

## Anforderungsmanagement und Proof of Concept zur BI Werkzeugauswahl für das Sales Funnel Management und Customer Relationship Management der BMW Group

### Management Summary

#### Ziele

- ... Bewertung und Empfehlung eines passgenauen BI-Werkzeugs
- ... Berücksichtigung spezieller Anforderungen der Fachanwender

#### Ansatz

- ... BI-Expertise von mayato zur Steigerung der Objektivität und der Produktübersicht
- ... Beratung und Begleitung durch vier aufeinander abgestimmte Projektphasen zur systematischen Werkzeugauswahl

#### Ergebnis

- ... dokumentierte, systematische und damit für Management und IT nachvollziehbare Werkzeugbewertung
- ... Empfehlung einer zukunftsfähigen und flexiblen BI Lösung für den Fachbereich

### > Ausgangssituation und Problem-beschreibung

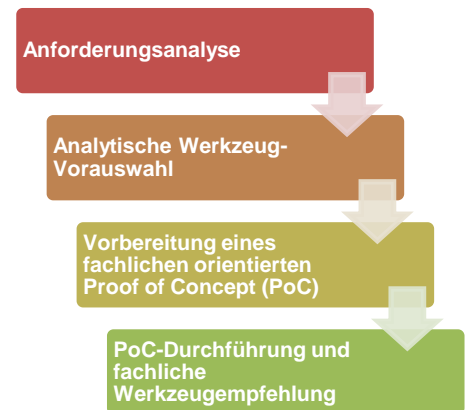
Das zentrale Sales Funnel und Customer Relationship Management der BMW Group steht in der Verantwortung eines globalen Management-Reporting.

Das aktuelle Management Reporting Cockpit basiert technologisch auf einem operativen CRM Cockpit mehrerer mittelgroßer europäischer Märkte. Um den globalen Anforderungen im Reporting gerecht werden zu können ist die gewachsene Landschaft zu optimieren:

- Erweiterung der flexiblen Möglichkeiten zur Anbindung weiterer operativer Systeme eines globalen Marktportfolios
- Funktionale Erweiterung der Lösung um den Fachbereich bei der Durchführung flexibler Ad-Hoc-Analysen zu unterstützen
- Auflösung der Abhängigkeit der Werkzeugverwendung für BI-Analysen von Anforderungen der operativen Kundensegmentierung

Aus diesem Grund wird der Wechsel auf ein unabhängiges und durch den Fachbereich flexibel einsetzbares Werkzeug für BI-Analysen notwendig.

Bei der Auswahl nach einem solchen Werkzeug wurden in einem systematischen Analyse-, Bewertungs- und Entscheidungsprozess vier aufeinander abgestimmte Phasen durchlaufen.



“Jedes einigermaßen etablierte BI-Werkzeug überzeugt und enttäuscht mit unterschiedlichen Funktionalitäten. Entscheidend ist deshalb deren Gewichtung, die nur auf Basis von Aufgaben- und Prozessanalysen vorgenommen werden kann.”

Dr. Jörg Huss  
BI Berater und  
Experte für Anforderungsmanagement  
mayato

# Anforderungsmanagement und Proof of Concept zur BI Werkzeugauswahl für das Sales Funnel Management und Customer Relationship Management der BMW Group

## › Phase I: Anforderungsanalyse

Fallbasierte Interviews mit Business-Analysten und Bericht-Designer fokussierten auf konkrete Probleme und Wünsche der Anwender. Daraus wurden generelle Anforderungen an ein zukünftiges BI Werkzeug abgeleitet und in einer Liste aus über zwanzig gewichteten Anforderungskriterien abgebildet. Diese fokussierten vor allem funktionale Anforderungen sowie die Usability für die Fachanwender. Darüber hinaus wurden organisatorische, strategische und technologische Rahmenbedingungen auf einem High-Level berücksichtigt.

## › Phase II: Analytische Werkzeug-Vorauswahl

Sieben ausgewählte BI Werkzeuge wurden hinsichtlich der in Phase eins extrahierten Anforderungsdimensionen analysiert und bewertet. Die Kriterien umfassten funktionale Anforderungen und IT-strategische Vorgaben. Neben Produkten, die im Hause von BMW bereits bekannt waren, sollte bewusst die Auswahl breiter angelegt sein und z.B. eine BI-Suite mit starken Data-Mining-Komponenten sowie eine Open-Source-Lösung ins Feld aufgenommen werden.

