

Advanced and Predictive Analytics Survey 2017

Analytics Manager Ausgabe November 2017

Dr. Sebastian Derwisch

Der BARC Survey „Advanced und Predictive Analytics 2017“



DACH-weite
Umfrage



Auflage

Unternehmensbereiche, die Advanced und Predictive Analytics nutzen und treiben

Einsatzszenarien in den Fachbereichen

Anwenderumfrage zum Stand und zukünftigen Entwicklung von Advanced und Predictive Analytics

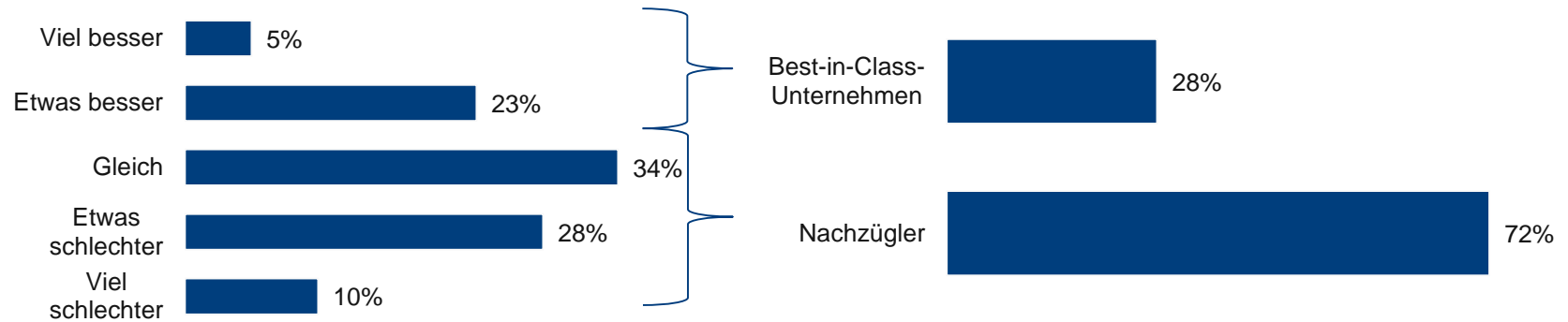
Fachliche und technische Probleme und Herausforderungen

Eingesetzte/geplante Techniken für Advanced und Predictive Analytics

Breite Abdeckung verschiedener Branchen und Unternehmensgrößen



Wie schätzen Sie die Fähigkeiten und Kompetenz im Bereich Advanced- und Predictive Analytics in Ihrem Unternehmen im Vergleich zu Ihren Hauptwettbewerbern ein?

