Analyst Insight

AberdeenGroup
A Harte-Hanks Company

Outubro de 2011

Eficiência nos negócios com funções de análise personalizadas: conciliando personalização com padronização

O valor de funções de análise efetivas pode ser rapidamente percebido por organizações que almejam processos decisórios mais acertados e precisos. Ao fornecer acesso a dados mais relevantes, com mais transparência operacional e suporte mais abrangente a decisões estratégicas, a tecnologia de business intelligence (BI) e as funções de análises têm melhores condições de oferecer suporte, tanto em termos de crescimento como de eficiência para empresas de todos os portes. No entanto, atingir essa efetividade analítica suprema não é um trabalho simples para a maioria das organizações. Por um lado, a implantação exclusiva de softwares comerciais prontos para uso (COTS) gera o risco de subutilização, devido a um descompasso entre as capacidades analíticas e as funcionalidades técnicas, o que gera retornos ordinários sobre os investimentos. Por outro lado, o desenvolvimento de uma solução doméstica, desde o princípio, e a consequente necessidade de implementações em larga escala, junto com manutenções e serviços de suporte, pode ser economicamente proibitiva e extremamente demorada. Dados do relatório de benchmark desenvolvido pela Aberdeen, *Operational Intelligence: Tactical Decision Support with Real-Time Analytics (Inteligência operacional: suporte às decisões táticas com funções de análise em tempo real)*, demonstram que um subgrupo das organizações entrevistadas está adotando uma abordagem híbrida que emprega tecnologias padrão em conjunto com o uso criterioso de serviços que visam adaptar, estender e aprimorar as soluções analíticas.

Este insight do analista da Aberdeen emprega diferentes conjuntos de dados para quantificar o benefício que a empresa obtém ao implementar soluções analíticas bem adaptadas. A pesquisa demonstra que, além do ganho decorrente da ampliação e difusão das funções de BI dentro da organização, as empresas que adotam essa abordagem têm conseguido obter melhoria substancial em diversas métricas operacionais-chave (Figura 1).

Insights do analista

Os insights da Aberdeen transmitem o ponto de vista do analista que desenvolveu a pesquisa, e essa perspectiva é fundamentada pela visão global das enquetes, entrevistas e análises dos dados levantados.

Definições

Sob a designação **"Funções de análise personalizadas"**, dentro do contexto deste documento, são apontados os participantes da pesquisa que estão empregando ferramentas padrão para respaldar funções de business intelligence e de análise, como:

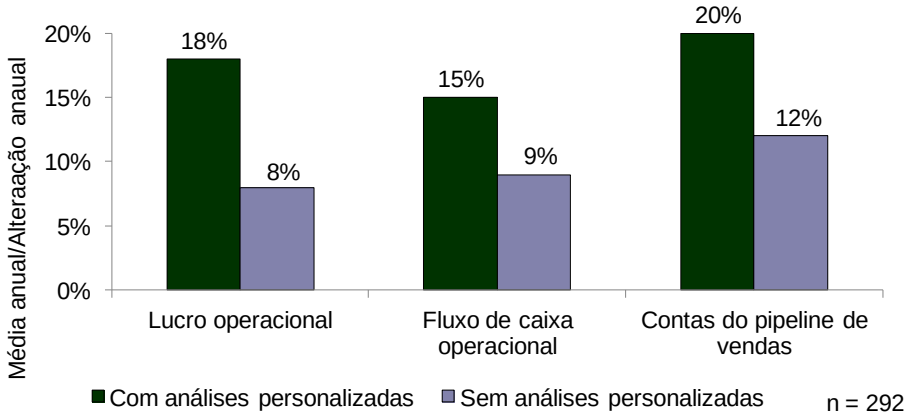
- √ Integração de dados
- √ Ferramentas ad hoc de consulta/análise
- √ Ferramentas visuais para elaboração de relatórios e dashboards

Associadas a serviços de personalização oferecidos pelo fornecedor, como:

- √ Serviços de implementação ("conexão de última milha" das ferramentas dos usuários para garantir insights analíticos)
- √ Manutenção de BI / suporte contínuo
- √ Treinamento do usuário final

This document is the result of primary research performed by Aberdeen Group. Aberdeen Group's methodologies provide for objective fact-based research and represent the best analysis available at the time of publication. Unless otherwise noted, the entire contents of this publication are copyrighted by Aberdeen Group, Inc. and may not be reproduced, distributed, archived, or transmitted in any form or by any means without prior written consent by Aberdeen Group, Inc.

