

10

As 10 maiores  
tendências em  
business  
intelligence





**O fim dos cientistas de dados.** A ciência de dados migra do especialista para o homem comum. A familiaridade com a análise de dados se torna parte do conjunto de habilidades dos Power Users mais simples, e não de especialistas com o título de “analistas”. As organizações que usam dados para tomar decisões são mais bem-sucedidas e aquelas que não usam dados começam a ficar para trás.

Para saber mais, leia esta reportagem especial da revista The Economist: [Fostering a Data-Driven Culture.](#)



# A business intelligence chega ao grande público.

As organizações que desejam estar prontas e em funcionamento mais rapidamente em relação às análises recorrem à adoção da business intelligence em nuvem. Novos cenários como a colaboração junto a clientes e o acesso móvel fora do firewall também agilizam a adoção. O amadurecimento dos serviços em nuvem ajuda os departamentos de TI a se sentirem confortáveis em relação à business intelligence na nuvem. Para saber mais, leia o white paper: [Business Analytics in the Cloud](#).



# O Big data finalmente chega ao céu.

Data warehouses em nuvem como Amazon Redshift e Google BigQuery transformam o processo de criação de um data warehouse de meses para uma questão de dias. Isso permite a criação rápida de protótipos e um nível de flexibilidade que até então não era possível. Ofertas de nuvem como Teradata Cloud e SAP HANA de fornecedores tradicionais validam o espaço.

Para saber mais, assista a este webinar: [Exploring Big Data with Amazon Redshift.](#)

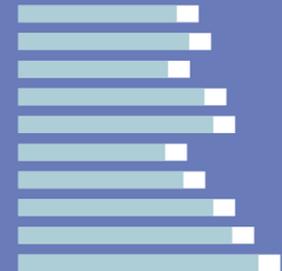
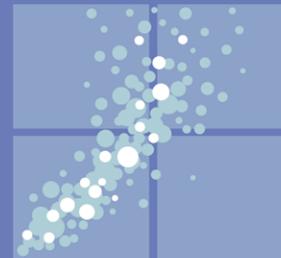
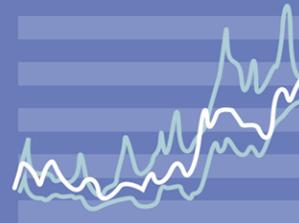


# A BI ágil amplia sua liderança.

As análises de autoatendimento se tornam a norma em empresas em rápido crescimento. Os executivos começam a esperar flexibilidade e usabilidade de seus painéis. E a infraestrutura monolítica acaba favorecendo as soluções capazes de funcionar com novas fontes de dados.

Para saber mais, leia este white paper da GigaOm: [Agile BI: Reshaping the Landscape.](#)

4



# 5

**As análises preditivas,** até então o domínio dos sistemas avançados e especializados, chegarão ao grande público à medida que as empresas procurarem olhar para frente, e não para trás, quando pensarem nos dados.