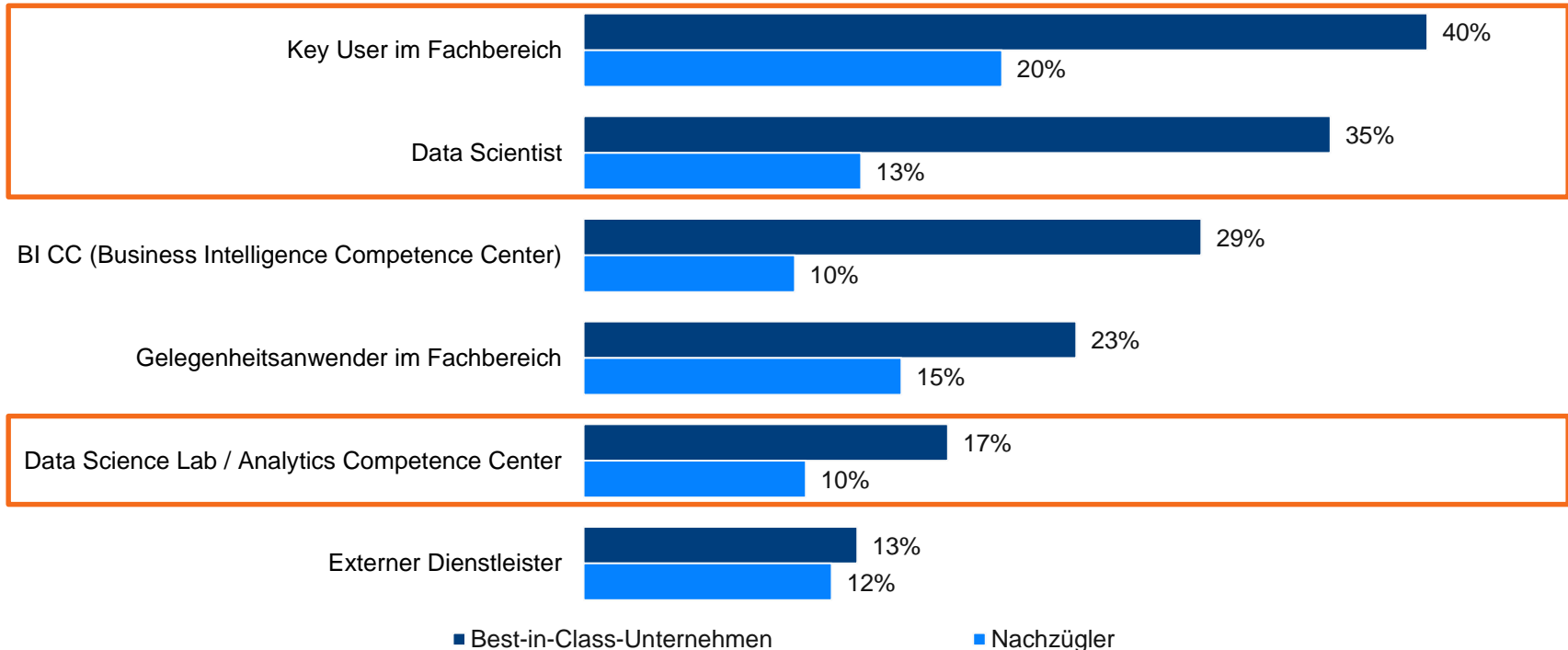


N = 154

Organisation

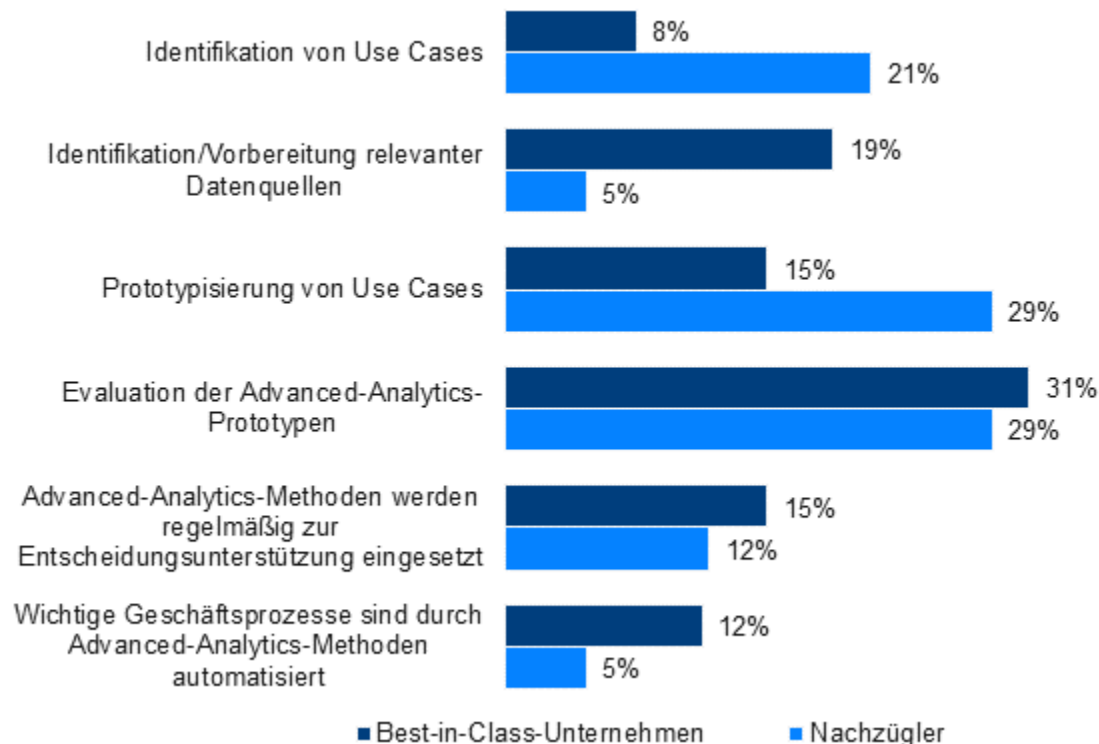
Key User im Fachbereich - sind nach wie vor die größte Anwendergruppe, Data Scientists gewinnen an Bedeutung

Wer führt bei Ihnen im Unternehmen Advanced- und Predictive-Analytics-Analysen durch bzw. wird dies durchführen?



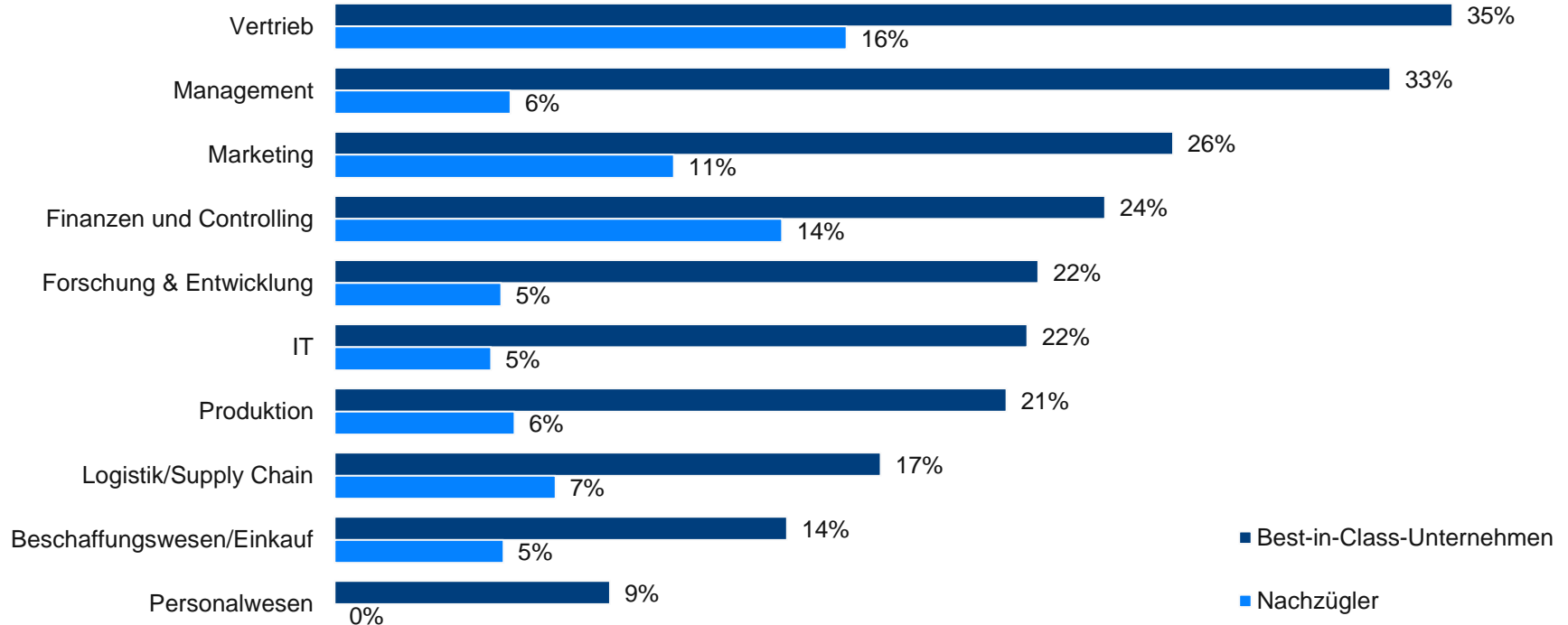
Best-in-Class-Unternehmen sind eher in späteren Phasen des analytischen Zyklus – Nachzügler sind eher in der Evaluation von Prototypen

