

Dados além dos dashboards:

analytics conversacional para insights instantâneos



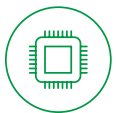
O desafio moderno dos dados: insights instantâneos para agir em tempo real.

Hoje as empresas operam na velocidade dos dados. Para permanecer relevante, avançar e vencer, você deve agir com informações em tempo real. E não apenas em uma equipe ou departamento. O sucesso exige agir generalizadamente sobre os dados — ou seja, dar aos usuários em cada nível de seus negócios acesso a insights no momento que sejam compreensíveis e úteis.

Mas hoje a maioria das empresas não consegue fornecer insights em tempo real. Por que não?



COMPLEXIDADE. Mesmo nos primeiros dias de business intelligence, os dados eram complexos. Hoje, torrentes de dados fluem de uma grande variedade de fontes, em muitos formatos, em velocidades cada vez maiores. Preparar esses dados para uso em analytics é, no mínimo, um desafio.



TECNOLOGIA. A grande maioria dos dados de negócios ainda estão sendo integrados por processos de ETL intensivamente manuais, orientados por lotes. Embora algumas organizações distribuam dados limitados para disponibilizá-los para análise, elas ainda têm que atuar extensivamente na transformação desses dados. E como somente um número limitado de trabalhadores têm as competências para atuar nesses processos manuais, os atrasos são comuns. O resultado é um ciclo de entrega de dados que dura semanas ou até meses.



METODOLOGIA. Historicamente, a maioria das organizações delimitaram um limite claro entre seus processos de gestão de dados e governança (geralmente centralizados) e as equipes de análise de dados (geralmente descentralizadas). Sem comunicação, colaboração ou iteração, mais atrasos são comuns — devido a mal-entendidos, erros e/ou mudanças nas necessidades.

As empresas que entregam os dados mais rapidamente aos usuários têm ganhos consideráveis:¹



veem eficiência operacional aumentada



veem aumento da receita



veem aumento dos lucros

Interação com dados: um padrão duplo.

A velocidade da entrega de dados prontos para analytics é parte do problema. O método de entrega — a qualidade das interações dos usuários com dados — é outra. Embora as experiências do cliente com dados tenham tido avanços profundos, evoluindo para tudo, desde assistentes ativados por voz até dispositivos vestíveis, as interações dos usuários com BI permaneceram amplamente bloqueadas dentro do dashboard. E isso está freando as empresas.

Estas são três maneiras importantes como o BI está rastreando as interações com os clientes:

1. VELOCIDADE

A lacuna. Ainda demora horas, dias ou semanas para ter acesso aos dados no escritório, quando interações acionadas por dados em nossas vidas pessoais são instantâneas. Imagine consultar o status do seu voo e ver dados de várias horas atrás ou receber atualizações do clima com atraso de meio dia. A lacuna torna os dados inúteis — essa é a razão disso não acontecer.

O impacto. Nas empresas, dados atrasados podem contribuir para tudo, desde decisões ruins baseadas em dados obsoletos até oportunidades perdidas para agir e construir uma vantagem competitiva.

2. INTELIGÊNCIA

A lacuna. A maioria das ferramentas de BI não percebem o contexto. Quando um usuário gera uma consulta, a máquina não entende a intenção e não retorna as informações mais relevantes. Mas quando você faz uma pergunta à Siri, o software usa dados contextuais para ficar o mais próximo possível de sua intenção. Por exemplo, se você perguntar pela capital da Georgia e estiver na Europa, a Siri informará a capital do país, não do estado nos EUA.

O impacto. Mais atrasos. E sempre que não receber dados a tempo, você não terá uma imagem completa de sua empresa. Até que você consiga corrigir o rumo pode ser tarde demais.

3. FORMATO

A lacuna. Em casa, os usuários podem formular uma pergunta vocalmente; no trabalho estão limitados a um dashboard. Embora os dashboards sejam importantes, eles também são limitados. Primeiro, eles ainda requerem habilidades para uso — mesmo os mais intuitivos. Em segundo lugar, são demorados; um usuário tem de abrir um app e clicar ou tocar nas telas. Em terceiro lugar, a maioria dos dashboards restringem muito o tipo de dados que você pode pesquisar e os tipos de respostas que pode obter, com caminhos predefinidos e conjuntos de dados previamente controlados. Só há um certo número de insights disponíveis de um dashboard como esse.