Figura 1: Resultados empresariais tangíveis promovidos por funções de análise personalizadas

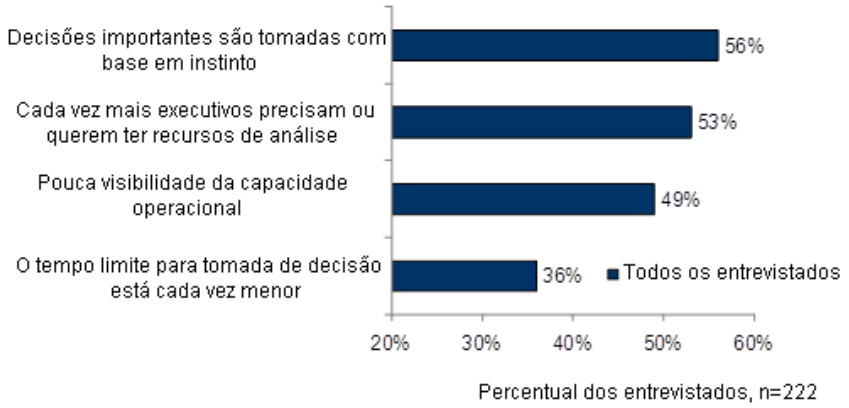


Fonte: Aberdeen Group, setembro de 2011

Contexto - A crescente necessidade de insights sobre os negócios

Com a possibilidade bastante concreta de um período de retomada do crescimento econômico, a recente crise dos débitos e a subsequente flutuação experimentada pelos mercados em todo o mundo serviram apenas para nos fazer lembrar da inerente volatilidade do mundo dos negócios. À medida que a tecnologia avança, as empresas evoluem e os padrões de pensamento se transformam, os antigos paradigmas em termos de decisões não mais se aplicam. Em vez de contar exclusivamente com a experiência e o conhecimento do assunto para fundamentar o processo decisório, os líderes atuais estão complementando seu "feeling" sobre os negócios com insights factuais recolhidos a partir de um fluxo contínuo de dados empresariais. As tecnologias de business intelligence (BI) e as funções de análise permitem a captação e análise de informações e a distribuição destas aos protagonistas mais relevantes da empresa. À medida que aumenta o fluxo diário de informações dentro das organizações e um número cada vez maior de gerentes busca ter pronto acesso aos dados, as ferramentas de análise tornam-se ainda mais fundamentais para o sucesso dos negócios. O relatório da Aberdeen, de julho de 2011, sobre o benchmark por ela realizado, *The Analytical Masses: Building Self-Service Insight for Line-of-Business Decisions (O universo das funções de análise: autonomia na geração de insights para as decisões de negócios)*, demonstra que esses fatores – a necessidade de mitigar a ambiguidade nas decisões e a crescente exigência por recursos de análise – são, de fato, as principais forças propulsoras do investimento das empresas em tecnologias de BI (Figura 2).

Figura 2: Principais propulsores dos investimentos em funções de análise

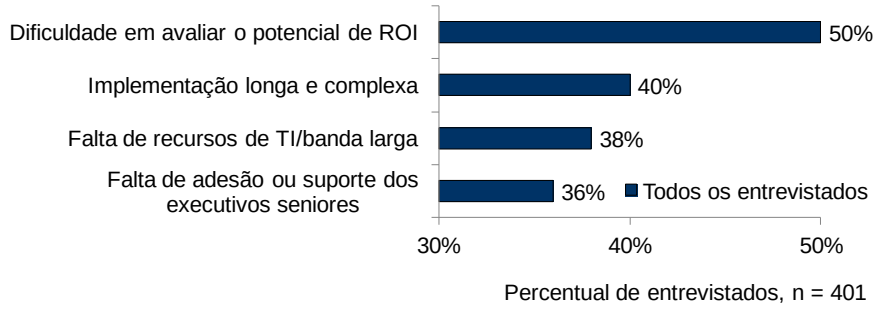


Fonte: Aberdeen Group, junho de 2011

Outras pressões empresariais estão relacionadas à visibilidade e "timing". Um número cada vez maior de empresas começa a adotar sistemas de BI, na busca de compreender melhor, em uma perspectiva operacional, quais são as forças propulsoras dos negócios e do setor, e também, na tentativa de enfrentar o encolhimento da janela de tempo disponível para a tomada de decisões bem fundamentadas.

