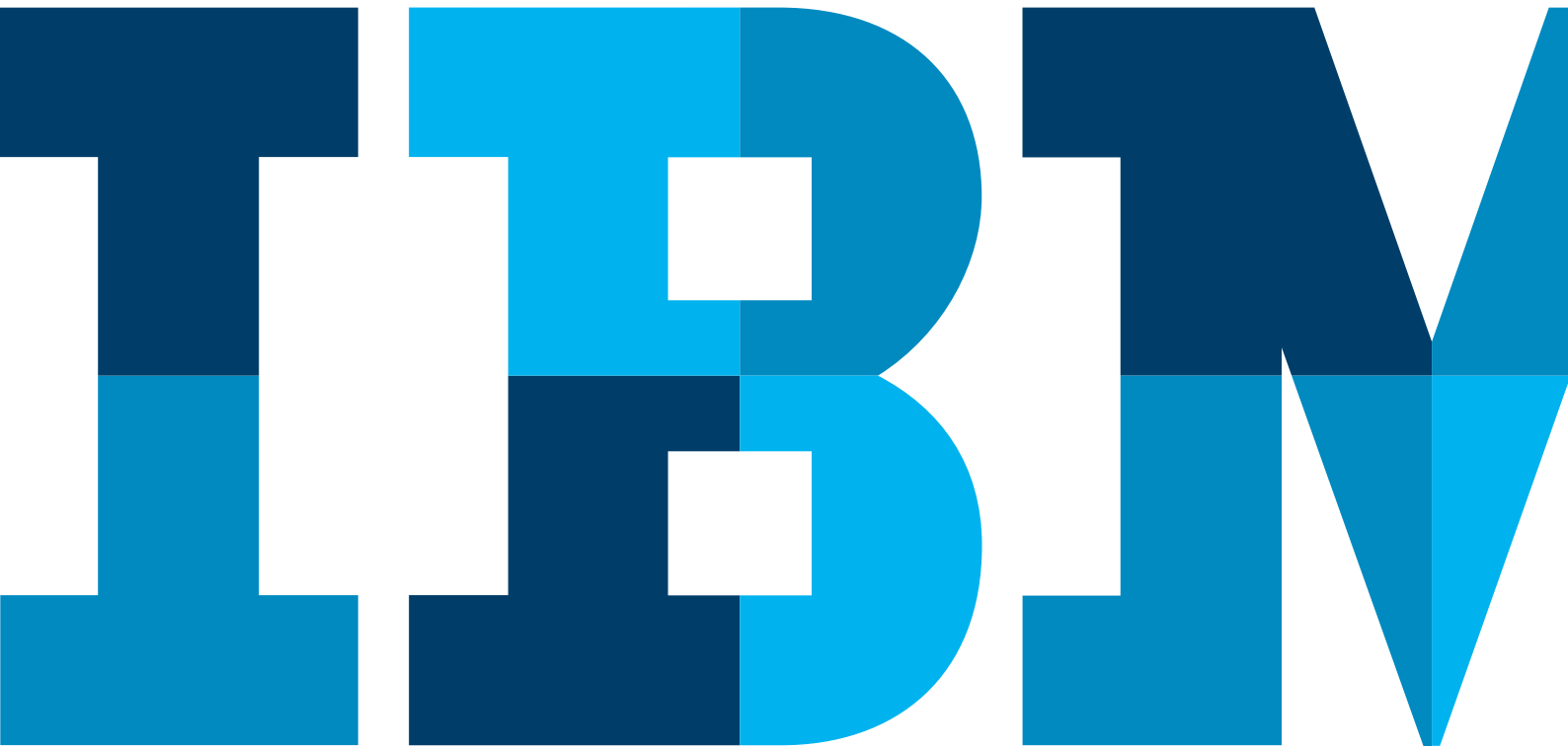


데스크탑에서 분석부터 실행

비즈니스 분석가가 더 빠르고 향상된 성과를 얻을 수 있도록 안내하는 IBM Cognos Insight



목차

- 2 소개
- 2 데이터가 너무 많다는 문제
- 3 IBM Cognos Insight: 데스크탑을 위한 개인용 분석 솔루션
- 5 전사에 걸친 더 똑똑한 의사결정
- 5 재무
- 6 마케팅
- 7 고객 서비스
- 8 영업
- 10 전사 연결
- 11 결론

소개

비즈니스 사용자에게는 간단하면서도 효과적으로 데이터를 탐색하고 중대한 비즈니스 의사결정을 적시에 내리기 위한 통찰력을 얻을 방법이 필요합니다. 그러나 많은 사용자는 필요한 정보에 빠르게 액세스하고 분석하는 데 점점 어려움을 느끼고 있습니다. 일반적으로 이러한 정보에는 각종 엔터프라이즈 시스템에 묶여 있는 기업 데이터와 개인 데이터의 조합이 포함됩니다. 이러한 데이터는 다양한 형식으로 존재하고 분석, 변경 또는 공유하기 어려우며, 이는 사용자가 비즈니스 질문에 대한 답을 신속하게 찾는 데 걸림돌로 작용합니다.