O impacto. O BI que só tem dashboards cria uma barreira à adoção pois exige competências. Ele cria uma barreira ao uso exigindo abrir um app separado. E dashboards baseados em consulta limitam a descoberta, reduzindo o potencial dos dados para gerar vantagem competitiva.

Os dashboards são úteis. Mas precisamos de mais que dashboards

Dashboards simples com interatividade limitada estão obsoletos. Mas apps sofisticados que permitem aos usuários explorar livremente os dados e desvendar conexões profundas são essenciais — e isso é uma boa coisa. Tanto analistas de dados altamente qualificados e usuários com competências menos avançadas beneficiam-se muito desses tipos de interações com dados.

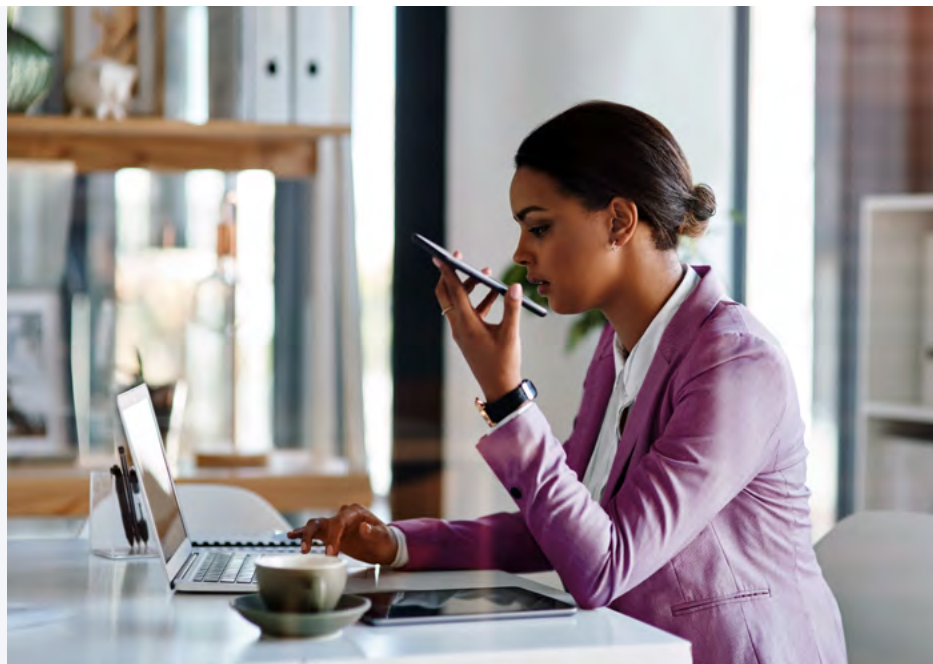
Mas qualquer um que interage com a Alexa ou o Google sabe que: dashboards não devem ser a única ferramenta no kit. Para realmente democratizar dados e analytics, temos de levar os insights aos usuários de outras maneiras.



Em 2021, “o avanço do “augmented consumer” é um dos Top 10 Data and Analytics Trends do Gartner.²

O aumento do uso da voz na comunicação digital.

Em 2020, o uso de interfaces de voz aumentou mais de 9%, com **43% dos usuários de Internet no mundo de 16 a 64 anos usando pesquisa e comandos por voz** em um dispositivo todos os meses.³



A solução em duas partes: integração de dados e o analytics conversacional modernos.

É hora da entrega de dados ir além do dashboard para oferecer experiências intuitivas, humanas, orientadas ao cliente, em tempo real. Como CIO ou CDO, você deseja que os usuários possam:

1. Fazer perguntas em linguagem natural, de qualquer dispositivo e a qualquer momento, sem ter de abrir um app
2. Fazer a tecnologia compreender o contexto
3. Obter respostas imediatas, relevantes

Felizmente, todos os itens acima são possíveis com a tecnologia e a metodologia existentes. Há dois componentes que tornam isso realidade:



INTEGRAÇÃO DE DADOS MODERNA COM METODOLOGIA DATAOPS

- **Integração de dados moderna.** Tecnologias inovadoras como a captura de alteração dos dados e a automação de data warehouse e data lakes aceleram drasticamente a preparação e a entrega de dados, transmitindo dados em vez de enviá-los em lotes e transformando processos manuais em automatizados.
- **DataOps.** Com essa metodologia baseada em DevOps, você pode revolucionar a maneira como os dados são entregues e a velocidade com que isso acontece. O DataOps inclui a adoção de tecnologias modernas, a reinvenção dos processos que transformam dados e a colaboração entre equipes que trabalham com dados.