No entanto, embora funções de análise empresarial efetivas forneçam respostas para as pressões descritas acima, a obtenção de benefícios tangíveis a partir da implantação de tais funções é ainda um desafio para muitas organizações. O relatório da Aberdeen, de abril de 2011, *Managing the TCO of BI (Administrando o TCO de uma solução de BI)*, mostra que os entrevistados que não possuíam estratégias de BI implementadas, enfrentaram diversos problemas na adoção de funções de análise. Isolada no topo dessa lista de problemas está a dificuldade de apresentar argumentos econômicos coerentes, que justifiquem a implantação de um sistema de BI, assim como a impossibilidade de comprovar um ROI tangível a partir da implantação (Figura 3).

Figura 3: Obstáculos percebidos na adoção de funções de análise empresarial efetivas



Fonte: Aberdeen Group, abril de 2011

Enquanto a obtenção de um ROI tangível é o principal problema para adoção de uma solução efetiva de BI, as demais razões apresentadas na Figura 3 estão inter-relacionadas e, de uma forma ou outra, têm uma raiz comum na geração de benefícios e agregação de valor aos negócios. Tempo é dinheiro e implantações longas e complexas, que consomem importantes recursos internos (tanto de TI como de gestão empresarial), podem prejudicar seriamente a capacidade de uma organização para promover crescimento nas receitas, nos lucros ou em outros valores que justificam uma implementação desse tipo. Tais fatores geram a necessidade de uma personalização adequada, uma gestão eficiente e de soluções analíticas amplamente adotadas.

Mesclando tecnologia e serviços

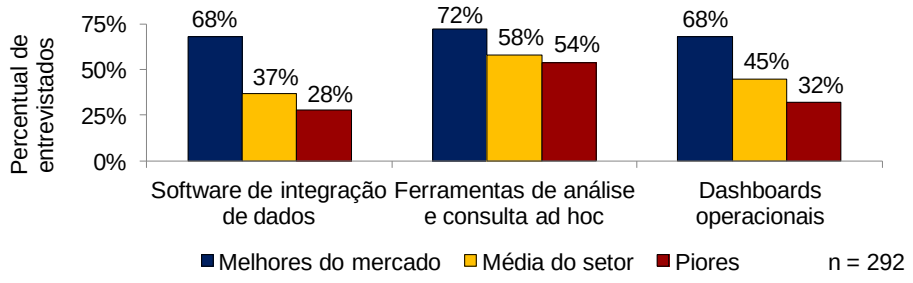
O guarda-chuva das funções de análise empresarial cobre um amplo espectro de tecnologias e atividades. A Aberdeen encara o mundo da análise como uma cadeia de valores que transforma dados brutos em insights significativos. Da mesma forma que um banco cria produtos monetários para seus clientes, reunindo e transformando dados do mercado para oferecer suporte rigoroso às decisões, empresas de diversos setores aproveitam essa cadeia de valores para tornar mais eficiente o processo decisório. Como tal, as ferramentas e atividades associadas com as análises empresariais se encaixam em três categorias principais:

- **Coleta de dados:** Essa categoria envolve atividades e tecnologias empregadas para captar, reunir, integrar, depurar e enriquecer os dados empresariais. A coleta de dados se resume em reunir dados, melhorar sua qualidade e seu valor e transformá-los em informações assimiláveis.
- **Agrupamento de informações:** No centro da cadeia de valores, as informações são reunidas em insights úteis sobre os negócios. Por meio da aplicação de regras e modelos de negócio exclusivos da demanda setorial dessa empresa (p. ex. governança, conformidades), ou outras técnicas, como análises prognósticas, as informações são transformadas em insights úteis sobre os negócios.
- **Disponibilização de insights:** A última parte ou linha de frente dessa cadeia de valores diz respeito à disponibilização de insights úteis e precisos para os principais atores do processo decisório. Por meio de ferramentas, como relatórios, dashboards, scorecards e portais, entre tantas outras, essa categoria representa a última etapa no processo de disponibilizar insights para as pessoas certas e no momento certo.

A pesquisa da Aberdeen revela de forma cabal, que as melhores empresas são as mais suscetíveis a usufruir das tecnologias adequadas em cada estágio do processo. Os mais destacados em termos de desempenho, de acordo com o próximo relatório sobre Inteligência operacional (definição na barra lateral) são os mais propensos a empregar diferentes ferramentas padrão

para apoiar a criação e disponibilização de insights sobre os negócios (Figura 4).