광범위하게 사용되는 스프레드시트를 임시방편으로 택하는 경우도 많습니다. 그러나 이러한 도구는 의사결정을 위한 데이터의 상호 작용, 집계 또는 분석을 위해 설계되지 않았습니다. 비즈니스 성과를 높이는 데 핵심적인 역할을 하는 분야(예: 재무, 마케팅, 영업 및 고객 서비스)의 관리자가 더 빠르고 확실하게 의사결정하고 새로운 비즈니스 성장 기회를 활용하기 위해서는 더 포괄적인 분석 기능이 필요합니다.

이 문서에서는 비즈니스 관리자를 위한 혁신적인 개인용 분석 도구인 IBM Cognos Insight를 활용하여 각자의 분야에서 더 우수한 성과를 거둘 수 있는 방법을 살펴봅니다. 이 소프트웨어의 핵심 기능과 이점을 설명하고 대표적인 비즈니스 애플리케이션의 예를 소개하며 Cognos Insight를 통해 궁극적으로 엔터프라이즈 분석을 구현하는 방법을 살펴봅니다.

데이터가 너무 많다는 문제

과거 어느 때보다도 많은 정보를 사용할 수 있습니다. 기업들은 재무, 공급망 관리, 인사 관리, 고객 관계 관리 시스템으로부터 방대한 양의 트랜잭션 데이터를 수집합니다. 오늘날의 기업은 항상 비즈니스 가능한 상태입니다. 1년 365일간 휴일 없이 24시간 내내 정보의 소통이 이루어집니다. 사람들은 항상 연결되어 있으며, 계속 증가하는 고객의 요구사항과 경쟁의 압박 때문에 분석하고 실행할 시간이 줄어들고 있습니다. 의사결정권자는 시대의 흐름에 앞서나가기 위해 신속하게 해답을 찾을 수 있어야 합니다.

비즈니스 사용자가 필요로 하는 정보가 기업에서 관리하는 데이터와 다른 정보, 이를테면 개인이 수집하고 관리하는 작업 그룹 또는 개인 단위 데이터의 조합인 경우가 많습니다. 필요한 정보를 신속하고 정확하게 손쉽게 조합하는 것이 관건입니다.

데이터가 크게 증가하면서 의사결정에 필요한 정보에 빠르게 액세스하고 분석하지 못하는 것에 대한 비즈니스 사용자의 불만이 점점 커졌습니다. 대부분의 기업은 ad hoc 분석에 스프레드시트를 사용합니다. 그러나 스프레드시트는 정보의 단절을 초래하고 보안이 부실하며 오류가 발생하기 쉽고 관리하기 불편합니다. 수치 추적, 단순한 리포팅 및 계산에는 유용한 범용 툴이지만, 분석 결과를 활용하는 방법으로는 이상적이지 않습니다. 고급 스프레드시트 기술을 갖추지 못한 비즈니스 사용자의 경우 더욱 그렇습니다. 스프레드시트는 역동적인 경쟁 환경에서 복잡다단하고 빠른 속도로 성장 중인

기업의 성과 관리 요구사항을 해결하도록 설계되지 않았습니다. 또한 수백만 또는 수십억 개 셀에 대한 데이터 저장소로 사용할 수 없습니다. 게다가 전사의 수백 명 또는 수천 명의 사용자가 동시에 사용할 수 있도록 설계되지도 않았습니다.

분석가와 비즈니스 관리자에게는 직접 자신의 데이터를 사용하여, 비즈니스 요구사항에 부합하는 속도로 질문에 답하고 문제를 해결할 수 있는 더 유연하고 강력한 분석 솔루션이 필요합니다. 이들은 언제 어디서나 어떤 유형의 데이터도 다룰 수 있고 서버에 연결하거나 IT 팀에서 리포트를 실행할 때까지 기다릴 필요 없이 다양한 장치와 인터페이스에서 그러한 작업을 수행할 수 있기를 바랍니다. 이들에게는 스프레드시트에서 제공하지 못하는 빠르고 시각적인 대화형 분석이 필요합니다.

데이터 작성자에 국한되지 않은 광범위한 대상을 위해 데이터를 분석하거나 수집하는 작업 그룹 또는 부서라면 데이터 통합, 시각화, 시뮬레이션, 협업, 게시 등의 기능도 중요합니다. 분석 사용자는 이러한 기능을 통해 새로운 방식으로 유연하게 데이터를 조회하고 대화식으로 다루면서 비즈니스 조건을 더 명확하게 파악하고 거의 즉각적으로 비즈니스 문제에 대한 답을 찾을 수 있습니다.

이제는 비즈니스 사용자가 스프레드시트 프로그래머가 되지 않고도 유연하게 데이터를 탐색, 모델링하고 공유하도록 지원하는 솔루션이 절실한 시점입니다. 바로 IBM Cognos Insight가 그러한 솔루션입니다.

IBM Cognos Insight: 데스크탑을 위한 개인용 분석 솔루션

IBM Cognos Insight는 획기적인 개인용 생산성 도구로서 개인 사용자가 적극적으로 분석 활동에 참여하고 통찰력을 실행할 수 있도록 지원합니다.