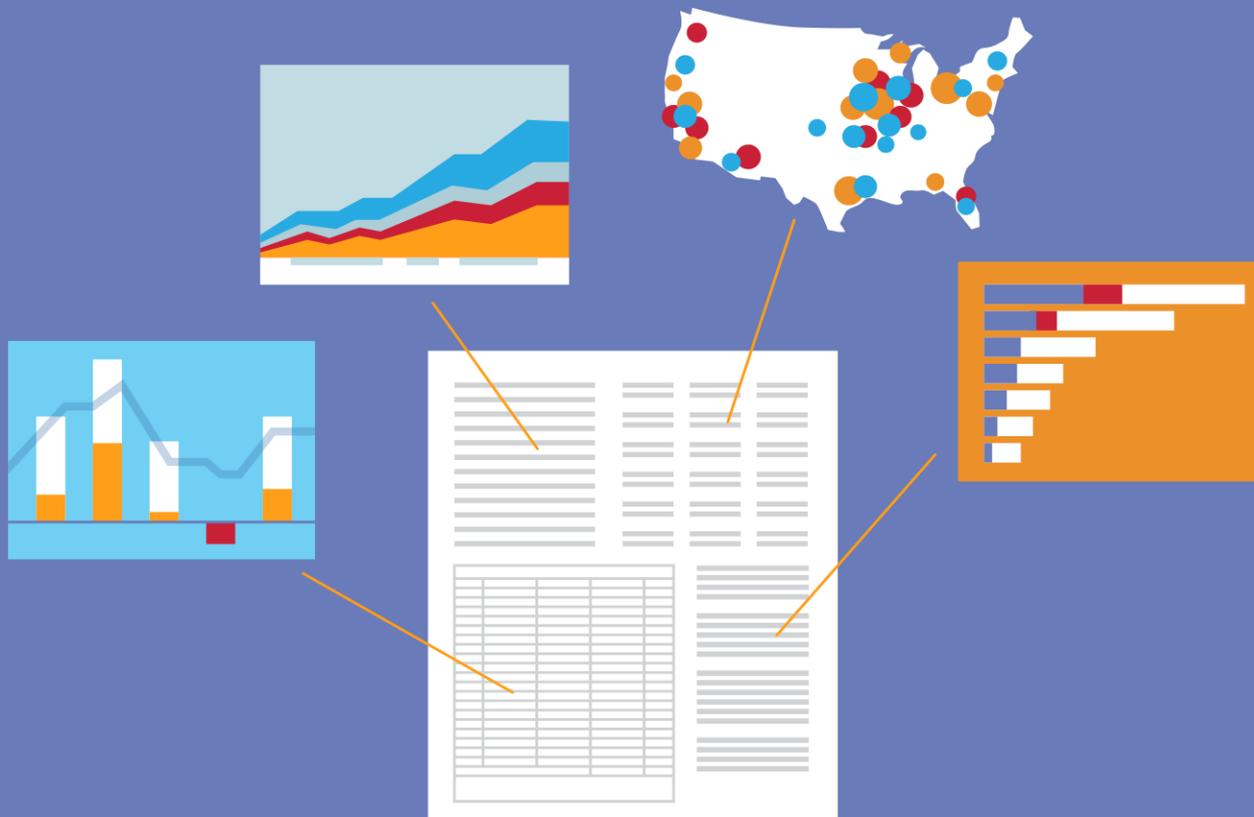
Para saber mais, assista a este webinar de David Stodder da TDWI: [Using Analytics to be Predictive and Proactive.](#)



# A BI integrada começa a surgir,

em uma tentativa de colocar informações diretamente no caminho das atividades de negócios. As análises começam a tomar vida dentro dos sistemas transacionais. Cenários como o gerenciamento de relação com o cliente determinarão a maneira como as análises dão apoio a muitas decisões menores que os vendedores tomam ao longo de um dia. Por fim, a BI integrada levará dados até departamentos que costumam estar defasados: por exemplo, nos ambientes de chão de fábrica e varejo.

Veja a importância da BI integrada neste [vídeo](#).



# 7

**As histórias passam a ser uma prioridade,** à medida que as pessoas percebem que um dilúvio de painéis sem contexto não ajuda. As histórias passam a ser uma forma de transmitir ideias e informações aprofundadas usando dados. Elas também ajudam as pessoas a extrair um significado de uma massa gigantesca de big data e dados dispersos.

Leia mais neste whitepaper: [5 Best Practices for Telling Great Stories.](#)



Para organizações de ponta, **a business intelligence móvel se torna a experiência principal**, e não uma experiência ocasional. Os Power users passam a exigir acesso às informações dentro do fluxo natural de seus dias, e não em suas mesas.