Figura 4: Ferramentas padrão relacionadas a insights sobre os negócios

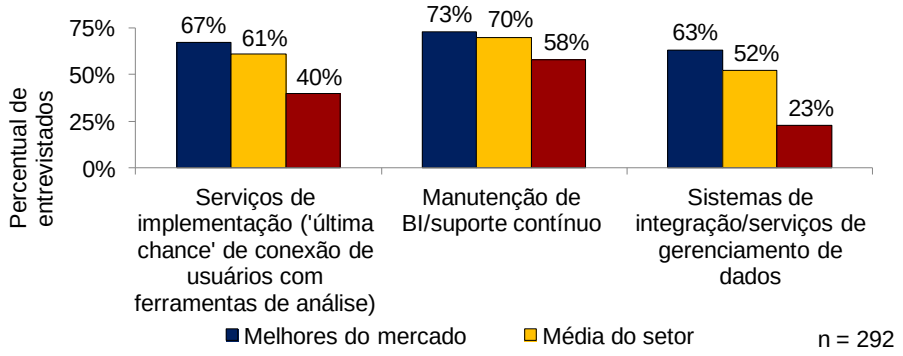


Fonte: Aberdeen Group, setembro de 2011

Para agregar mais valor a seus dados e torná-los mais acessíveis e úteis para seus sistemas de análise, as melhores empresas do setor empregam softwares de integração de dados. Para extrair respostas mais fidedignas de seus dados, há uma grande probabilidade de que esses líderes utilizem consultas ad hoc e ferramentas de análise, em conjunto com dashboards operacionais. Tal combinação permite que eles descubram insights táticos e os disponibilizem aos profissionais responsáveis pelas decisões.

Além do uso adequado e criterioso da tecnologia descrita acima, as empresas mais bem posicionadas são também as que demonstram maior propensão a utilizar diferentes serviços de personalização, os quais as ajudam a obter retornos mais expressivos dos investimentos feitos e a atender de forma mais efetiva às necessidades específicas do setor (Figura 5).

Figura 5: Serviços de personalização para melhor adequação das funções de análise



Fonte: Aberdeen Group, setembro de 2011

Em vez de assumir a responsabilidade por amplos desenvolvimentos de aplicativos, além das integrações e da implantação dos projetos, as melhores

Melhor definição

A maioria dos dados contidos neste documento foi retirada do relatório de benchmark da Aberdeen, de setembro de 2011, *Operational Intelligence: Tactical Decision Support with Real-Time Analytics (Inteligência operacional: Suporte às decisões táticas por meio de funções de análise em tempo real)*.

O melhor desempenho, de acordo com esse relatório de benchmark, é definido da seguinte maneira:

- √ 91% das informações estão disponíveis a tempo ou dentro da "janela de decisão" predefinida
- √ 97% de taxa de fidelização de clientes sobre o ano anterior
- √ 28% de aumento de novas contas ano após ano
- √ 21% de aumento de lucro operacional ano após ano

empresas do setor tendem a aproveitar a experiência dos fornecedores e se concentrar na adaptação das funcionalidades padrão de análise para ajustá-las às necessidades dos usuários. Em outras palavras, as melhores empresas do ranking são mais propensas a usar serviços de desenvolvimento de personalizações para adaptar e estender as soluções até a "conexão de última milha" e atender às expectativas dos responsáveis pelo processo decisório, os quais precisam contar com recursos de análise e dos softwares e da experiência na área para que possam empregar as ferramentas na solução de problemas específicos. Essa "conexão de última milha" pode abranger a criação eficiente de gráficos, relatórios e dashboards que melhor atendam ao padrão de interpretação dos tomadores de decisão, ou simplesmente forneçam a eles o acesso a ferramentas ad hoc para que realizem por conta própria as consultas aos dados.

As melhores empresas também são mais propensas a empregar a experiência de terceiros para oferecer suporte contínuo e serviços de manutenção para suas soluções analíticas, padrão e personalizadas. Para assumir as inúmeras atividades relacionadas à manutenção de softwares, como atualizações, acertos, incremento do desempenho, inclusão e eliminação de usuários – todas elas excessivamente trabalhosas para qualquer organização –, e aliviar a sobrecarga interna, as melhores empresas do ranking adotam o serviço de provedores externos. Além disso, a pesquisa revela que essas empresas contam com a ajuda de provedores de serviços para obter a conexão com maior volume de dados e melhorar a qualidade e a aplicabilidade desses dados no âmbito de todas as integrações entre sistemas e todos os serviços de gestão de informações.

Em uma perspectiva mais ampla, os benefícios gerais obtidos por meio do uso adequado de serviços aparecem em diferentes formas. Parte do desafio na busca de funções de análise empresarial efetivas reside em se atingir um elevado nível de adoção e utilização. Os provedores de serviços costumam implementar um processo padrão para ajudar na disponibilização de ferramentas para um número maior de usuários, e também como uma forma mais desenvolvida de reunir as necessidades dos usuários finais em termos de funções de análise empresarial. As melhores empresas tendem a adotar esses serviços quase três vezes mais rapidamente dos que as mais conservadoras.