Cognos Insight는 비즈니스 사용자가 IT 팀에 의존하지 않고 스스로 개인 또는 작업 그룹의 과제를 해결하는 데 필요한 모든 도구를 제공합니다. 비즈니스 분석가, 비즈니스 관리자 및 임원 모두 직접 몇 번의 클릭만으로 개인 및 기업의 데이터를 자신의 데스크탑에서 탐색하고 업데이트할 수 있으며 강력한 what-if 분석뿐만 아니라 다른 사용자가 정보를 입력하거나 사용할 수 있는 대시보드 및 애플리케이션을 즉시 게시할 수 있습니다.

편리한 작성. Cognos Insight는 사용 편의성을 염두에 두고 설계되었습니다. 드래그 앤 드롭 기능, 안내가 제공되는 3단계 가져오기(import) 프로세스를 통해 여러 데이터 집합을 맞춤형 워크스페이스의 단일 뷰로 병합하는 등의 작업을 수행할 수 있습니다. 각종 데이터 소스의 데이터를 다루면서 신속하게 체계화하고 다양한 데이터 뷰를 만들며 다른 사용자와 공유할 수 있습니다. Cognos Insight가 사용자를 대신하여 자동으로 교차 탭 형식의 데이터를 표시하고 시각화합니다. 드롭 다운 옵션 메뉴를 통해 신속하게 사용자 정의 시각화를 수행하면서 분석을 일관되게 유지하고 가장 의미 있고 이해하기 쉬운 방식으로 통찰력을 전달할 수 있습니다.



그림 1: 사용하기 편리한 직관적인 인터페이스에서 가장 유연한 방식으로 사용할 수 있습니다.

강력한 what-if 분석. 비즈니스를 완전히 이해하려면 과거의 데이터를 분석하고 탐색하는 것만으로는 부족합니다. Cognos Insight는 what-if 분석을 통해 변화하는 시장 조건을 고려한 여러 가지 가정을 기반으로 계획을 분석하고 최적화할 수 있어 특별합니다. 이제 주요 비즈니스 동인을 기반으로 최상의 경우, 최악의 경우 및 정상 예측치를 모델링 할 수 있습니다. Cognos Insight는 고급 계산 기능 세트를 갖추었으며 자동 비교에 사용할 사용자 정의 규칙을 유연하게 생성할 수 있습니다. 예를 들어, 유가 10% 인상 시 수익 목표를 달성할지 여부를 계산할 수 있습니다. 또는 재고 감소가 기업의 제품 판매 역량에 미칠 영향을 예측합니다.

Cognos Insight에서는 write-back을 지원하는 강력한 인메모리 분석 엔진을 사용하므로, 새로운 데이터를 생성하고 기존 데이터에 추가, 수정하는 것이 가능할 뿐 아니라 강력한 데이터 분산 기능을 사용하여 대규모데이터 세트에 변경사항을 자동 적용할 수 있습니다. 셀에 데이터를 입력하기만 하면 what-if 시나리오 작성이 자동으로 시작됩니다. 이 엔진의 읽기-쓰기 기능을 이용하면 다른 방법으로는 분석하기 어려운 수치를 신속하게 나타내고 중요 영역을 강조 표시하는 신호등과 같은 기능도 활용할 수 있습니다. Cognos Insight에서 거의 실시간으로 계산하고 더 빨리 답을 얻고 프로덕션 또는 프로세스 사이클을 즉각적으로 조정하면서 기업의 수익성과 경쟁력을 지킬 수 있습니다.

대시보드. 약 60초면 원시 데이터를 분석하여 공개된 대시보드로 이동할 수 있습니다. 시장의 변화 또는 매출 수치를 신속하게 파악하고 새로운 기회를 즉각적으로 활용할 수 있습니다. Cognos Insight는 우수한 속도와 유연성을 제공하는 인메모리 분석 엔진을 사용하여 사용자 또는 사용자의 비즈니스에 가장 적합한 방법으로 데이터를 볼 수 있도록 지원합니다. 마우스 클릭으로 편리하게 탐색하면서 데이터를 분석하고 예외 강조 표시를 적용하여 즉시 더 수월하게 데이터를 비교할 수 있습니다. 데이터의 패턴을 파악하는 데 도움이 될 모델을 신속하게 생성합니다. 예를 들어, 특정 지역의 영업 포캐스트를 통해 해당 지역에서 가장 실적이 좋거나 나쁜 영업 사원을 확인할 수 있습니다. 고위 경영진에게 도움이 될 통찰력 있는 정보를 찾으면 이를 손쉽게 공유하여 다른 사용자도 편리하게 조회하거나 추가로 분석하게 할 수 있습니다.

Cognos Insight는 Cognos Server 배치와 연계하여 사용할 경우 고속 프로토타이핑 솔루션의 역할도 수행합니다. 영업 팀에 새로운 영업 파이프라인 대시보드가 필요하다고 가정해 보십시오. 신속하게 Cognos Insight로 데이터를 로드하고 시각화한 다음 원하는 대시보드의 작업용 프로토타입을 조합합니다 그런 다음 IT 팀에서 이 자산을 받아 완전히 자동화되고 승인 받은 솔루션으로 변모시키면 이제 전자 차원의 공유가 가능합니다. 같은 방법으로 플래닝, 예산책정, 포캐스팅 템플릿을 위한 프로토타입을 개발할 수 있습니다.