In welcher Phase der Umsetzung von Advanced-Analytics-Projekten befinden Sie sich derzeit hauptsächlich?



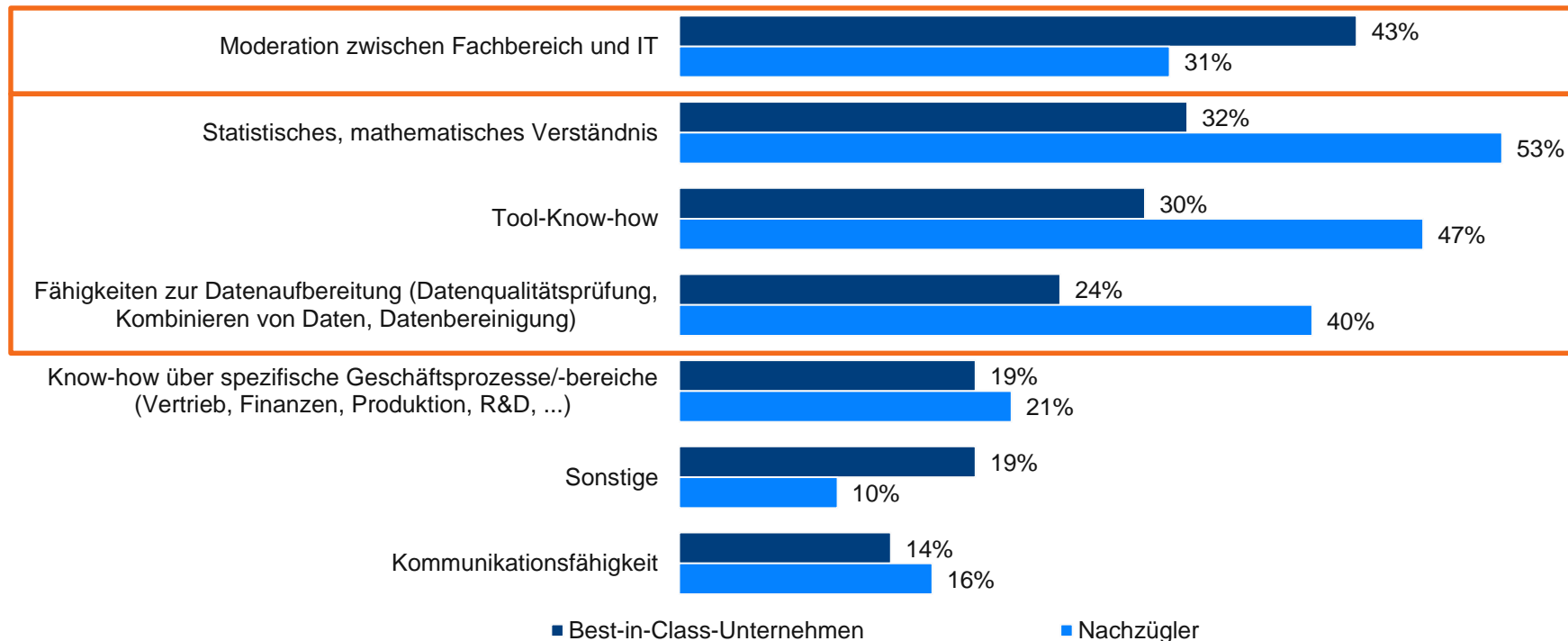
Vertrieb und Management setzen bei Best-in-Class-Unternehmen stark auf Advanced Analytics

Welche Fachbereiche setzen heute bzw. planen zukünftig Advanced- und Predictive-Analytics-Methoden einzusetzen?



Best-in-Class Unternehmen mangelt es vor allem an Moderationsfähigkeiten, Nachzüglern an mathematischem Know-how

