

Big data משנה את העתיד עבור הארגונים

אריה גליקמן מנכ"ל ליעם מקבוצת One1: "טיפול נכון במידע בלתי מובנה בהיקפים גדולים וניתוחו, יוביל לניהול נכון ויעיל בארגון

ערך גבוה גם כתוצאה ממכירות טובות יותר. בנוסף, גם הרווחיות התפעולית של הארגון גבוהה יותר ביחס לאלו שאינם צרכנים של BIG DATA. בארה"ב אף נראים תוצרי הבנה זו בקפיצה המשמעותית אשר נרשמה בתקופה האחרונה, בהיקף המודעות בתחום הדרושים בתחום ה- Big Data."

כיום מציע השוק פתרונות אשר ברובם הינם יקרים של מותגי תוכנה /חומרה ולעיתים אנו בוחרים פתרון של חברה גדולה מאחר ו"התרגלנו"



אריה גליקמן

לפעול בדרך מסוימת בתחום מסוים.

איך בכל זאת לעשות זאת בדרך יעילה וחכמה? גליקמן מציע לחשוב מחוץ לקופסא: "המסקנה היחידה המתבקשת היא כי חייבת להיות כאן חשיבה חדשה יצירתית המאמינה בתחום. אנו נדרשים לפתרון בעל יכולות מתקדמות הכולל גמישות והכוונה היא לדעת להתמודד עם כל סוג מידע וכל גודל של מידע, פשטות, יחס טוב בעלות אל מול ביצועים ופתרון מקצה לקצה.

"ברשותנו כיום כלים אשר ביכולתם לטעון כמויות גדולות של מידע בפרקי זמן הקצרים פי 5 עד פי 20 מהנהוג כיום בבסיסי המידע המסורתיים. יכולת עיבוד, טעינה ואנליזה מסוג זה משנים את חוקי המשחק. אולם הרבה מעבר לכך, נדרשת כאן חשיבה אחרת אשר לא תוכלו למצוא אותה אצל אלה המתבססים על בסיסי הנתונים הרגילים ועבודות הנמלים של חיבור ממשקי המידע בטכנולוגיות ישנות.

"בין היתרונות המשמעותיים בניהול נכון של Big Data, נמצא את היכולת לצפות את העתיד וזאת בעזרת ניתוח תבניות התנהגות, קבלת תגובות לגבי מוצרים או שירותים בזמן קצר והיכולת להגיב עליהן במהירות. חשיבות רבה ישנה להפקת ערך עסקי מהמידע. במבט לעתיד אין ספק כי הצורך לטפל במידע בלתי מובנה ובמידע בהיקפים גדולים במיוחד רק ילך ויגדל. במקביל, תגדל חשיבותו העסקית של המידע ממקורות מגוונים. כל זאת, יחד עם צורך גובר בהתייחסות לנושא ה- Big Data."

אין ספק כי ביכולתם של ארגונים מבוססי נתונים להשיב טוב יותר לשאלות באשר לסיכונים האסטרטגיים להם חשוף הארגון, השפעות צפויות מביקושים עתידיים של לקוחות על צמיחת החברה, וכן גם מה היקף ההשפעה הצפוי משינויים עתידיים ברגולציה ובמדיניות על רווחיות החברה. בעולם רואים כיום ב- Big Data מקפצה המאפשרת לדלג דרך פיתרון של בעיות להזדמנויות גדולות יותר.

הנושא החם הבא בעידן המידע הדיגיטלי הינו Big Data וקיימים בצידו לא מעט אתגרים טכנולוגיים בניהול כמויות מידע גדולות מאוד. בעוד שבעולם הולכת ומתרחבת מגמת הצטברות המידע, הולכות ומצטברות כמויות אדירות של מידע בארגון. מידע זה יכול להיות משאב יקר ערך ואולם מאחר ומדובר במידע שברובו הגדול הינו בלתי מובנה, לא ניתן לנצלו או להפיק ממנו תובנות.

אריה גליקמן, מנכ"ל ליעם מקבוצת הטכנולוגיה One1, המתמחה במתן פתרונות בתחום ה- big data ונחשבת לחברת אינטגרציה תוכנה מהמובילות בישראל ועובדת עם חברות מהמובילות בשוק בהן אורקל, emc, syncsort ca, אומר כי שיטפון המידע צפוי להגיע. אחת הסיבות המרכזיות לכך לדבריו, הינה המידע על הלקוחות, אשר אינו נמצא במערכות הפנים ארגוניות.

גליקמן: "המידע אינו נמצא על מערכות ה- CRM או ה- ERP אלא מחוץ לארגון במקומות כמו LinkedIn, facebook ו- TWITTER. מערכות אלה כוללות מידע רב מאד אודות הלקוחות כדוגמת מידע אשר נמצא במסמכי אקסל ומסמכי וורד בתוך הארגון ומסיבה זו הנושא רלוונטי עבור כולם."

עוד מסביר גליקמן כי מרבית הארגונים מודעים להצטברות הגדולה של המידע אולם מעטים בלבד נערכים לטיפול בו. מידע בלתי מובנה קשה יותר לעיבוד, להצגה ולהפקת מסקנות ממנו. היקפיו הגדולים, מציגים אתגרי אבטחה וגיבוי וגם הטמעתם של הפתרונות כרוכה בעלויות כספיות ותלויה בכוח אדם מיומן בעל יכולת להטמעת המידע.

פירושו הפשטני של BIG DATA הינו: "יותר מידי מידע בכדי שהטכנולוגיות הסטנדרטיות לניהול מידע ידעו לטפל בו". התחזית מדברת כיום כך ששיטפון המידע צפוי להגיע וזוהי שאלה של זמן בלבד.

הבעיות הטמונות בהיקפי מידע ענקיים קשורים במספר הפריטים ההולך וגדל, במספר הדרישות ובמגוון. בעיה נוספת היא במציאת כלי לניתוח המידע לצורך קבלת תמונה ויזואלית אחידה ומשקפת את המציאות.

טכנולוגית ביג דטה יודעת לעשות את הפעולות האלה תוך שמירת המידע המאוחסן על פרטיו ושמירת הייחודיות של כל פרט ולקוח. למעשה, מדובר בפיתרון יישומי עבור קבוצות אוכלוסיה גדולות מאד כקטנות לבסיסי מידע לפי קבוצות וניתוח של המידע המתקבל. זהו כלי שימושי שיכול לשרת אתרים חברתיים ואף לשרת מדינה או ממשלה וכו'. מדובר בכלי שימושי ביותר עבור ארגונים. ניהול מושכל של תוכן ארגוני יכול להוביל לתוצאה המבוקשת של הבנת הלקוחות וכפועל יוצא מכך מתן מענה לדרישות וצרכים.

גליקמן: "כיום ברור לכל כי ה- Online Retailers המשתמשים ביכולות אחזור וניתוח מידע מתקדמות בעולם ה- BIG DATA מצליחים לקבל

גליקמן: "המידע אינו נמצא על מערכות ה- CRM ו/או ה- ERP אלה מחוץ לארגון במקומות כמו TWITTER - ו- facebook ו- LinkedIn"

