador principal, no entanto, é sua inigualável combinação de conhecimentos, metodologia e ofertas de produtos. A IBM está idealmente posicionada para ajudar sua organização a aproveitar de forma abrangente Business Analytics and Optimization para ter uma vantagem competitiva de longo prazo.



© Copyright IBM Corporation 2011

IBM Corporation
1 New Orchard Road
Armonk, NY 10504
EUA

Produzido nos Estados Unidos da América
Junho de 2011
Todos os Direitos Reservados

IBM, o logotipo IBM e o ibm.com são marcas registradas da International Business Machines Corporation nos Estados Unidos, em outros países, ou em ambos. Se estes e outros termos da marca registrada IBM estiverem acompanhados em sua primeira ocorrência nestas informações por um símbolo de marca registrada (® ou ™), esses símbolos indicam marcas registradas ou de direito consuetudinário nos EUA de propriedade da IBM no momento da publicação. Tais marcas registradas também podem ser marcas registradas ou de direito consuetudinário em outros países. A lista atualizada das marcas registradas da IBM está disponível na Web em "Copyright and trademark information" em ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Nomes de outras empresas, produtos e serviços podem ser marcas registradas ou marcas de serviço de terceiros.

¹ *Analytics: The New Path to Value*. Estudo conjunto realizado pelo MIT Sloan Management Review e o IBM Institute for Business Value. Copyright © Massachusetts Institute of Technology, 2010.

² IBM CFO Study, 2010

³ *Breaking away with business analytics and optimization*.
Estudo do IBM Institute for Business Value, 2009.

⁴ IBM CIO Study, 2009

⁵ Os entrevistados responderam perguntas sobre os aplicativos de analítica de suas organizações para as atividades listadas no gráfico. Um pontuação de 1,0 indica uma probabilidade equivalente em aplicar os métodos analíticos ou não analíticos, enquanto uma pontuação de 0,0 indica uma tendência a usar os métodos não analíticos. Origem: *Analytics: The New Path to Value*.

⁶ *Southwest Texas Medical Associates Building Strong Post Treatment Care Programs with IBM Business Analytics Software*. Comunicado de Imprensa da IBM. 23 de março de 2011. <http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/34077.wss>



Recycle