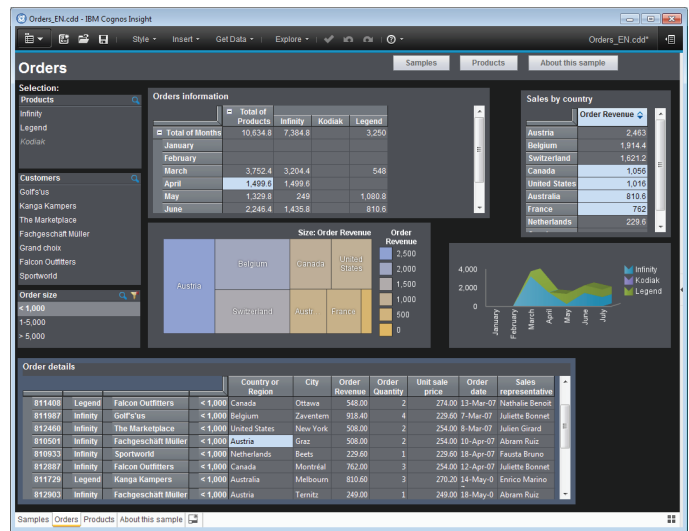


그림 2 고객, 국가, 도시, 수익을 기준으로 제품 주문 및 판매 분포 데이터 검색

전사에 걸친 더 똑똑한 의사결정

Cognos Insight는 비즈니스 성과를 높여야 할 부문을 책임지고 예산책정 권한을 갖는 관리자 그리고 스프레드시트 또는 여러 소스 시스템으로부터 매주 추출한 정보를 통해 담당 부문을 지휘하는 관리자의 분석 요구사항을 해결하도록 설계되었습니다. 개인용 캔버스에서 다양한 데이터 유형을 조합, 탐색하고 시각적으로도 우수한 대화형 분석 환경을 생성하여 더 많은 사용자들과 공유할 수 있습니다. Cognos Insight에서는 어떤 비즈니스 영역의 사용자도 데이터로부터 새로운 통찰력을 발견하고 그 결과를 작업 그룹 또는 전사 수준에서 게시하는 것이 가능합니다.

재무

일반적으로 재무 팀은 다른 비즈니스 영역보다 많은 정보를 보유하고 있습니다. 통합적인 관점에서 기업의 자원 현황을 살피면서 비용 통제 방안을 모색하고 기업의 수익성 향상을 위한 의사결정을 내리도록 길잡이 역할을 해야 합니다. 그러나 오늘날의 재무 관리자는 단순한 수치 보고 이상의 역할을 수행하길 원합니다. 분석에 가치를 더하고 중요한 통찰력을 타 부서의 전문가에게 손쉽게 전달할 수 있기를 바랍니다.

Cognos Insight는 일반적으로 여러 비즈니스 영역에 대해 여러 소스로부터 데이터를 수집하는 대차대조표 데이터 및 예산안을 효과적으로 조명할 수 있는 도구입니다. 사용자는 정보 사일로를 통합하고 시각화 및 what-if 시나리오를 통해 수치에 더 큰 가치를 부여하는 대시보드를 만들 수 있습니다.

대차대조표

재무 관리자는 Cognos Insight에서 what-if 시나리오를 사용하여 장단기 채무를 전략적으로 살펴보고 현재의 경영 상황을 토대로 더 큰 리스크를 수용할지 여부를 판단할 수 있습니다.

예산

재무 관리자는 Cognos Insight에서 현재 또는 예상되는 자금 조달 능력을 기준으로 삼아 투자 프로젝트의 우선순위를 정하고 어떤 예산 항목의 소폭 조정이 전체적으로 어떤 영향을 미칠 것인지 알아볼 수 있습니다.

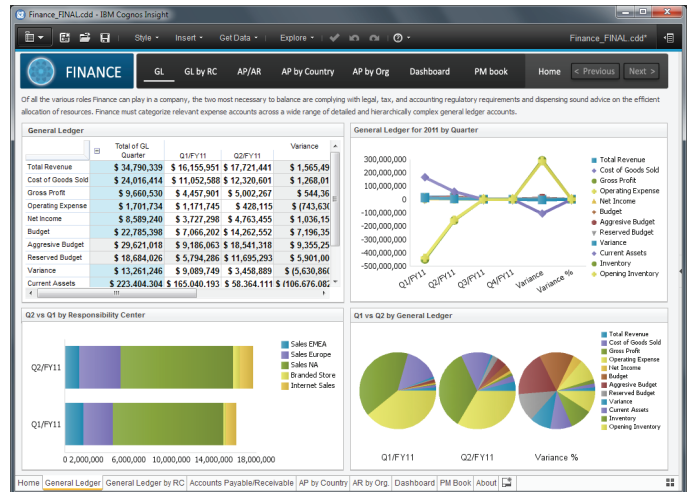


그림 3: 다양한 세부 총계정원장 계정을 포괄하는 비용 분석

새로운 관점으로 기업의 재무상황을 조명하게 해주는 Cognos Insight를 통해 재무 전문가는 트렌드 또는 잠재적 문제점을 조기에 파악하고 고위 경영진의 주의를 환기시켜 수익 또는 잠재적 기회 상실을 예방할 수 있습니다.