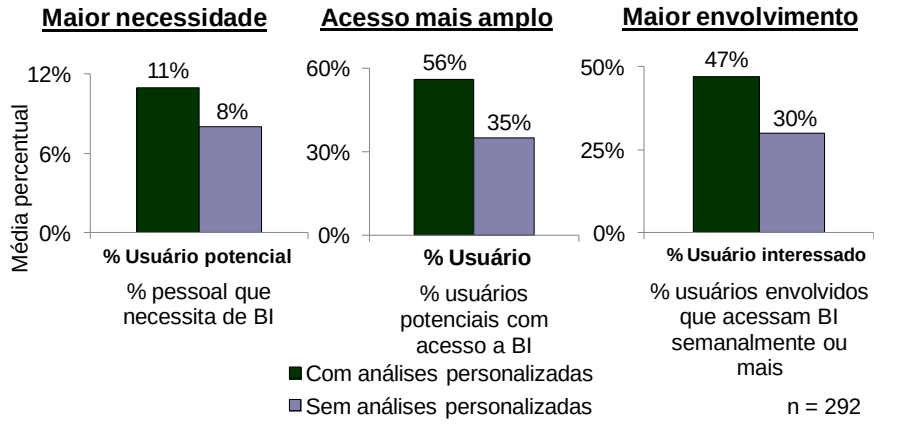
© 2011 Aberdeen Group.

Telefone: 617 854 5200
Fax: 617 723 7897

Soluções adaptadas – promovendo insights mais abrangentes

A pesquisa também avaliou um subconjunto de entrevistados que utilizam desenvolvimentos personalizados para criação de uma metodologia específica de funções de análise empresarial – usuários que relataram o uso de tecnologias padrão de análise em conjunto com serviços de desenvolvimento personalizado disponibilizados pelo provedor. Essa avaliação dirigida a "funções de análise adaptadas" revela algumas descobertas interessantes. Talvez o aspecto mais crítico de uma estratégia bem-sucedida em termos de implementação de funções de análise empresarial seja o nível de adoção entre os usuários. A pesquisa suporta a afirmação de que a implementação até a conexão de última milha por meio da disponibilização de recursos de análise nas mãos de um número maior de usuários – incluindo os usuários de equipamentos móveis – facilita a obtenção de um retorno mais expressivo sobre os investimentos feitos em TI. Os dados mostram que essas empresas que costumam empregar uma metodologia personalizada em termos de funções de análise atingiram um nível muito mais elevado de adoção e de engajamento de sua base de usuários (Figura 6).

Figura 6: Alavancando o nível de adoção de funções de análise

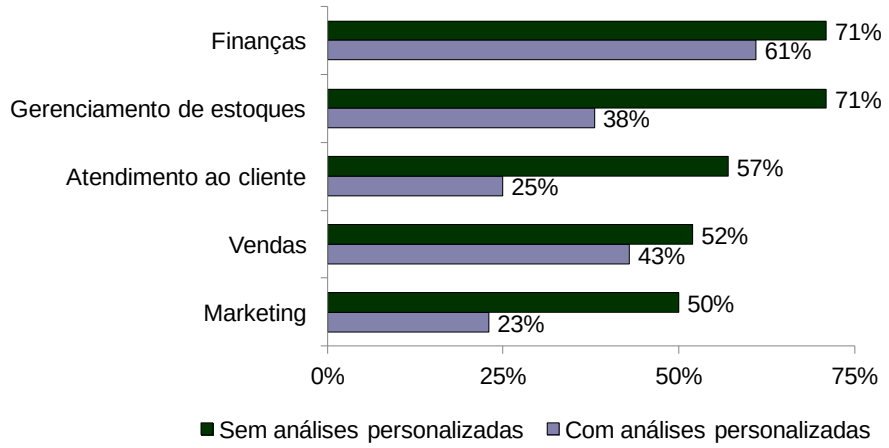


Fonte: Aberdeen Group, setembro de 2011

Em empresas iniciantes, os clientes identificam uma grande necessidade de recursos analíticos para atender à sua força de trabalho. Aqueles que utilizam funções de análise personalizadas relatam que, entre seus colaboradores, um percentual significativo tem grande necessidade ou desejo de contar com o apoio de recursos de BI. Dentro dessa base potencial de usuários de funções de análise, vemos que as empresas estão suprindo grande parcela da carência observada, fornecendo à maioria dos colaboradores as ferramentas que eles necessitam. Por fim, as companhias que adotam uma abordagem personalizada em termos de recursos analíticos estão percebendo também maior nível de envolvimento por parte de seus usuários. De acordo com a pesquisa, uma média de 47% dos profissionais faz uso de funções de análise empresarial semanalmente ou até com mais

frequência. Esse aumento no nível de envolvimento ajuda a incrementar o valor dos negócios e, em última análise, a gerar melhorias tangíveis em termos de desempenho, que abordamos anteriormente.