In einem halbtägigen Workshop wurden die Ergebnisse der Vorauswahl präsentiert und eingeordnet und schlussendlich eine Kürzung der Vorauswahl auf drei Kandidaten vorgenommen.

## › Phase III: Vorbereitung eines fachlich orientierten PoC (Proof of Concept)

Die größte Herausforderung der PoC-Vorbereitung stellte die Erstellung von modularen Testszenerien dar. Diese müssen einfach, unmissverständlich und effizient erfassbar sein, damit vorrangig die Möglichkeiten des Werkzeugs und nicht das Auffassungsvermögen der PoC-Teilnehmer bewertet wird. Andererseits müssen sie alle Besonderheiten der Kundenanforderungen auf ganzer Breite abbilden. Darüber hinaus gilt es, einen

Schwierigkeitsgrad zu entwerfen, der eine größtmögliche Differenzierung der Werkzeuge zulässt.

Darüber hinaus wurden umfangreiche Checklisten erstellt, Testdaten extrahiert, anonymisiert und beschrieben und detaillierte Zeitpläne für die eigentliche Durchführung entworfen.

## › Phase IV: PoC-Durchführung und abschließende Werkzeugbewertung

Die PoCs dauerten für jeden Kandidaten drei volle Tage und wurden allesamt innerhalb einer Woche durchgeführt. Der straffe Zeitplan wurde durch eine parallele Bearbeitung standardisierter Testszenerien ermöglicht.

Alle PoC-Teilnehmer (Werkzeugexperten, BMW Repräsentanten und mayato-Berater) zeigten sich hoch motiviert und konzentriert und konnten damit zu über 95% dem Zeitplan folgen. Die Bewertung durch BMW und mayato erfolgte voneinander unabhängig und anhand von quantitativen Ratinglisten.

## › Zusammenfassung und Ausblick

Am Ende des Auswahlprozesses wurde aus fachlicher Sicht ein BI-Werkzeug empfohlen, das von einem führenden BI-Spezialisten angeboten wird. Neben der überzeugenden GUI waren dafür vor allem die effiziente Wartung und die Flexibilität in der Ad-Hoc-Datenmodellierung durch den Fachbereich ausschlaggebend.

Der verantwortliche Projektleiter der BMW Group zeigte sich im Laufe der gemeinsamen Zusammenarbeit von der umfangreichen Wissensbasis der mayato Berater beeindruckt, die sich für ihn vor allem in einer effizienten Entscheidungsfindung trotz reichhaltigen Markangebot an BI-Werkzeugen bezahlt gemacht hat. Darüber fand er die spezifischen Detailanforderungen seiner Fachabteilung berücksichtigt und vollständig mit den Funktionalitäten der einzelnen BI-Werkzeuge abgeglichen.

“In einer sich rasant ändernden Produktlandschaft und bei Berücksichtigung spezieller Kundenanforderungen kommt man trotz aller Erfahrung und Recherche nicht an einem Praxistest vorbei. Das sorgfältige Design von Testszenerien und die kompromisslose Durchführung garantiert jedoch eine objektive und valide Bewertung bei gleichzeitig hoher Kosteneffizienz.”

Sven Hensen  
BI-Experte und Geschäftsführer  
mayato

## › mayato - Expertise in Business Intelligence

mayato Berater blicken auf langjährige Erfahrungen bei Konzeption und Umsetzung von Business-Intelligence-Lösungen zurück. In den Bereichen Business Intelligence und Business Analytics deckt mayato das komplette Spektrum an Dienstleistungen ab, so u.a. Toolauswahl, Strategien und Organisationskonzepte, Architektur und Design, Data-Warehouse-Modellierung, Entwicklung von Schnittstellen und Erweiterungen, Erstellung von Reports und Cockpits.

Als Think Tank analysiert mayato aktuelle Trends und Innovationen im Business Intelligence Umfeld und Customer Relationship Management. Aber auch bei der korrekten Interpretation von Informationen und der Vorhersage zukünftiger Ereignisse helfen mayatos Experten mit Spezialknowhow in Statistik und Datenanalyse.

Unser Spezialwissen zahlt sich für Sie besonders aus, wenn es darum geht, komplexe betriebswirtschaftliche und informationstechnische Anforderungen optimal durch den Einsatz von Data-Warehouse- und Business-Intelligence-Technologien zu erfüllen.