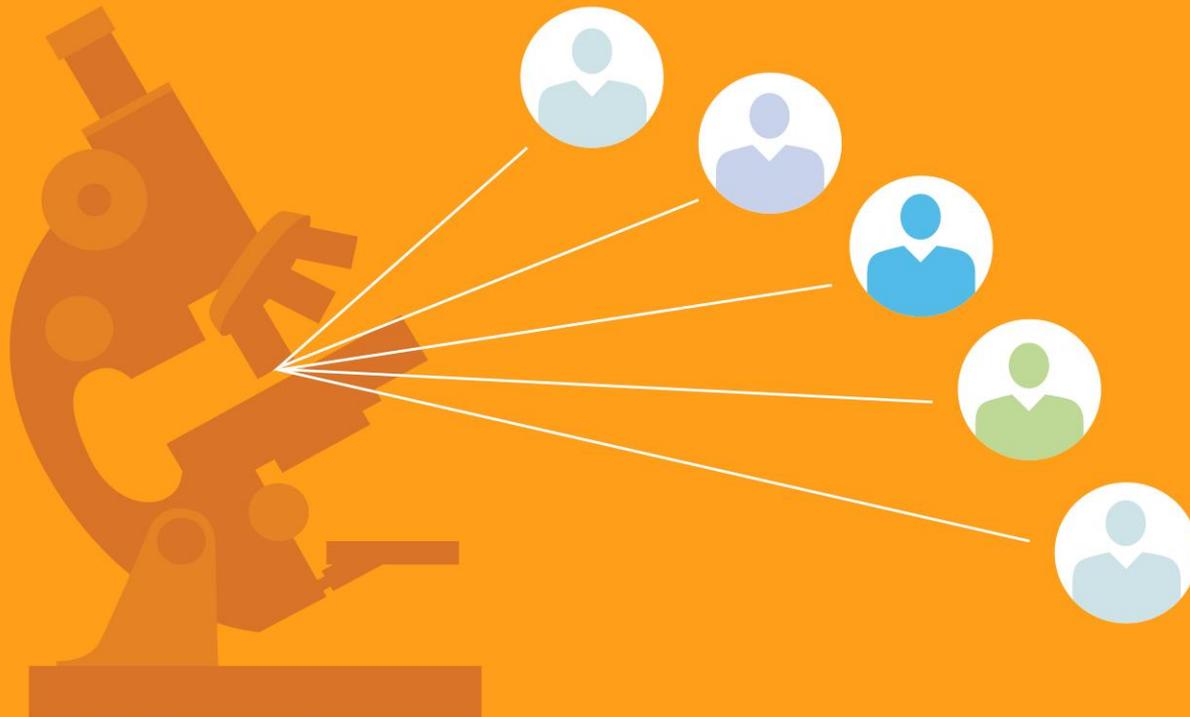
Para ver um exemplo, leia este white paper: [How Mobile Business Intelligence Drives Efficiency and Transformation for Supervalu.](#)



# As organizações começam a analisar os dados sociais para valer,

conseguindo informações aprofundadas além do número obtido por seus concorrentes e seguidores. Os dados sociais se tornam um meio de conscientização da marca e atitude, bem como terreno fértil para análise concorrencial. As empresas começam a usar dados sociais para compreender a relevância que têm para seus clientes.

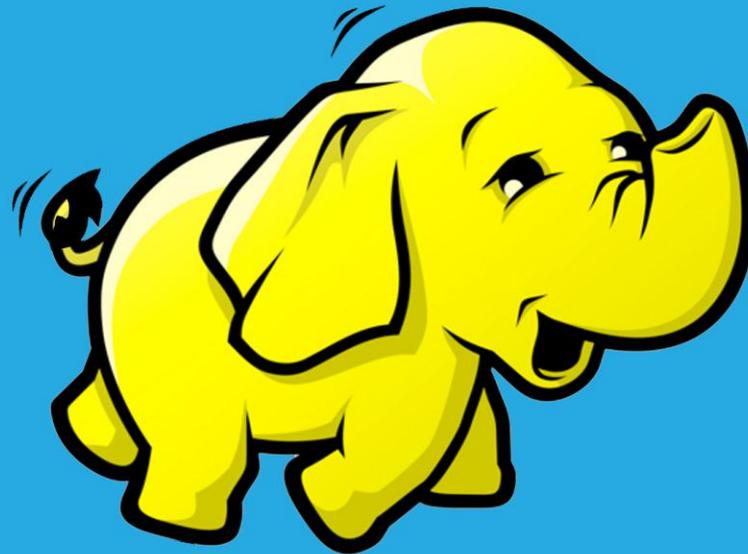
Para ver um exemplo de como obter informações aprofundadas com base em dados de mídias sociais, assista a este vídeo: [Using Social Media Analytics for Insight](#).



# O NoSQL é o novo Hadoop.

As organizações exploram como usar dados desestruturados. As tecnologias NoSQL ganham mais popularidade à medida que as empresas procuram assimilar esse tipo de dados. Mas em 2014, o uso inteligente de dados desestruturados continuará sendo a exceção, e não a regra.

Para saber mais sobre o noSQL, leia este artigo da TechRepublic: [10 Things You Should Know About noSQL databases.](#)



## Sobre a Tableau Software

A Tableau Software (NYSE: [DATA](#)) ajuda as empresas a ver e compreender os dados. A Tableau ajuda as pessoas a analisar, visualizar e compartilhar informações rapidamente. Mais de 15.000 contas de clientes obtêm rápidos resultados com o software Tableau no escritório e em trânsito. Milhares de pessoas usam o software Tableau Public para compartilhar dados em sites e blogs.

<http://www.tableausoftware.com/business-intelligence>