



Der Weg zum datengetriebenen Unternehmen – Ideen für den Mittelstand

Von welcher Art Datenstrategie profitieren mittelständische Unternehmen am meisten? Auf diese Frage gibt es sicherlich sehr individuelle Antworten. Was aber sind die Themen und Anliegen, die alle Mittelständler gleichermaßen umtreiben?

Wertvolle Antworten und interessante Anregungen lesen Sie auf den nächsten Seiten.



Gesucht: der Data-Scientist

Datengestützte Geschäftsentscheidungen zu treffen, ist für viele mittelständische Unternehmen nahezu ein Ding der Unmöglichkeit. Zu häufig scheitert das Vorhaben aufgrund einer unzureichenden technischen Infrastruktur und wegen mangelnden Expertenwissens. Um aus ihren Daten nützliche Erkenntnisse generieren zu können, brauchen Unternehmen das interdisziplinäre Know-how von Data-Scientists. Neben ihrem Fachwissen in Informatik, Statistik und Mathematik überzeugen derartige Spezialisten auch durch ihr großes Verständnis für Business-Fragen. Das Berufsbild des Data-Scientists, die besondere Ausbildung und die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten beschäftigen zurzeit die Personalr von KMUs.



Agile Data-Warehouse: machbar und sinnvoll

Agile Software-Entwicklung steht bei mittelständischen Unternehmen hoch im Kurs. Die Vorgehensweise liefert in kürzerer Zeit bessere Ergebnisse als herkömmliche Verfahren und ermöglicht zugleich eine flexible Weiterentwicklung der Systeme. Kein Wunder, dass auch KMUs dieses Thema für ihre zumeist umfangreichen Data-Warehouse-Projekte engagiert diskutieren. Dank agiler Prozesse erkennen Betreiber nach und nach Schwachstellen in Ihrer Datenhaltung. Mit der sukzessiven Weiterentwicklung des Systems verbessert sich auch die Datenbasis und alle Projekte, die auf ihr aufbauen.



Streaming-Daten in ETL einbinden: das Data-Warehouse im Wandel

Bei der Echtzeitverarbeitung von Daten stoßen herkömmliche Data-Warehouse-Lösungen schnell an ihre Grenzen. Die Analyse von Streaming-Daten in Echtzeit ist für mittelständische Unternehmen aber mittlerweile ein wichtiger Wettbewerbsfaktor: Reports aus kontinuierlich fließenden Datenströmen verbessern die Planungsgenauigkeit und ermöglichen, unmittelbar auf das Kundenverhalten, veränderte Märkte oder wechselnde Fertigungsabläufe reagieren zu können. Gleichzeitig können mittelständische Unternehmen in Punkto Datenqualität und Datenbereitstellung nicht auf ein Data-Warehouse verzichten. Jetzt versprechen erweiterte ETL-Technologien (Extract, Transform, Load) eine Verarbeitung von Streaming-Daten im Rahmen von Data-Warehousing – ein sehr interessanter Lösungsansatz für die Digitalisierung im Mittelstand.



Predictive-Analytics: planen statt reagieren

Predictive-Analytics lockt auch den Mittelstand. Datengestützten Prognosen, etwa zu Wartungsintervallen, Lagerhaltung oder Verkaufstrends, decken Einsparpotenziale auf und verschaffen den entsprechenden Unternehmen wichtige Wettbewerbsvorteile. Viele Mittelständler nehmen bisher (noch) Abstand von Predictive-Analytics - so scheint die Anwendung zu komplex und kostenintensiv. Entscheidender Faktor ist jedoch die Qualität der zugrundeliegenden Daten. Hebt ein KMU die „Datenschätze“ der vorhandenen Systeme, ist der Weg für Predictive-Analytics geebnet - ohne hohe Neuinvestitionen.



**Smart Datalytics –
von Datendesign über
Data Discovery zu
Predictive Analytics**

SAVE THE DATE!

Deine Community in
Hamburg

www.smartdatalytics.hamburg

organisiert von
atlantis media und
ERGON Datenprojekte

 **SmartDatalytics**



Smart Datalytics – der Erfahrungsaustausch im norddeutschen Raum

Auf den Veranstaltungen der Smart Datalytics, die regelmäßig alle acht bis zwölf Wochen stattfinden, dreht sich alles um Big Data und Business Intelligence. Als offenes Forum für den Austausch von Ideen, Meinungen und Expertisen – in lockerer Atmosphäre und als Mischung aus Workshop, Roundtable- und Open-Space-Veranstaltung – ist jeder Interessierte eingeladen, seine eigenen Projekte vorzustellen sowie Perspektiven und Fragen einzubringen. Alle Termine und Informationen zu vergangenen und bevorstehenden Events und den einzelnen Fokusthemen finden Sie unter www.smartdatalytics.hamburg

Impressum

atlantis media GmbH

Haferweg 26
22769 Hamburg

Tel.: 040 - 85 181 400
Fax: 040 - 85 181 444
E-Mail: info@atlantismedia.de

Geschäftsführer:

Michael Martin, Dipl.-Inform.

Veröffentlichung:

Januar 2018

www.atlantismedia.de

Bildnachweise:

Cover: @StockFinland - iStockphoto.com
Agile Data-Warehouse: @BeeBright - iStockphoto.com
Streaming-Daten in ETL einbinden: @cofotoisme - iStockphoto.com
Predictive-Analytics: @GreenPimp - iStockphoto.com
Machine-Learning: @a-image - iStockphoto.com
SmartDataLytics: @monsitj - iStockphoto.com

Ihre Agentur für den digitalen Kurs