Figura 7: Expandindo o alcance das funções de análise



Percentual de entrevistados, n = 292

Fonte: Aberdeen Group, setembro de 2011

Paralelamente ao nível crescente de adoção e ao engajamento observados pelas companhias que adotam a personalização de funções analíticas, também se destaca a condição existente para a expansão de tais recursos a áreas diferentes de seus negócios (Figura 7, acima). Além dos casos padrão de uso de funções de análise empresarial, como em finanças, vendas ou marketing, essas empresas também obtiveram êxito na adoção de recursos analíticos por setores que tradicionalmente não apresentam uma vocação natural para tal, como as divisões de estoque e atendimento a clientes.

Esse grande alcance das soluções de BI permite que os usuários observem mudanças incontestáveis no âmbito dos dois principais objetivos da empresa: crescimento e eficiência. No que diz respeito ao crescimento, as companhias que utilizam serviços de desenvolvimento de personalizações, para adaptar suas funções de análise, conseguem empregar funcionalidades voltadas a vendas e atendimento a clientes e buscar novas áreas que promovam o desenvolvimento empresarial e proporcionem elevação da receita proveniente de clientes ativos. Quanto ao fator eficiência, essas empresas tendem a empregar recursos analíticos em atividades do escritório, como gestão de estoques, cadeia de suprimentos e aquisições. Essas atividades analíticas geram melhores condições para redução de custos, aumento de lucros e otimização do fluxo de caixa.

© 2011 Aberdeen Group.

Telefone: 617 854 5200
Fax: 617 723 7897

Destaque setorial – Funções de análise prognóstica no setor bancário

Ferramentas e métodos tradicionais de análise empresarial tinham como foco principal entender o desempenho dos negócios no período precedente, com base em uma coleção de dados históricos. A evolução das ferramentas táticas e de BI operacional propiciaram maior visibilidade em relação ao desempenho cotidiano e ajudaram na introdução de ajustes dinâmicos das atividades empresariais. A terceira etapa nessa progressão envolve a utilização de dados históricos e também transacionais, junto com a aplicação adequada das regras de negócios e de técnicas de modelagem e, também, da geração de condições que permitam prever mudanças nos negócios e introduzir ajustes antes da ocorrência de flutuações. Em uma perspectiva de tecnologia e atividade, esse conceito é conhecido como análise prognóstica. Com a utilização de diversos tipos de dados e sua correta reunião e visualização, as empresas podem passar a ser proativas. O relatório da Aberdeen, de julho de 2011, *The Analytical Masses: Building Self-Service Insight for Line-of-Business Decisions*, citado anteriormente, demonstra que as melhores empresas têm duas vezes mais propensão que as outras a adotar funções de análise prognóstica.

Ao tomar esses conceitos e aplicá-los ao setor bancário, obtém-se alguns casos de uso interessantes e valiosos. Tanto quanto em qualquer outro setor – se não mais –, no mundo bancário o cliente é o rei. A capacidade de fidelizar os clientes ativos e ampliar a base existente, simultaneamente à identificação de oportunidades de expansão para novos mercados, é o principal pilar das políticas adotadas pelos bancos e, para elas, as ferramentas de análise prognóstica se mostraram extremamente frutíferas.

Considere o caso de uma organização do ramo bancário que tem por objetivo a otimização das campanhas de marketing dirigidas à sua base de clientes. Contando com um amplo portfólio de produtos e uma base de clientes bastante diversificada, a capacidade de direcionar o produto certo, para o cliente certo, no momento adequado, tem um impacto considerável sobre a satisfação do cliente, podendo se refletir em fidelização deste e, consequentemente, em mais receita. Enquanto os métodos tradicionais permitem apenas que o banco identifique qual foi a resposta de um cliente às campanhas anteriores, os recursos de análise prognóstica proporcionam condições de prever como ele poderá reagir a diferentes ofertas de produtos e, assim, impulsionar o nível de aceitação das campanhas. Pela reunião e combinação de dados históricos, o banco tem a oportunidade de modelar um amplo conjunto de variáveis relativas ao cliente e ajustar, entre outras coisas, os produtos oferecidos e o alcance das campanhas, otimizando sua frequência e duração. Com isso, a empresa consegue promover a melhoria da métrica de desempenho mais importante em termos de campanhas de marketing (composta, p. ex., por margens, receita e índice de aceitação).

