

Data Thinking

nach mm1

Ordne den Big-Data-Reifegrad des Unternehmens richtig ein

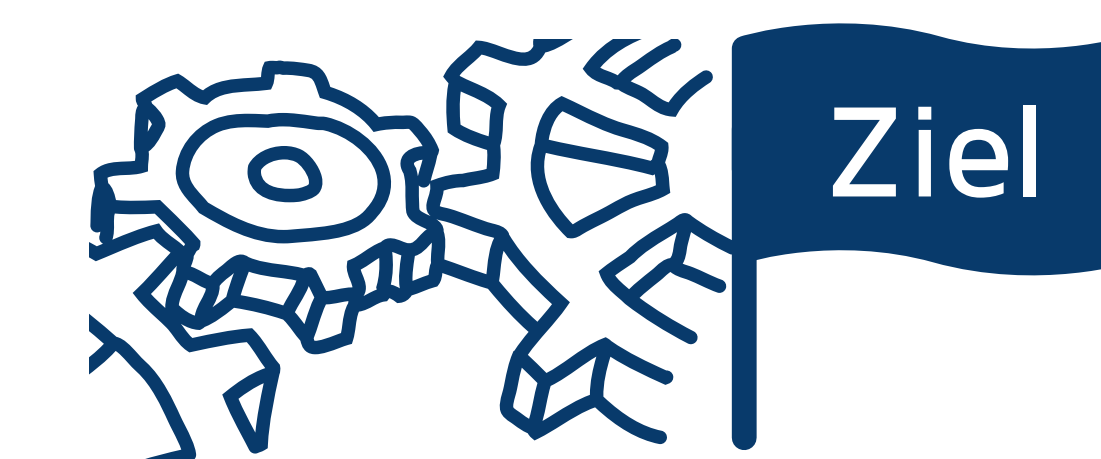


Start

Verstehe die Datenwelt durch Ausfüllen einer Data Map

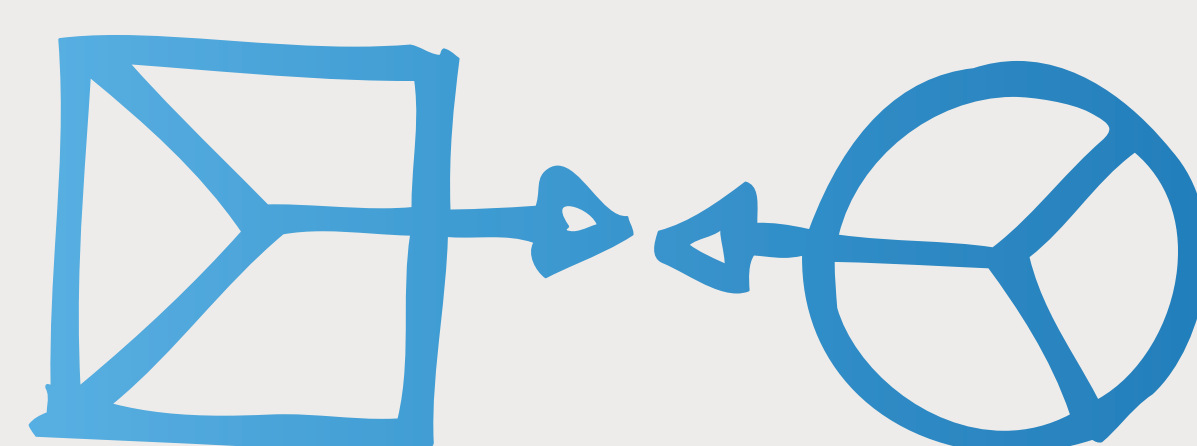


