

# Vizuális dashboard rendszer gyógyszeripari értékesítésben

2011. november 22.

# Tartalom

- Döntés a dashboard mellett
- Dashboard kiválasztása
- Bevezetés
  - Rendszer
  - Felhasználók
  - Tapasztalat

## Egy gyorsan változó környezetben fontos a személyre szabott információ

- Részletes rendszeres adatok kevés felhasználóval
  - Piac forgalmi adatok
  - Látogatási adatok
    - Input mindenkitől, output központi
- Adat helyett információ feldolgozható mennyiségben mindenkinek
  - Adatokat szűrjük
  - Kulcs mérőszámokat kövessük standard elemzésekben meghatározott gyakorisággal
  - Fókusz kiválasztása után ad hoc elemzések lehetősége
- A szervezet különböző szintjeinek más az információigénye
  - Kereshetés helyett elemzés a saját területről
  - Számolás helyett konkluzió

## Melyik dashboard?

- Teszt dashboardok – mennyire nyitottak az igényeinkre, mennyiben ad megoldást az ajánlott rendszer
- Rugalmasság – későbbi módosítások az adatbázisban/ elemzésben
- Ne függjünk a fejlesztőtől – Superuser
- Support
- Ár – 2 utolsó opcióból az ár döntött

# Bevezetés

- Rendszer
  - 4 hónap nyári indulással
  - Adatelőkészítés és táblázatstruktúra – hosszú és nem látványos
- Felhasználók
  - Egy nyelv
    - Mérőszámok, piacok definíciói
  - Leendő felhasználókat az elejétől bevonni
  - Teljeskörű vs túl komplex
    - Ne generáljunk túl sok információt
  - Az értékesítési csapat „IT” felkészültsége
    - Ne legyen akadály a technika
  - Szám vs grafikon
    - Látom, hogy jól csinálom, amit csinálok

## Bevezetés tapasztalatai

- Az együtt kialakítás eredménye nyitottság
- Újra és újra elmagyarázni, együtt értelmezni
- Dashboard turné – egyéni tréning a használatról
- Élet a projekt után – fontos az átadás