마케팅

고객과 경쟁사가 더욱 지능화되는 만큼 마케팅 팀도 그러한 변화에 보조를 맞추면서 기업이 경쟁에서 이기고 거래를 성사시킬 수 있도록 뒷받침해야 합니다. 그러기 위해서는 고객의 속성과 변화하는 제품 및 서비스에 대한 요구사항을 더 자세히 이해할 필요가 있습니다.

각 기업에서는 오래전부터 고객 데이터를 수집하고 고객을 마케팅 측면에서 의미 있는 세그먼트로 분류해 왔습니다. 요즘에는 더 작은 마이크로세그먼트로 분류하여 타겟 마케팅에 활용하는 추세입니다. 따라서 기업은 더 많은 수의 고객 범주에서 제기되는 요구사항을 해결해야 합니다.

고객이 어떤 제품과 서비스를 원하고 얼마나 지불하는가는 마케팅 팀에게 특히 중요한 정보입니다. 무엇을 어디서 누구에게 판매할 것인가를 결정하는 데 길잡이가 되기 때문입니다.

마케팅 관리자는 Cognos Insight를 사용하여 시장의 변화가 제품 포트폴리오에 미칠 영향, 제품의 적정 가격 등을 판단할 수 있습니다.

가격

마케팅 전문가는 여러 단계에서 가격의 영향을 모델링하고 결과를 추적하면서 효과적으로 마이크로 세그먼트를 공략할 수 있습니다. 예를 들어, 마케터는 다음과 같은 질문에 답할 수 있습니다. 우리 제품의 가격은 주요 경쟁사의 가격에 비해 어떠한가? 가격을 낮추면 어떻게 될까? 고객은 특정 부가 가치 기능 또는 이점을 위해 어느 정도의 프리미엄을 지불할 것인가?

Cognos Insight에서는 제품의 단위 판매 가격 또는 수량을 변경하고 수익에 미칠 영향을 확인할 수 있습니다. 수익 변화는 제품 수익 차트에도 반영됩니다.

제품

마케팅 팀은 제품 라이프사이클을 관리하고 각 단계에서 시장 트렌드에 따라 신제품을 내놓고 수익성 낮은 제품을 단종시킴으로써 수익을 극대화해야 합니다. Cognos Insight에서는 어떤 해 또는 분기에 특정 범주의 제품이 얼마나 판매되었는지 확인하고 출시한 해부터 현재까지의 판매 실적을 비교할 수 있습니다. 기업은 이 정보를 참조하면서 시장의 요구에 부합하는 제품에 주력하고 효과적인 가격결정 전략을 수립할 수 있습니다.

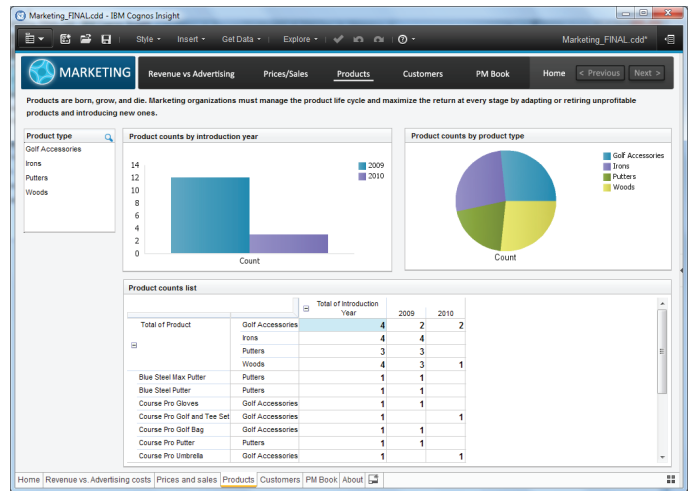


그림 4: 마케팅 수익/광고 탐색 및 비교

마케팅 파이프라인

기업은 수요 창출 활동과 그에 따른 마케팅 파이프라인을 통해 고객의 수요를 예측하고 수용하며 더 신뢰성 있고 예측 가능한 결과로 안정적인 영업 사이클을 구축할 수 있습니다. 마케팅 운영 관리자는 Cognos Insight에서 신규 대비 기존 고객, 지역, 제품 그룹, 마케팅 채널을 조명하고 마케팅 예산 편성, 이행, 관리 및 타겟팅을 위한 통찰력을 얻을 수 있습니다. 이러한 정보는 중요한 비즈니스 질문에 답변하는 데 도움이 됩니다. 이를테면, 웹 사이트 방문으로부터 검증된 영업 기회를 얻는 비율이 20%에 불과한 이유는 무엇인가? 다른 채널 및택틱과 비교하면 어떠한가? 이 수치를 30%까지 높이려면 어떻게 해야 하는가? 어떤 유형의 방문자가 특정 웹 제안에 반응하는가?

예를 들어, 전자 소매업체에서 일하는 한 마케팅 프로그램 관리자가 컴퓨터 및 휴대용 전자 제품의 마케팅 파이프라인을 위한 마케팅 택틱에서 얻은 총 응답 수 및 그 유형을 확인하고 이러한 응답이 매장과 웹 사이트 모두에서 트래픽을 일으키고 다운로드에서 성공적으로 수익을 창출하는지 알아보려 합니다. 이 관리자는 Cognos Insight에서 마우스 클릭 몇 번으로 택틱, 지역 또는 제품 범주별로 특정 프로그램까지 드릴다운하여 이 중요한 정보를 얻을 수 있습니다.