Definiere 3 bis 5 Hero Use Cases pro Reifegrad



Integration in Produkt oder Geschäftsprozess

Qualifiziere und quantifiziere den Nutzwert



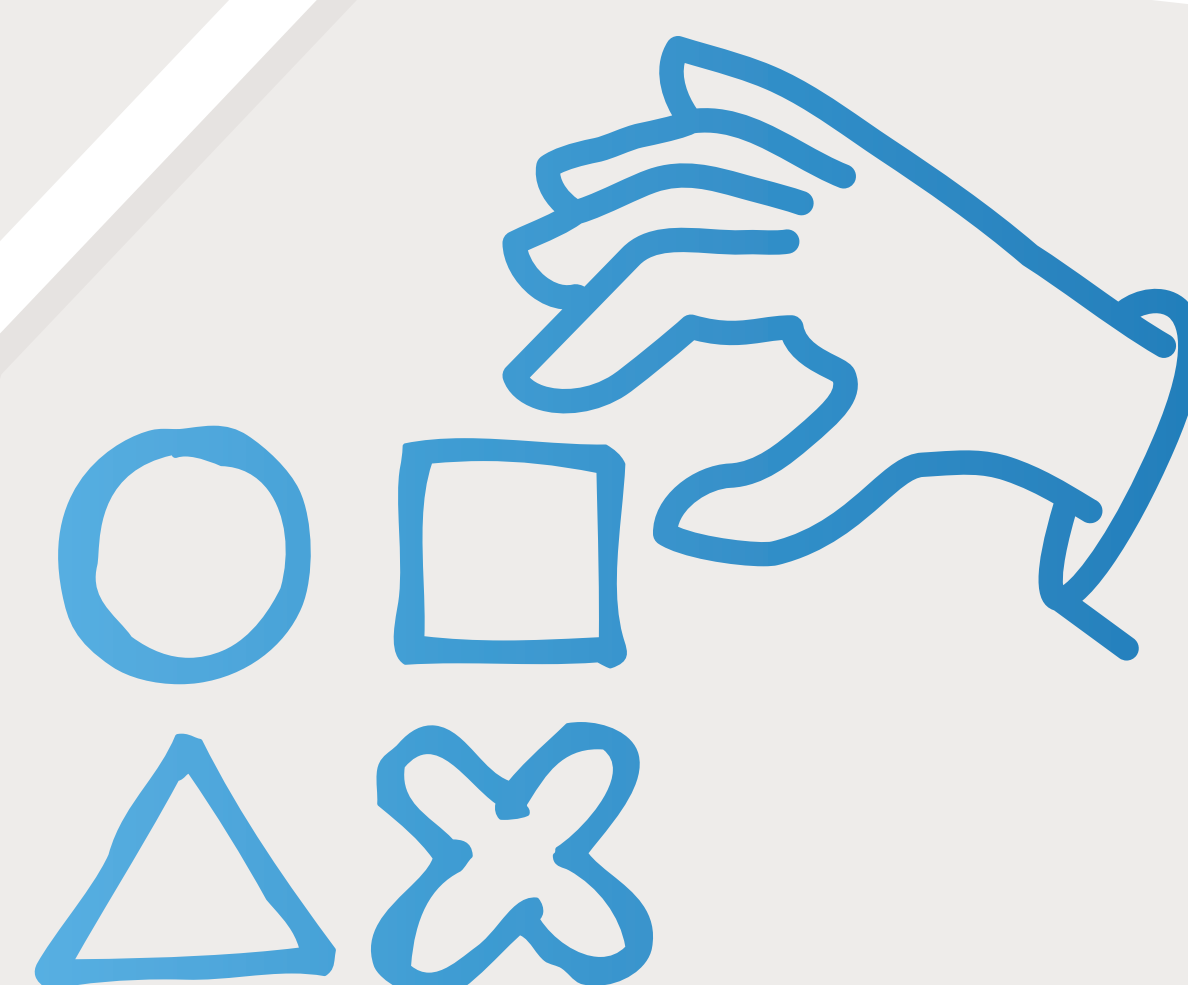
Definiere die Big Data Value Chain und eine Blueprint-Architektur