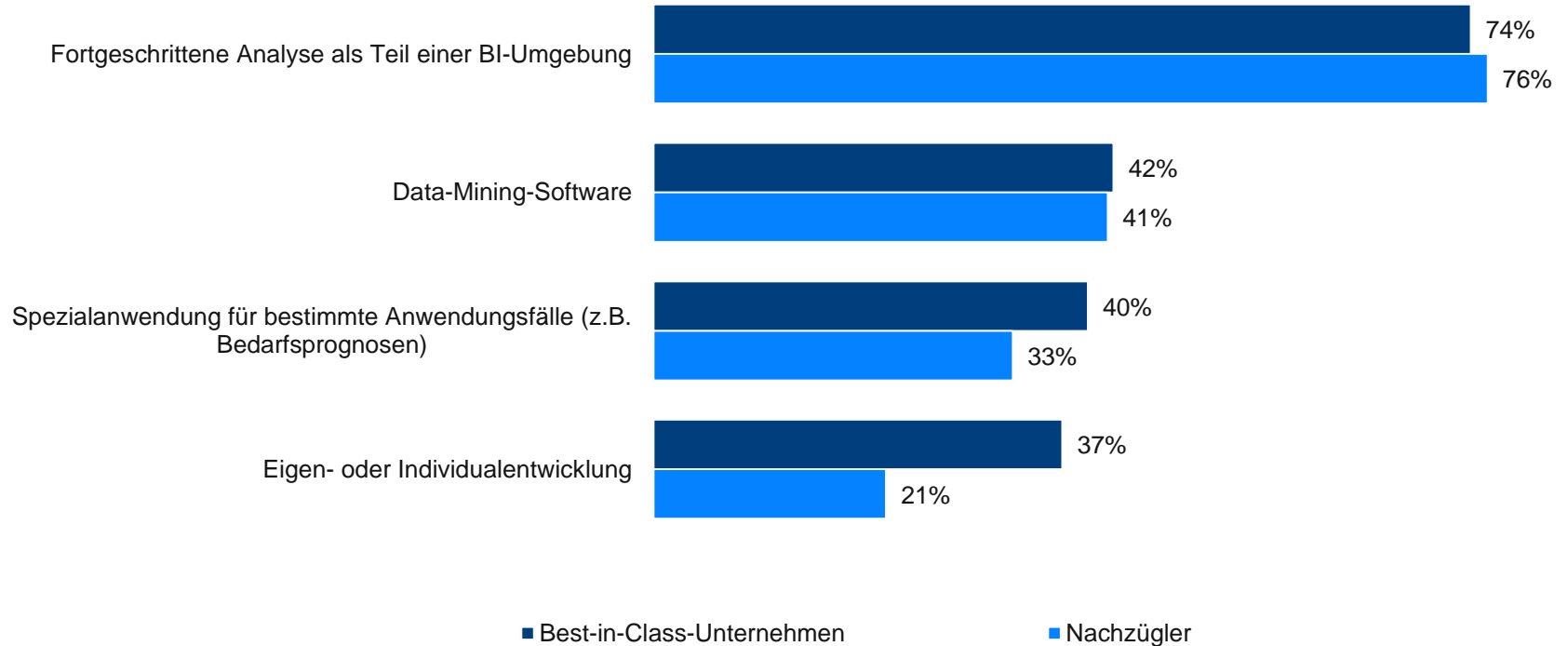
Welche der folgenden Fähigkeiten für die Durchführung von fortgeschrittenen Analysen fehlen bei Ihnen?



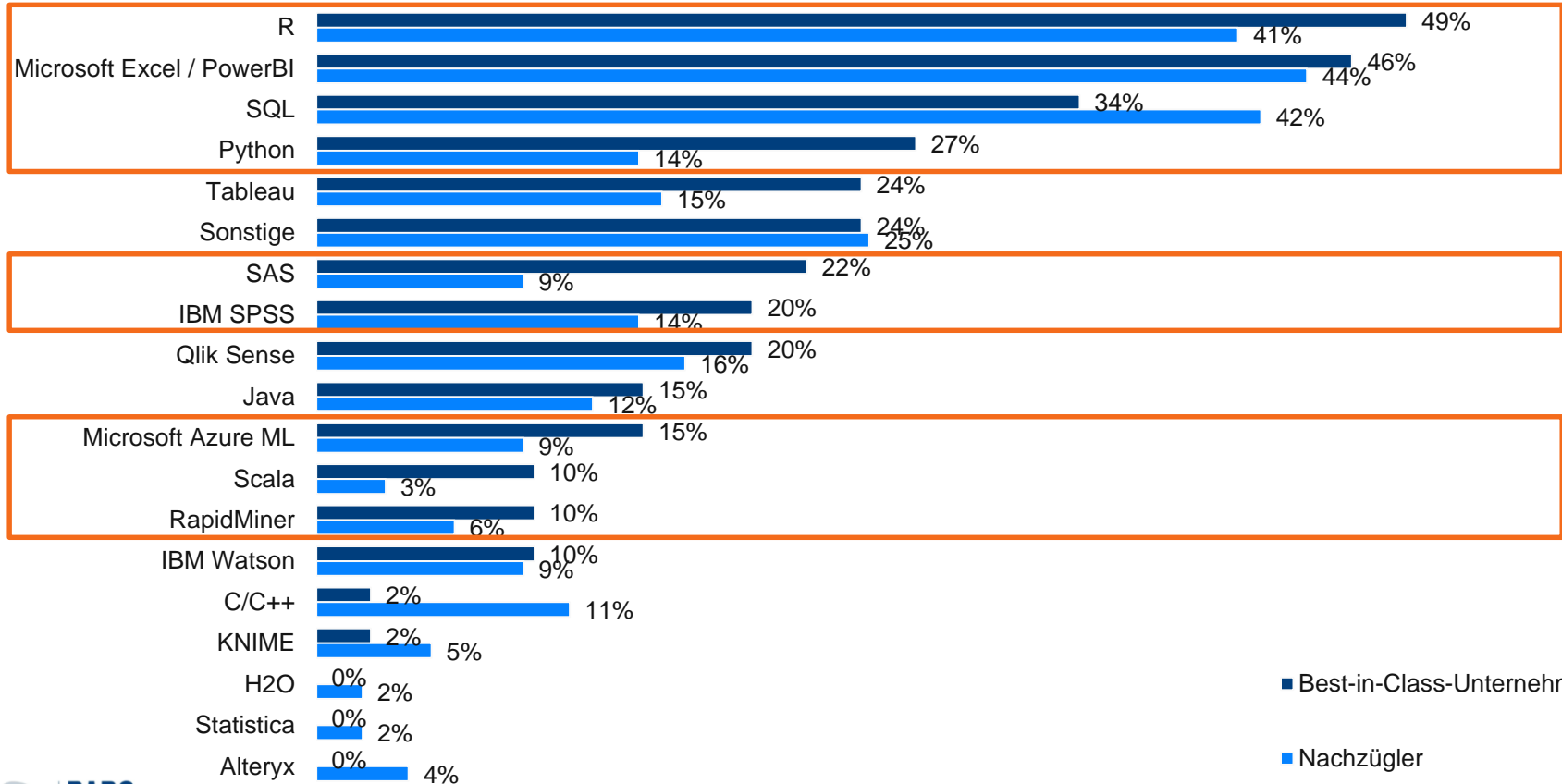
Technologie

BI-Umgebungen werden hauptsächlich für Advanced Analytics eingesetzt

Welche softwareseitige Unterstützung für fortgeschrittene Analysen haben Sie in Ihrem Unternehmen im Einsatz bzw. planen Sie zukünftig einzusetzen?