고객 서비스

많은 기업들이 비슷한 제품과 서비스를 판매하는 범용화된 시장에서 고객 서비스는 핵심적인 차별화 요소입니다. 우수한 대응력과 지식 수준을 갖춘 고객 서비스 팀으로 고객 경험과 비즈니스 성과를 모두 향상시킬 수 있습니다.

최고 수준의 고객 서비스를 보장하려면 관리자가 서비스 벤치마크와 판매/수익성의 연관성을 인식해야 합니다. 응답 시간, 고객 만족도와 같은 데이터에 주목함으로써 서비스상의 허점을 찾아내고 이를 바로잡을 조치를 취할 수 있습니다.

고객 서비스 및 콜 센터 관리자는 Cognos Insight에서 지역 및 고객 세그먼트별로 서비스 벤치마크를 요약하고 사내 외 지표를 조정하는 데 필요한 정보를 얻을 수 있습니다.

콜 센터 데이터

콜 센터 관리자는 미국 및 캐나다의 콜 센터로부터 집계된 통화 데이터를 조회할 수 있습니다. 시각화를 통해 월별 통화 대기 시간 및 통화 시간의 SLA(Service Level Agreement) 기준 내역, 통화 통계 정보(근무 중인 상담원 수 대비 완료/종료/포기 통화 건수, 각 통화의 사유 등), 통화 품질(만족도, 기술적 품질 등)을 확인할 수 있습니다.

관리자는 이러한 통찰력을 바탕으로 운영을 개선할 수 있습니다. 이를테면 통화량 최고/최저 시간대 콜 센터 인력을 조정하고 상담원에게 추가 교육을 실시하여 문제 해결 시간을 단축하거나 만족도를 높입니다.

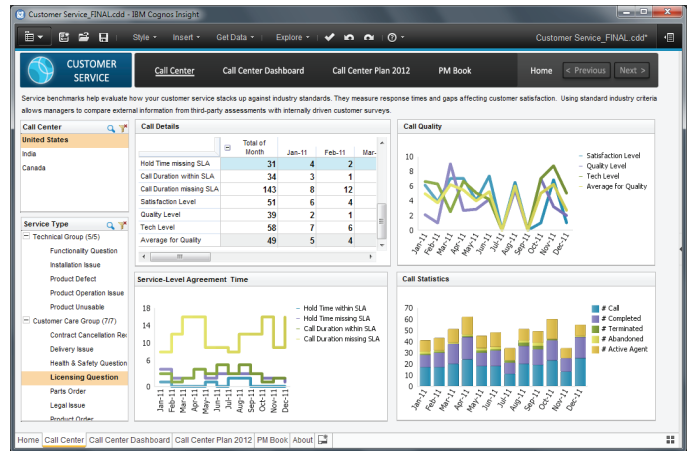


그림 5: 품질 및 SLA 시간에 중점을 둔 고객 서비스 대시보드 - 라이선싱 관련 통화까지 드릴다운

대시보드

콜 센터 관리자는 콜 센터 데이터를 활용하여 지역별로 콜 센터 지표를 요약하는 대시보드를 만들고 이를 다른 팀에 보여줄 수 있습니다. 이 정보는 다른 팀에서 고객 문제의 근본 원인(예: 납품 지연, 제품 결함, 기술 또는 운영 문서 부실)을 해결하는 데 도움이 됩니다.

예를 들어, 캐나다의 콜 센터에서 평균 통화 시간이 20분이라고 가정해 보겠습니다. 관리자는 콜 센터 데이터를 집계하고 이를 다른 센터와 비교함으로써 통화 시간을 10분 단축할 경우 전반적인 수익 및 고객 만족도에 미칠 영향을 모델링할 수 있습니다.

영업

기업의 성공은 영업 팀에서 효율적으로 거래를 성사시키고 적합한 고객에게 주력하는 역량에 의해 좌우됩니다. 신속하게 정확한 정보에 액세스할 수 있다면 영업 실적을 높이고 영업 비용을 낮추면서 사내의 다른 영역에서도 시장 변화에 더 효과적으로 대응하는 데 도움이 됩니다. 예를 들어, 많은 수요가 예측될 경우 생산을 늘릴 수 있습니다.

성공적인 영업 관리자는 영업 결과 및 파이프라인 데이터를 심분 활용하면서 지속적으로 영업 기회로부터 영업 사이클을 전개합니다. 수익 결과에서는 제품, 고객, 지역, 채널, 기간별로 일관성 있게 수익을 요약하여 표시하며, 파이프라인 데이터는 영업 팀이 향후 기회, 트렌드와 성장 영역을 전망하는 데 참조할 수 있습니다.

영업 관리자는 팀이 새로운 기회에 더 민첩하게 대응하고 영업 목표를 달성하도록 이끄는 데 필요한 통합 정보를 Cognos Insight에서 확보할 수 있습니다.