ANALYTICS CONVERSACIONAL

Fora do dashboard, interações em linguagem natural na forma de pesquisa, textos e chatbots permitem aos usuários fazer perguntas sobre seus dados em linguagem conversacional e receber respostas imediatamente. Essas implementações como na Alexa e no Google já estão disponíveis no BI, graças à IA e à aprendizagem de máquina. E estão se sofisticando, ficando mais úteis e difundidas ao longo do tempo.

Importante: A consciência do contexto muda o jogo.

Quando um usuário faz uma pergunta em linguagem natural e a IA vai buscar a resposta, há um aspecto vital: O sistema deve compreender o contexto e a intenção do usuário. Caso contrário, as chamadas interações de “linguagem natural” não serão de forma alguma naturais. A chamada “discussão” não terá o contexto que um usuário experimentaria em uma conversa com um ser humano real e os insights entregues não serão suficientemente relevantes.

Como é a contextualização madura?



A solução entende o contexto de negócios de qualquer pergunta e oferece interações apropriadas, incluindo perguntas conhecidas, perguntas de investigação e previsão de resultados futuros



A solução encontra os usuários onde estiverem — no momento, em seu dispositivo, seu local, com relevância à pergunta específica



Ao longo do tempo, pela aprendizagem de máquina, a solução consegue distinguir entre tipos de usuários — do CEO ao analista e ao vendedor — e fornece interações apropriadas



Ao longo do tempo, com aprendizagem de máquina, o sistema torna-se capaz de entender o conjunto de habilidades do usuário com base no comportamento e oferecer interações apropriadas

“

A IA contextual não trata de um algoritmo ou método de aprendizagem de máquina específico — em vez disso, ela tem uma visão voltada para as pessoas e uma abordagem para a IA. Seu núcleo é a definição de um conjunto de requisitos que habilitam um relacionamento simbiótico entre a IA e as pessoas. A IA contextual precisa ser inteligível, adaptativa, personalizável e controlável, e ciente do contexto.”

OLIVER BRDICZKA

AI and ML Architect, Adobe

Como a Qlik® pode ajudar.

Na Qlik, capacitamos você a fornecer um analytics conversacional a todos os seus usuários, com qualquer competência, no momento e em qualquer dispositivo. E como a contextualização incorpora nossos produtos de analytics, você garante que os insights sejam relevantes.

Como isso funciona?

1

No lado da entrega de dados, você pode acelerar amplamente a disponibilidade de dados prontos para análise em tempo real para a nuvem desejada, automatizando o streaming, o refinamento, a catalogação e a publicação de dados.

Conheça nossa [Plataforma de Integração de Dados](#), incluindo automação de data warehouse, criação de data lake e catalogação.

2

No lado do analytics, você pode desvendar cada conexão em qualquer combinação de dados, graças a nosso Motor associativo, que permite exploração em formato livre que sempre compreende o contexto de todos os seus dados — não só a exploração linear de subconjuntos de dados consultados. Para analytics conversacional, nosso Assistente de IA, o Insight Advisor, permite interações por linguagem natural e dá sugestões para aprimorar insights. O Motor associativo permite ao Insight Advisor obter contexto de todos os dados, todo o tempo, para que sugestões sejam muito mais relevantes do que seriam — e muito mais relevantes que os insights fornecidos por ferramentas de análise baseadas em consulta.

Veja os detalhes do [analytics conversacional](#) no Qlik Sense.

Qual é o problema das ferramentas baseadas em busca?