Welche konkrete Software haben Sie im Einsatz bzw. planen Sie zukünftig einzusetzen?



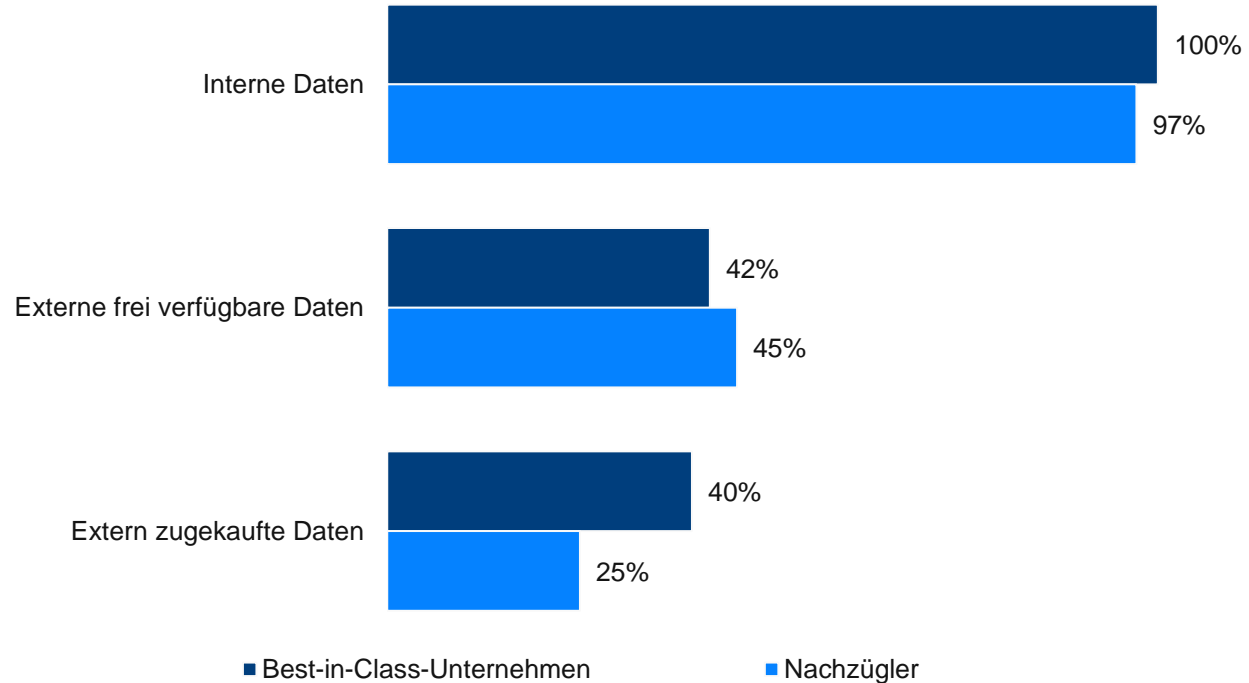
N = 133

■ Best-in-Class-Unternehmen

■ Nachzügler

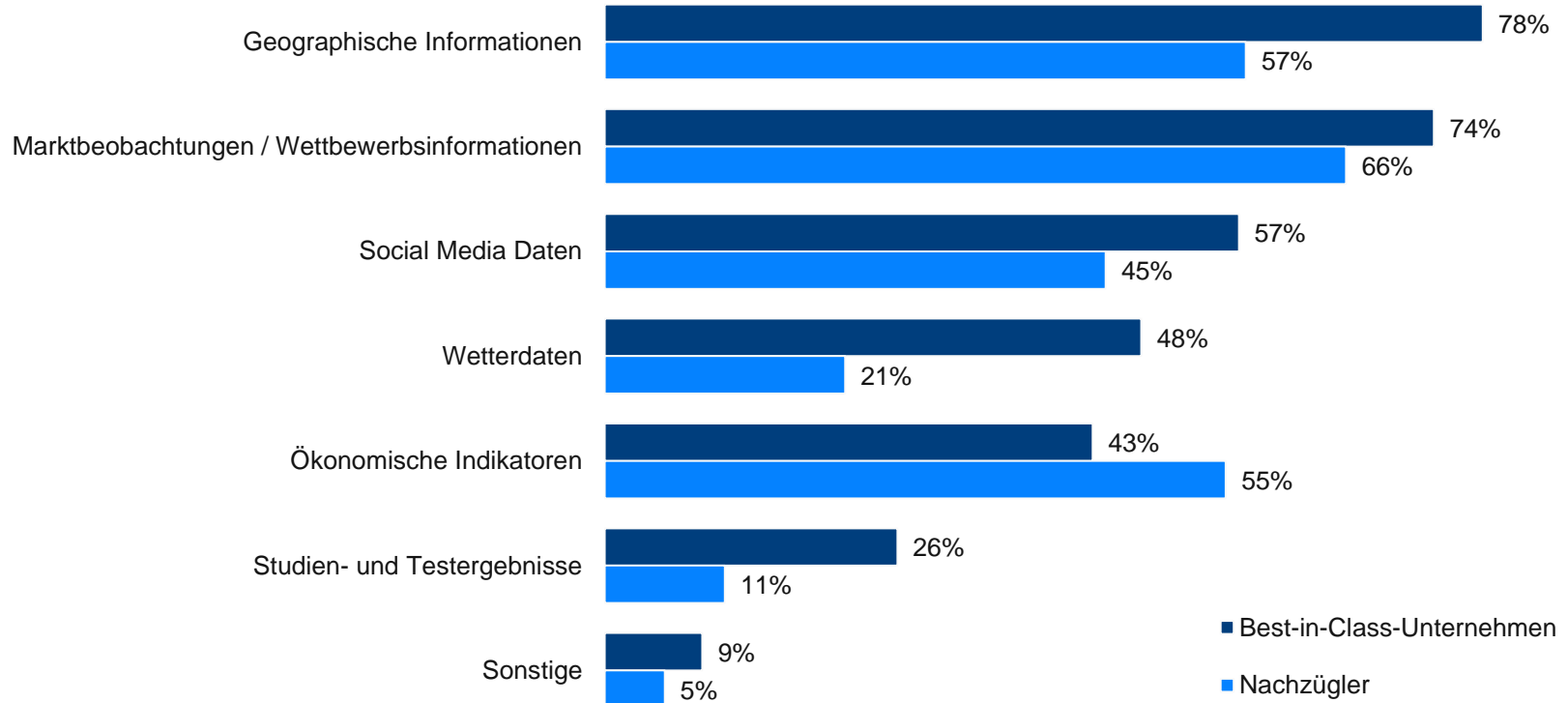
Sowohl Nachzügler als auch Best in Class Unternehmen nutzen externe Daten