파이프라인

영업 관리자는 개인 파일, Microsoft Excel 기반 포캐스트, salesforce.com과 같은 CRM 시스템에서 추출한 데이터로부터 수익 포캐스트 데이터를 얻을 수 있습니다. 분기 및 제품별로 핵심성과지표(KPI)의 결과를 확인하고 KPI 수익을 월별 수익 포캐스트와 비교하는 것도 가능합니다. 사용자는 신호등, 탐색 지점과 같은 도구를 활용하면서 방대한 데이터 세트를 더 쉽게 탐색하고 그 결과를 필터링하여 필요한 정보만 볼 수 있습니다.

이러한 구성요소를 이해하면 기대와 다른 결과가 나온 이유를 설명하는 데 도움이 됩니다. 이를테면 어떤 지역에서 특정 제품의 파이프라인에 gap이 있는가? 다른 제품의 범위를 넘어서는가? 모든 제품, 채널, 영업 사원, 고객 부문(고객 유형)에 일관되게 나타나는가?

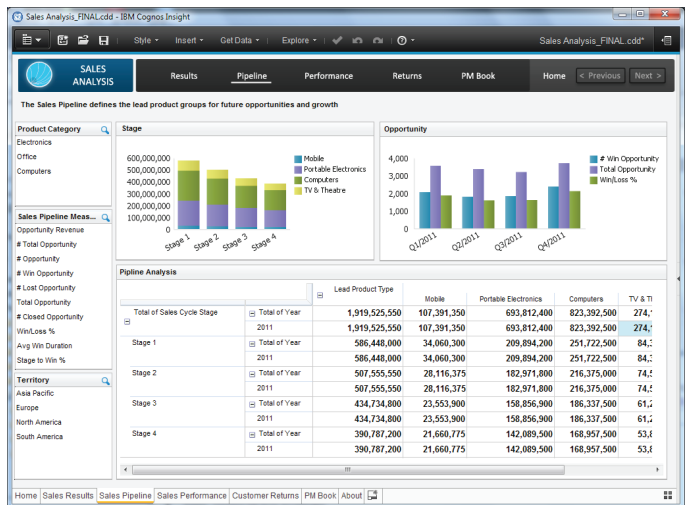


그림 6: 기회 및 지역에 중점을 둔 영업 파이프라인 데이터 검색

사내의 모든 영역에서 Cognos Insight를 다각도로 활용할 수 있습니다.

제품 개발

- 어떤 신제품 개발 아이디어가 있는가?
- 이 기회는 전략적 우선순위에 부합하는가?
- 경제적으로 어떤 결과가 기대되는가?

운영

- 공장 확장을 위한 5백만 달러의 자본을 어떻게 할당할 것인가?
- 서부의 제조 시설이 공급자 변경의 영향을 받을 것인가?

인사 관리

- 급여 체계를 어떻게 할 것인가?
- 계약직 사원을 추가로 채용할 것인가 아니면 정규직 인원을 늘릴 것인가?

정보 기술

- 혁신적인 전략 및 성장 유지를 위해 IT 지출을 5% 늘리면 어떤 효과를 얻을 것인가?

고위 임원진

- 하반기에는 주주들에게 예상보다 나은 실적을 내놓을 것인가?
- 모든 영역에서 적절하게 비용을 관리하고 있는가?

전사 연결

기업이 성장하면 비즈니스 요구사항도 확대됩니다. Cognos Insight는 기업이 전사적 차원에서 비즈니스 인텔리전스의 사용을 확대할 수 있는 자연스러운 성장 경로를 제시합니다.

Cognos Insight는 비즈니스 관리자가 대화식으로 데이터를 다루면서 탐색하고 시나리오 모델을 구축하고 IT의 도움 없이 스스로 통찰력을 공유할 수 있는 기능을 자체적으로 제공합니다. IBM Cognos 소프트웨어 제품군의 다른 제품과 함께 더 큰 환경의 일부로 구현할 경우 더욱 강력한 가치를 발휘합니다.

Cognos 제품군은 비즈니스 인텔리전스, 성과 관리, 비즈니스 분석 솔루션을 위한 핵심적인 기초를 제공합니다. 이러한 제품을 함께 사용하면 개인, 팀 및 전체 조직이 모든 비즈니스 의사결정에 분석을 적용하여 가치를 확보할 수 있습니다.

Cognos 제품군은 해당 기업에 적합한 규모로 배치하고 통합할 수 있습니다. 따라서 시작 단계에서는 가장 시급한 필요를 해결하되 향후 요구사항에 따라 솔루션 확장이 가능함을 확신할 수 있습니다. 이를테면

- 초기 배치 시 데이터 검색 및 계획을 위한 IBM Cognos Insight의 데스크탑 기능을 즉시 구현하면, 개인의 분석 요건을 해결할 수 있습니다.
- 팀 또는 부서는 서버를 통해 통찰력을 공유하고, 보다 큰 데이터 집합에 보고서를 추가하고, Cognos Express를 통해 모바일 디바이스와 보고서를 연동합니다.
- 보다 큰 작업 그룹 또는 엔터프라이즈는 통찰력을 실시간에 가까운 기업 정보와 결합하고, 이를 스코어카드에 넣고 IBM Cognos Enterprise로 광범위하게 분석할 수 있습니다. 이러한 통합을 통해 개별 사용자가 기업 정보에 액세스할 수 있으며 데이터 및 시각화를 공유하고 대규모 사용자 커뮤니티로 배포할 수 있습니다. 또한 IT 관리자는 프로세스를 관리할 수 있는 동시에 기업 거버넌스 및 보안 정책을 준수하는지 확인할 수 있습니다.