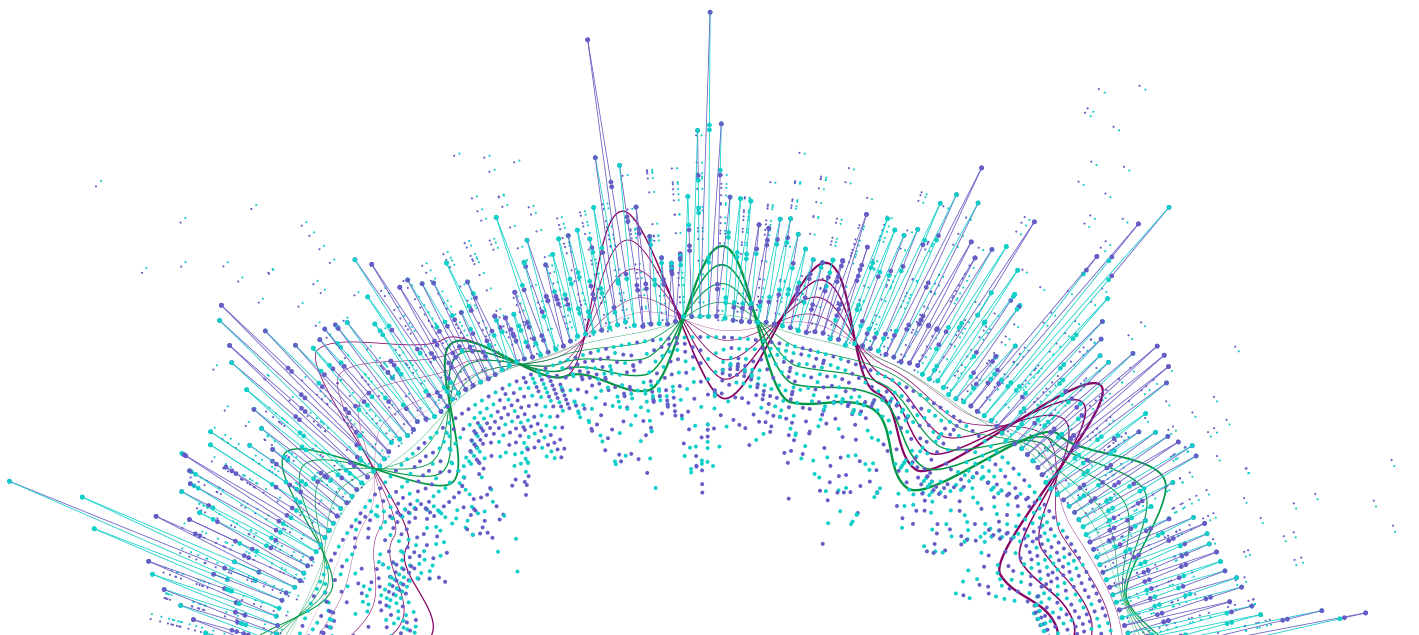
Elas pré-selecionam (e assim, limitam rigidamente) conjuntos de dados e relacionamentos entre dados antes de fazer a análise. Quando os recursos de IA são adicionados nessa base, a IA limita-se às mesmas pré-seleções. A máquina nunca obtém acesso a todo o conjunto de dados, é incapaz de avaliar o contexto no momento.

Analytics conversacional em tempo real: essencial para a empresa de hoje.

Quando você leva dados e insights aos usuários de forma que possam interagir fácil e instantaneamente, isso vira o jogo do business intelligence. Repentinamente, qualquer um pode acessar dados. Qualquer decisão pode ser informada por dados. E qualquer funcionário em sua empresa, em qualquer nível, pode agir com base em dados em tempo real.

Todos esses avanços são importantes para criar as condições para a Inteligência Ativa, um estado de inteligência contínua que usa pipelines de dados em tempo real para disparar ações imediatas — e o estado ideal para qualquer organização poder competir na era digital. Na Qlik, trabalhamos para tornar realidade a Inteligência Ativa para todos os nossos clientes, com soluções completas para estabelecer pipelines de dados em tempo real com base em dados sempre atuais.

Está pronto para saber mais? **Baixe o e-book Inteligência Ativa** →



1 IDC InfoBrief, patrocinado pela Qlik, “Os dados são a nova água: a importância de investir em pipelines de dados e análises”, junho de 2020.

2 Smarter With Gartner, “Gartner Top 10 Trends in Data and Analytics for 2021,” 22 de fevereiro de 2021. <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-data-and-analytics-trends-for-2021/>.

3 Pesquisa da GlobalWebIndex via <https://thenextweb.com/growth-quarters/2020/01/30/digital-trends-2020-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/>.

SOBRE A QLIK

A Qlik tem a visão de um mundo alfabetizado em dados, onde todos possam usar dados e analytics para aprimorar a tomada de decisões e solucionar os problemas mais desafiadores. A Qlik oferece uma plataforma de integração de dados e analytics em tempo real ponta a ponta na nuvem, para suprir as lacunas entre dados, insights e ações. Ao transformar dados em inteligência ativa, as empresas podem orientar a tomada de melhores decisões, aumentar a receita e a lucratividade e otimizar os relacionamentos com os clientes. A Qlik atua em mais de 100 países, e atende mais de 50.000 clientes no mundo todo.

qlik.com