Woher stammen die von Ihnen analysierten Daten?

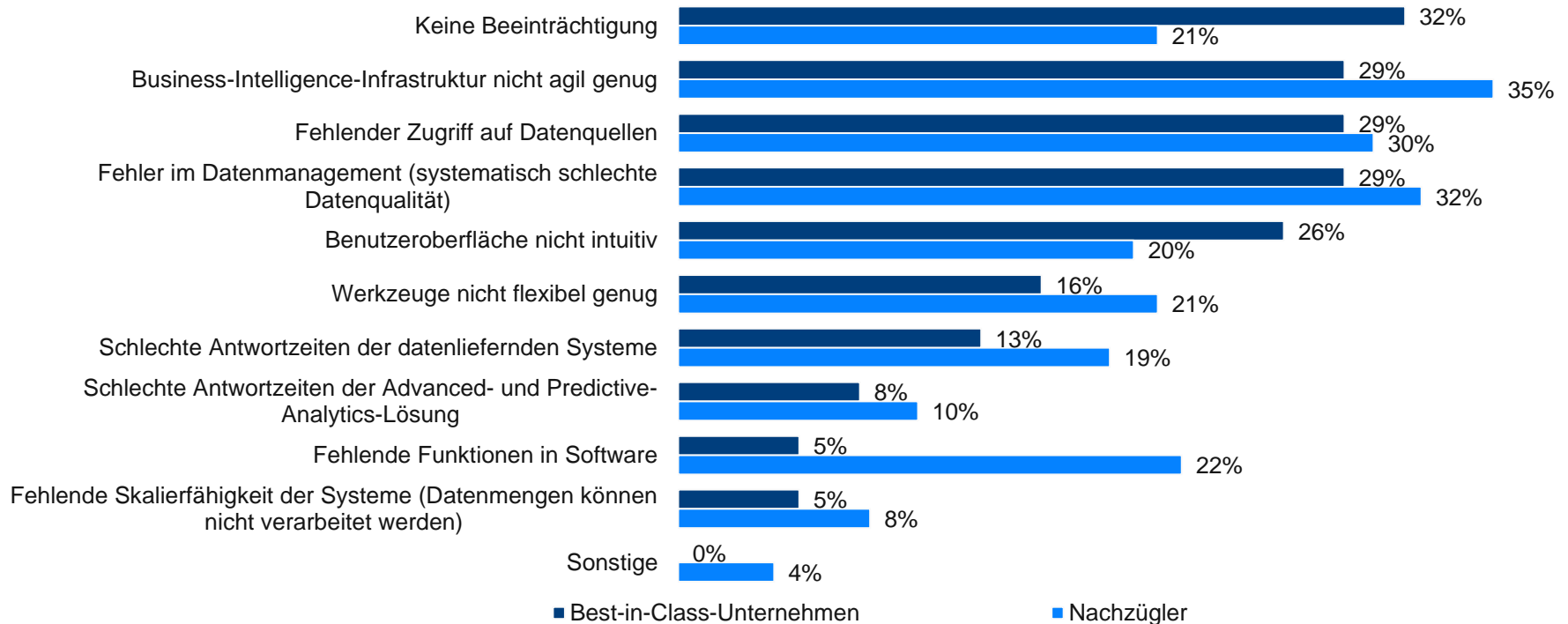


Unterschiede in der Nutzung von Geo-Informationen, Wetterdaten und Social-Media-Daten zwischen Best-in-Class und Nachzüglern

Welche externen Daten verwenden Sie?