Cognos 제품군에서 제품을 선택하는 경우 기업은 절실히 필요로 하는 사용 편의성의 이점을 누릴 수 있고 IT 담당자는 비즈니스가 진화함에 따라 원활하게 확장하고 손쉽게 관리할 수 있는 통합형 소프트웨어를 확보하게 됩니다.

결론

비즈니스 관리자는 정확하고 통합된 데이터를 자유자재로 활용하면서 언제 어디서든, 원하는 방식으로 정보에 근거한 의사결정을 할 수 있어야 합니다.

IBM Cognos Insight는 혁신적인 개인용 분석 도구로서 재무, 고객 서비스, 마케팅, 영업 등의 기능 영역을 지휘하는 관리자가 통합 워크스페이스에서 필요한 정보에 액세스하고 이를 조합한 다음 분석, 시각화하고 다른 관계자와 공유할 수 있도록 지원하는 강력하면서도 간단한 솔루션입니다.

무료로 제공되는 데이터 분석 및 시각화 제품이자 개인 용도에 맞게 설계된 Cognos Insight Personal Edition부터 시작해 보십시오. 동료 및 작업 그룹과 협업할 준비가 되었다면 Cognos Insight Standard Edition으로 통찰력을 공유하고 다른 데이터 소스에서 데이터를 가져올 수 있습니다. 요구사항이 확대됨에 따라 데스크탑에 빌드된 모든 기능을 IBM Cognos Express 또는 IBM Cognos Enterprise 서버 배치로 이동하여 관리되는 보고 및 계획 등의 기능을 추가할 수 있습니다.

무료 Cognos Insight Personal Edition은 다음 사이트에서 얻을 수 있습니다. analyticszone.com. 또한 이 사이트에서 제공하는 Cognos Insight 커뮤니티를 통해 각자의 비즈니스 영역에서 더 나은 결과를 얻는 데 도움이 될 다양한 자료, 즉 사용법 비디오, 샘플 애플리케이션, 학습서, 토론 포럼 등을 이용할 수 있습니다.

IBM 비즈니스 애널리틱스 정보

IBM 비즈니스 애널리틱스 소프트웨어는 조직에서 똑똑하게 작업하여 경쟁사를 압도할 수 있도록 데이터 중심의 통찰력을 제공합니다. 이 포괄적인 포트폴리오에는 비즈니스 인텔리전스,

예측 분석 및 의사결정 관리, 성과 관리, 리스크 관리를 위한 솔루션이 포함됩니다.

비즈니스 애널리틱스 솔루션을 사용하면 비즈니스 성과에 큰 영향을 미칠 수 있는 고객 분석 등과 같은 분야의 트렌드 및 패턴을 식별하여 시각화할 수 있습니다. 또한 시나리오를 비교하고 잠재적 위험과 기회를 예측함으로써 효율적으로 기획하고 예산을 편성하고 자원을 예측할 수 있을 뿐만 아니라 리스크와 기대 수익의 균형을 조정하고 규정 요구 사항을 충족할 수 있습니다. 기업에서는 분석을 광범위하게 활용하여 택틱 및 전략적인 의사결정을 통해 비즈니스 목표를 달성할 수 있습니다. 자세한 정보는 다음 사이트를 방문하십시오.

ibm.com/software/kr/analytics

전화 상담 요청

전화로 상담하거나 질문이 있으면 다음 웹 사이트로 이동하십시오. ibm.com/software/kr/analytics
IBM 담당자가 영업일 기준 2일 이내에 연락 드립니다.



한국 아이비엠주식회사
서울시 강남구 도곡동 467-12
군인공제회관 빌딩
14층
우편번호: 135-700

IBM 홈 페이지는 다음과 같습니다.

ibm.com

IBM, IBM 로고, ibm.com, Cognos는 전 세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 다른 회사의 상표입니다. 현재 IBM의 상표 목록은 웹 “저작권 및 상표 정보” ibm.com/legal/copytrade.shtml 에 있습니다.

Microsoft, Windows, Windows NT 및 Windows 로고는 미국 또는 기타 국가에서 사용되는 Microsoft Corporation의 상표입니다.

이 문서는 처음 공개한 날짜 기준으로 최신 상태이며 IBM에서 언제든지 변경될 수 있습니다. 일부 오퍼링은 IBM이 영업하고 있는 국가에서 사용 불가능할 수 있습니다.

본 문서에 포함된 정보는 상품성이나 특정 목적에의 적합성에 대한 보증, 비침해에 대한 보증 또는 조건을 비롯하여 명시적이든 묵시적이든 일체의 보증 없이 “현재 상태로” 제공됩니다. IBM 제품은 제공 조건으로 체결된 계약의 조건에 따라 보증됩니다.

© Copyright IBM Corporation 2013



재활용하십시오.