Checke Realisierbarkeit & priorisiere



Baue bzw. erweitere das Minimum Viable System, um zu testen



Teste Ergebnis & Akzeptanz mit Deinen Stakeholdern



Analysiere das Feedback



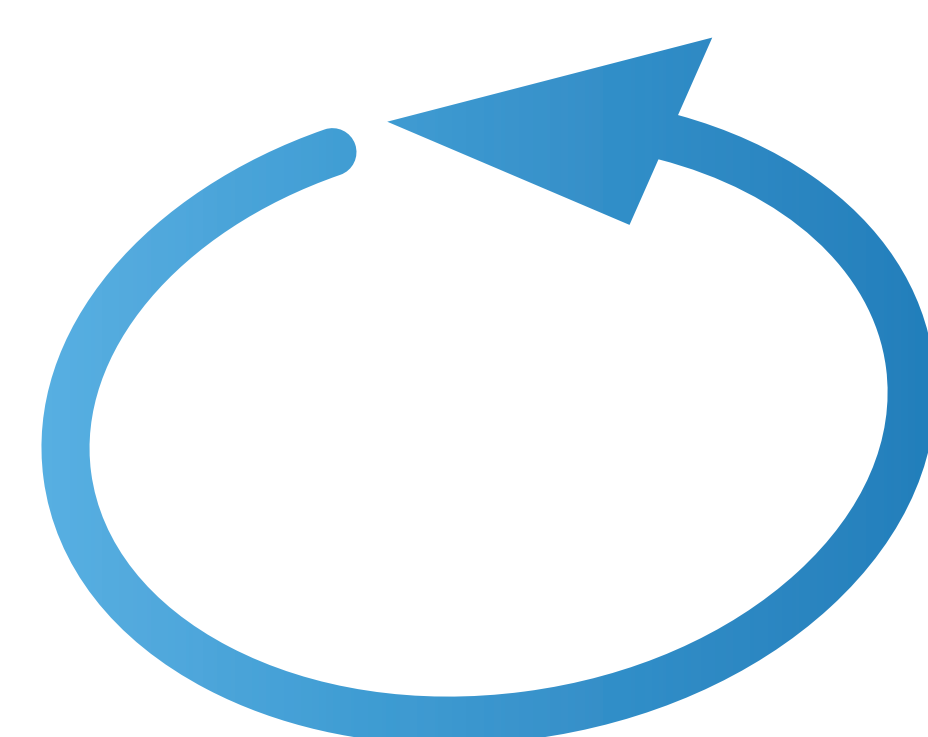
Ja: Dann verbessere es!

Erwartungen der Stakeholder getroffen?

Nein: pivottiere!

Perfekt: Starte breiten Rollout

Design



Learn

Build

Measure

Prinzipien

Data Thinking ist daten-fokussierte Erschließen neuer Geschäftspotenziale.

Data Thinking ist umsetzungsorientiert und beachtet technische, finanzielle, rechtliche, und organisatorische Rahmenbedingungen.

Data Thinking ist klar strukturiert und bietet für jeden Arbeitsschritt die passenden Werkzeuge.

Data Thinking ist iterativ, agil und liefert messbare Ergebnisse.

Werkzeuge

Reifegradmodell ★★★★★

Das Big-Data-Reifegradmodell ermittelt die digitale Reife eines Unternehmens anhand der vier aufeinander aufbauenden Nutzwerte:

1. Monitoring
2. Steuerung
3. Optimierung
4. Autonomie

Die Einordnung des Ist- und Soll-Zustandes bildet die Basis, um zielgerichtet über relevante Datenquellen, Use Cases und Nutzwerte von Big Data nachzudenken.

Data Map

Mit der Data Map werden Datenquellen für die Use Cases strukturiert und klassifiziert:

- Interne vs. externe Datenquellen
- Bereits verfügbar vs. noch zu erschließen
- Grad der Dynamik und Volumina der Daten
- Datentypen, -formate und -strukturen

Die Data Map ist zudem ein Werkzeug, um in fachabteilungsübergreifenden Diskussionen mögliche Herausforderungen zu verstehen (z.B. Datenschutz).

Data Value Assessment

Dieses Werkzeug bewertet den Nutzen der Big Data Use Cases für interne oder externe Stakeholder bzw. Kunden.

Big Data Value Chain

Die Big Data Value Chain setzt die Datenquellen in eine Ablaufbeziehung zueinander:

1. Sammeln der Daten
2. Integrieren der Daten
3. Verwerten der Daten

Blueprint-Architektur

Die Blueprint-Architektur stellt das Zusammenspiel von Komponenten für Daten-Ingest, -Management, -Verarbeitung und -Zugriff systematisch als Zielbild dar, gegen das das Minimum Viable System im Zeitablauf vervollständigt werden sollte.

Big Data Action Plan

Der Big Data Action Plan ist der Ablaufplan, durch den die Nutzwerte von Data Thinking im Unternehmen planvoll realisiert werden. Hierbei müssen verschiedene Maßnahmen in vier Segmenten aufeinander abgestimmt werden:

1. Technische Maßnahmen
2. Rechtliche Maßnahmen
3. Finanzielle Maßnahmen
4. Organisatorische Maßnahmen

Kontakt: office@mm1.de www.mm1.de www.data-thinking.de