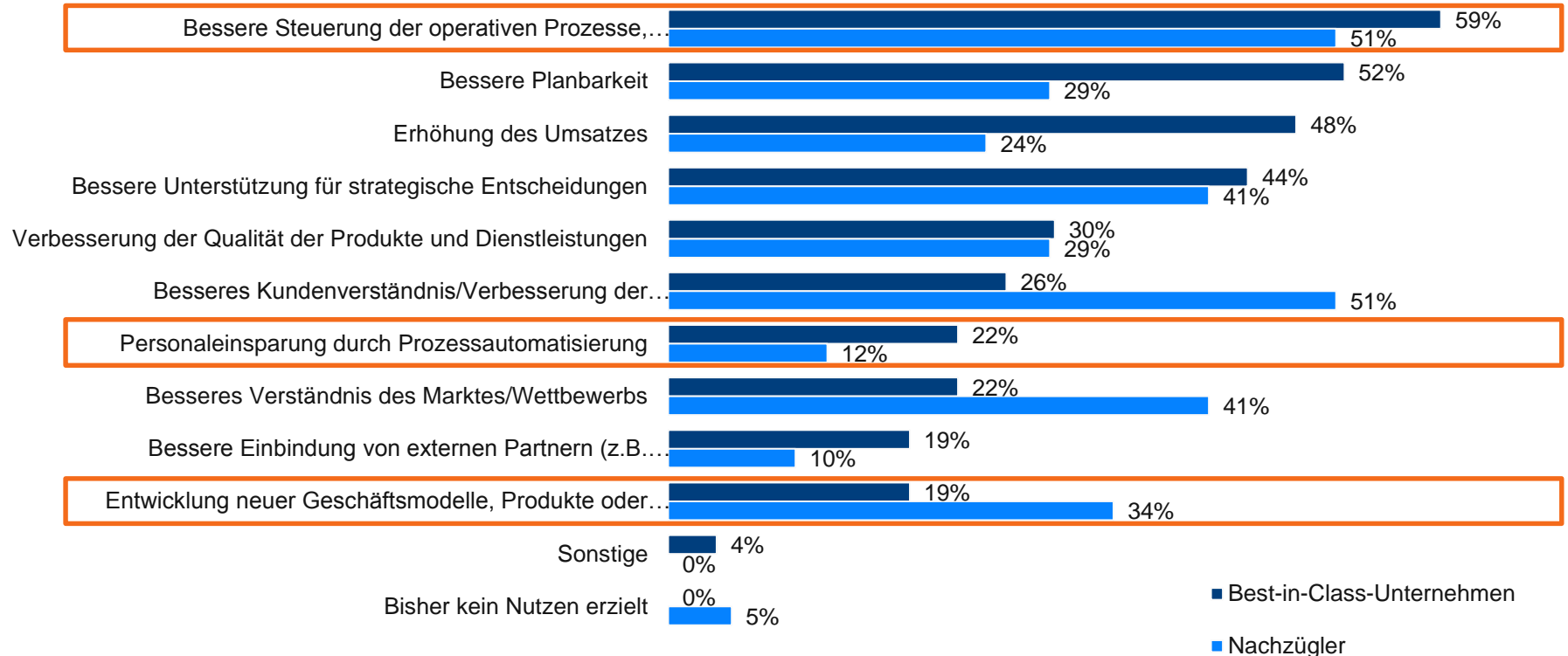


Welche technischen Faktoren beeinträchtigen Ihre Advanced- und Predictive-Analytics-Projekte?

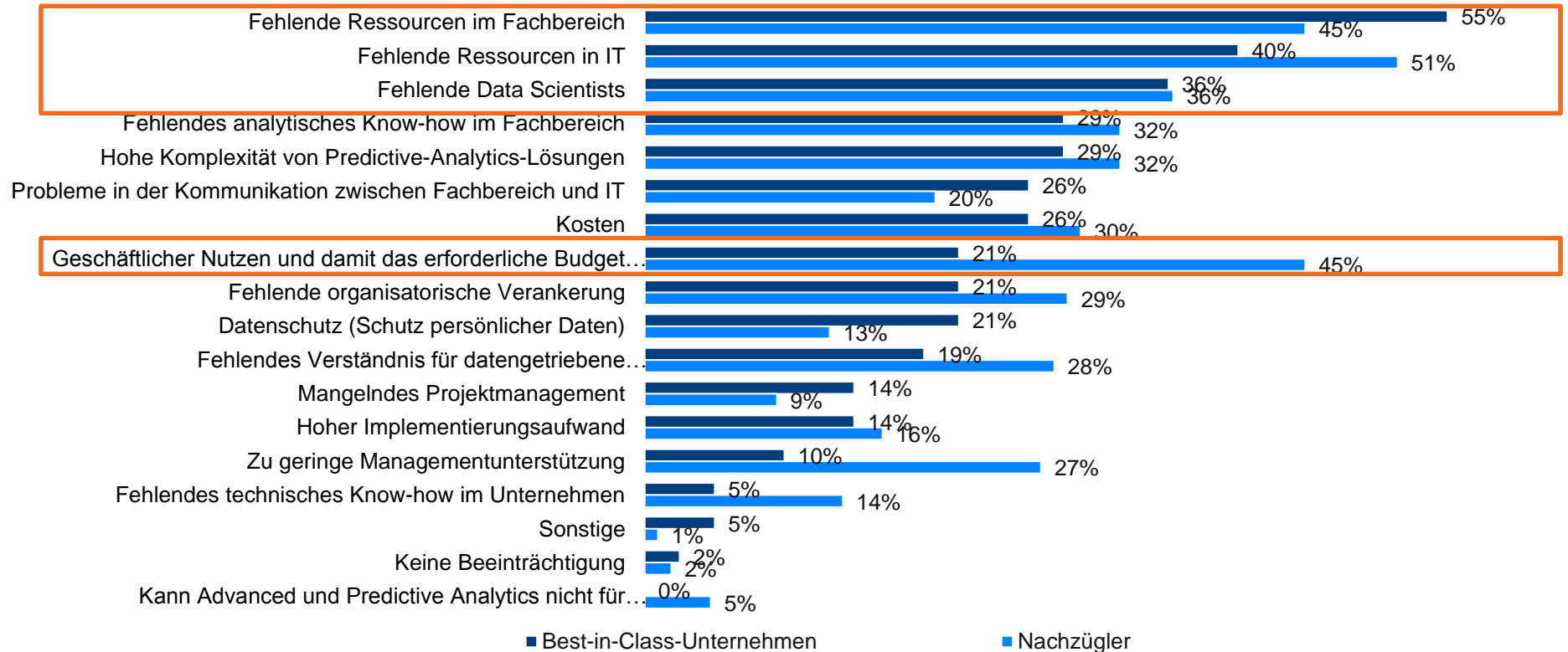


Projekterfahrungen

Welchen Nutzen konnten Sie durch den Einsatz von fortgeschrittenen Analysen in Ihrem Projekt erzielen?

