

Analizy z przyszłością

Strategia GLI (geospatial and location intelligence) otwiera przed biznesem zupełnie nowe obszary budowania strategii na bazie analiz danych, które przykładowo skrócą czas potrzebny do określenia miejsc pod nowe salony franczyzowe lub pozwolą prześledzić trasy przejazdów w celu optymalizacji wydajności floty. Mimo widocznych zalet, tylko 23% organizacji wykorzystuje obecnie potencjał GLI jako rozszerzenie możliwości posiadanych systemów BI i platform analitycznych. Thomas Oestreich, dyrektor badań w Gartner podkreśla, że praktycznie wszystkie platformy analityczne i BI oferują przynajmniej podstawowe możliwości w zakresie realizacji strategii GLI i nadszedł czas aby analitycy i liderzy informacji postawili pytanie „gdzie” we wszystkich nowych projektach analitycznych i BI.

GLI także w Polsce

Systemy angażujące w procesy biznesowe analizy danych przestrzennych, które do niedawna były zarezerwowane dla sektora publicznego są obecnie coraz częściej wykorzystywane przez firmy i organizacje na rynku polskim. Mowa tu o rozwiązaniach typu Location Analytics, które tworzą kompleksowe środowisko zbierania, analiz i współdzielenia danych z informacją lokalizacyjną pochodzących z systemów BI lub CRM oraz ich prezentacji na mapach.

Polska Rada Centrów Handlowych używa rozwiązania GIS do budowy nowego katalogu Centrów Handlowych PRCH, który pełni rolę bazy ponad 450 obiektów, parków i ulic handlowych, a także centrów wyprzedażowych i ich najemców w Polsce. Zastosowane rozwiązanie pozwala na natychmiastowy dostęp do wyniku analizy z aspektem lokalizacyjnym dla organizacji lub jej członków. Z drugiej strony, pracownicy tworzący analizy uzyskują ciągły dostęp do informacji gromadzonych w różnorodnych systemach biznesowych. Dzięki temu zarządca centrum, posiadając

odpowiednie dane, może także analizować przepływ osób w centrum handlowym na podstawie logowania się klientów do sieci Wi-Fi czy mierzyć liczbę wejść do poszczególnych sklepów dzięki zamontowanym w bramkach czujnikom.

Wyzwania Strategii GLI

Zdaniem analityków Gartner, przystępując do wdrażania strategii GLI trzeba wziąć pod uwagę trzy rzeczy: po pierwsze, rozdział między statycznymi i dynamicznymi przypadkami wykorzystania danych. W przypadkach statycznych, informacje są zbierane z wyprzedzeniem i analizowane z uwzględnieniem danych historycznych. W przypadkach dynamicznych informacje analizowane są w czasie rzeczywistym co wymaga zastosowania zupełnie innej, bardziej zaawansowanej technologii. Po drugie, trzeba rozróżnić analizy wewnętrzne i zewnętrzne w organizacji, które wymagają różnych danych mapowych w różnych formatach. Technologie transmisji danych są także różne w zależności od tego gdzie informacje są zbierane (w budynku / na trasie przejazdu).

Po trzecie, wraz z Internetem rzeczy pojawia się możliwość identyfikacji i monitorowania pracowników, klientów i konsumentów. Wiąże się to jednak z dużą odpowiedzialnością. Nieodpowiednie wykorzystanie GLI może prowadzić do problemów natury prawnej i etycznej. Oznacza to, że każdy nowy pomysł związany z wykorzystaniem danych przestrzennych należy ocenić zgodnie z przestrzeganiem prywatności i przepisów dot. ochrony danych.