No entanto, apesar da promessa em termos dos benefícios decorrentes da adoção de funções de análise prognóstica, o maior desafio que os bancos enfrentam para obter delas maior valor para os seus negócios está no desenvolvimento das técnicas adequadas de modelagem dos dados e na implementação de soluções intuitivas para uso pelos principais responsáveis pelo processo decisório. Para minimizar esses desafios, muitos bancos estão adotando

Continua

© 2011 Aberdeen Group.

Telefone: 617 854 5200
Fax: 617 723 7897

Destaque setorial – Funções de análise prognóstica no setor bancário

Destaque setorial – Funções de análise prognóstica no setor bancário

não apenas a experiência analítica de seus provedores de software, mas também serviços de implementação, como parte de uma solução integrada cujo objetivo é a maximização do impacto positivo das funções de análise sobre os negócios. Com esses dois grupos atuando em colaboração, o banco pode criar modelos de previsão mais efetivos aplicados aos dados gerados pelo sistema de Gestão do relacionamento com clientes (CRM) ou àqueles provenientes de outra fonte, e no final, disponibilizar para os profissionais de gestão de clientes dashboards e visualizações bastante intuitivos.

Um rico conjunto de dados de clientes encerra um valor inestimável, que depende, porém, de uma efetiva interpretação para ser de fato útil. Por outro lado, a aplicação de conceitos e técnicas de análise prognóstica é um poderoso mecanismo que pode conduzir uma organização a atuar de forma proativa. Ao mesmo tempo, o desenvolvimento de tais ferramentas para atender às necessidades específicas dos tomadores de decisões e as complexidades dos ambientes de dados são fatores decisivos para que um banco – ou qualquer outro tipo de organização – perceba os benefícios tangíveis que a adoção de análises prognósticas pode trazer para os negócios.

Principais conclusões

Já se foram os dias em que as decisões vitais para os negócios eram tomadas com base na "intuição". As empresas vêm procurando ampliar seu conjunto de recursos com uma nova ferramenta, cuja principal característica é o suporte às decisões baseadas em fatos, por meio de uma consistente metodologia analítica de BI. Empregando ferramentas padrão em conjunto com os adequados serviços de personalização, como os voltados ao desenvolvimento de aplicativos, as organizações têm observado aumento substancial do nível de engajamento e de adoção de recursos de BI por seus profissionais, além de melhoria significativa do padrão de desempenho. As recomendações a seguir devem ser observadas por todas aquelas empresas que desejam maximizar o valor de seus investimentos em funções de análise empresarial

- **Considerar a contratação de provedores de serviço externos para implementação de sistemas de BI, desenvolvimento de aplicativos e gestão permanente.** Ao mesmo tempo que o custo associado aos serviços não pode ser desprezado, o maior perigo que corre em qualquer grande implementação de funções de análise é a subutilização e o fantasma do "software de prateleira". Poucas coisas têm tanto poder de corrosão do ROI de uma empresa como uma ferramenta que sucumbe sem uso nos desktops dos usuários. Talvez o maior benefício que um provedor de serviços pode proporcionar é encorajar não apenas a adoção como também o engajamento. As melhores companhias demonstram propensão 68% maior que as outras para a contratação de provedores de serviços que possam

ajudá-las a implementar "conexões de última milha", e são 1,8 vezes mais inclinadas a empregar serviços de gestão de dados e integração de sistemas.