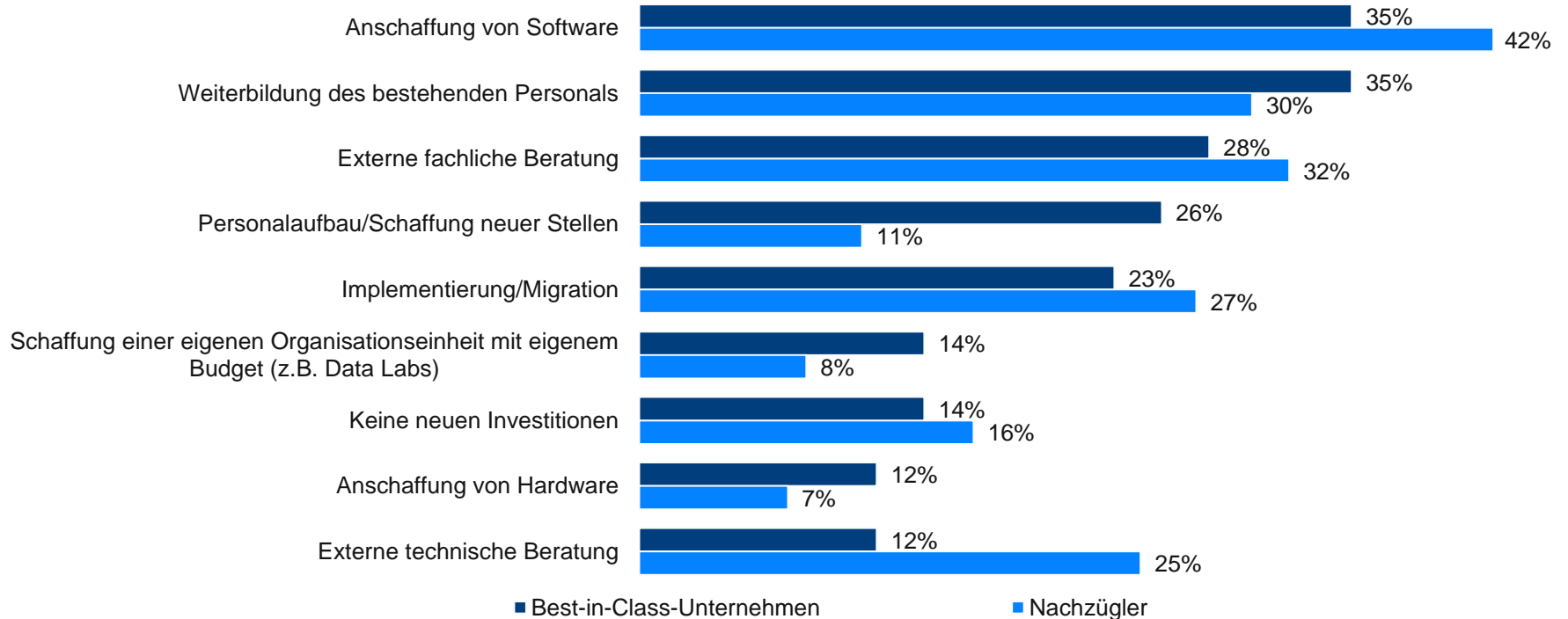


Welche allgemeinen Faktoren beeinträchtigen Ihre Advanced- und Predictive-Analytics-Projekte?



Software, Weiterbildung, externe Beratung sind Top-Investment Prioritäten

Welche Investitionen planen Sie für Ihre Advanced-Analytics-Initiativen?





- Key User sind die größte Anwendergruppe
- Best-in-Class Unternehmen sind überwiegend weiter fortgeschritten im analytischen Zyklus
- Vertrieb, Marketing & Controlling sind die stärksten Nutzer von Advanced Analytics
- Nachzüglern fehlt es mathematische Know How - Best In Class Unternehmen an Kommunikationsfähigkeiten mit der IT
- Open Source Software überwiegt - Best In Class Unternehmen nutzen vermehrt Kommerzelle Advanced Analytics Plattformen
- Hauptsächlich operative Prozesse werden unterstützt - neue Geschäftsmodelle rücken vorerst in den Hintergrund
- Fehlende Ressourcen sind Hemmnis Nummer eins



- Open Source vs. Kommerzielle Software für Advanced Analytics
- Reifegradmodell für Advanced Analytics – Analytics strategisch im Unternehmen verankern
- Advanced Analytics & Customer Experience – Use Cases, Technologien, Mehrwerte
- Prescriptive Analytics – von der Prognose zur Entscheidung
- IT-Architekturen für Advanced Analytics
- Advanced Analytics Survey – Operationalisierung
- Neue Marktstudie zu Servicedienstleistern

Ihr Kontakt bei BARC



Dr. Sebastian Derwisch

Data Scientist

+49 931 880651-0
sderwisch@barc.de

BARC GmbH
Berliner Platz 7
97080 Würzburg
Deutschland

www.barc.de