- **Definir e documentar um plano padrão de implementação de BI.** Embora diferentes usuários e funções de negócio dentro da organização apresentem necessidades diferentes quando se trata de funcionalidades de análise, um plano de implementação criteriosamente elaborado e acompanhado de cronograma minucioso, produzirá resultados mais eficazes nas diversas áreas da companhia. As melhores empresas do ranking são duas vezes mais propensas que as demais a adotar planos de implementação bem documentados e validados. Ao desenvolver e refinar continuamente um plano padronizado, as organizações se capacitam a disponibilizar recursos de análise dentro de todas as suas áreas, em tempo menor e dentro do orçamento previsto.
- **Estabelecer procedimentos destinados a levantar e compilar as necessidades de BI dos usuários finais.** O primeiro passo para estimular o engajamento no uso de recursos de BI e atingir os níveis de adoção observados nas melhores empresas envolve o entendimento e a satisfação das necessidades dos usuários, as quais podem diferir bastante dentro do conjunto de colaboradores. Alguns precisam ter acesso mais rápido às informações, outros dependem de funcionalidades mais avançadas e um número cada vez maior de usuários demanda recursos de mobilidade. No caso dos responsáveis pelas decisões nas áreas de vendas e serviços, ou daqueles em nível executivo, que passam a maior parte do dia longe de sua mesa, o uso de equipamentos móveis é imprescindível para que tenham acesso aos dados essenciais para o desempenho de sua função. Entre as melhores empresas do ranking, 73% costumam levantar e compilar regularmente as necessidades de seus usuários finais, de forma a poder atendê-las.
- **Eliminar restrições desnecessárias ao acesso dos usuários para exploração de dados.** A gestão de segurança das informações e das permissões de acesso é um aspecto crucial de qualquer ambiente de TI. Os colaboradores não podem simplesmente ser impedidos de acessar os dados da empresa no momento em que deles precisam. Entretanto, algumas vezes essas restrições tornam-se inconvenientes e contraproducentes, prejudicando a capacidade dos profissionais para tomar decisões bem fundamentadas. Entre as melhores empresas, 34% tendem a avaliar suas políticas de acesso a dados e eliminar restrições desnecessárias, que podem gerar obstáculos para o processo analítico. Sem comprometer a segurança das informações confidenciais da organização, as empresas têm condições de agilizar a geração de insights, removendo as barreiras desnecessárias no acesso aos dados. Contando com ferramentas de análise melhor

adaptadas às necessidades dos usuários, com um nível cada vez maior de capacitação em termos de análise e uma via mais direta e desimpedida até os dados relevantes, essas organizações poderão agregar maior valor aos seus negócios a partir da implantação de sistemas de BI e sua orientação para alavancagem do padrão de desempenho.

Para mais informações sobre este ou outros tópicos da pesquisa, visite www.aberdeen.com.

Pesquisas relacionadas	
The Analytical Masses: Building Self-Service Insight for Line-of-Business Decisions (O universo das funções de análise: autonomia na geração de insights para as decisões de negócios); julho de 2011	*Effective Analytics in the SMB Market: Delivering Measurable Business Results (Funções de análise efetivas no mercado das PMEs: gerando resultados empresariais mensuráveis)*; julho de 2011
Business Intelligence on the TCO Diet: Slashing the Cost of Insight with Analytical Fitness (Business intelligence na redução do custo total de propriedade: cortando os custos dos insights por meio de adequação analítica); maio de 2011	*Business Answers at Your Fingertips: The Real-Time Value of BI (Respostas às questões empresariais ao alcance de seus dedos: o valor da BI em tempo real);* abril de 2011
Autor: Michael Lock, analista sênior de pesquisas, Business Intelligence (michael.lock@aberdeen.com)	

Há mais de duas décadas, as pesquisas desenvolvidas pela Aberdeen vêm ajudando organizações em todo o mundo a obter um espaço entre as melhores empresas do setor. Depois de executar benchmarkings para avaliar o desempenho de mais de 644.000 empresas, a Aberdeen ocupa uma posição inigualável para divulgar fatos que realmente importam – aqueles que capacitam as empresas a assumir a dianteira e a alavancar os resultados. Esse é o motivo pelo qual nossas pesquisas servem de modelo para mais de 2,5 milhões de leitores, em mais de 40 países – 90% do público leitor da Fortune 1.000 e 93% da Technology 500.

Na qualidade de empresa do grupo Harte-Hanks, a Aberdeen disponibiliza, por meio de suas pesquisas, análises e insights para a comunidade Harte-Hanks de executivos de marketing locais, regionais, nacionais e internacionais. Em conjunto, nós ajudamos nossos clientes a aproveitar todo o potencial dos insights para desenvolver programas de marketing inovadores para os vários canais de comunicação, que se traduzem em melhores resultados para os negócios. Para obter mais informações, visite o site da Aberdeen em http://www.aberdeen.com ou entre em contato pelo telefone (617) 854-5200. Se quiser conhecer melhor o grupo Harte-Hanks, ligue para (800) 456-9748 ou visite http://www.harte-hanks.com.

This document is the result of primary research performed by Aberdeen Group. Aberdeen Group's methodologies provide for objective fact-based research and represent the best analysis available at the time of publication. Unless otherwise noted, the entire contents of this publication are copyrighted by Aberdeen Group, Inc. and may not be reproduced, distributed, archived, or transmitted in any form or by any means without prior written consent by Aberdeen Group, Inc. (2011a)