

Uvodno predavanje

Bogastvo podatkov na dosegu roke. Ali jih izkoriščate?

Klemen Logar, vodja prodaje in **Luka Kastelic**, In516ht d.o.o.

Da so podatki nafta 21. stoletja je danes že oguljena fraza, a kaj to pravzaprav pomeni? Da vrtimo in luščimo lastne podatke v tabelah in aplikacijah je seveda uporabno, a to so ustaljene prakse zadnjih desetletij. Na dosegu svoje roke imajo danes podjetja bogastvo zlahka dostopnih informacij, katera ostajajo neizkoriščena.

Prihodnost je tukaj. Kje se nahajajo tista digitalna vrata, ki vas lahko v hipu izstrelijo med vodilne? Pridružite se nam na spletnem seminarju, kjer vam bomo predstavili najboljše prakse podjetij, ki so prehitela konkurenco tako, da so se preprosto ozrla okrog sebe in izkoristila vse vire, ki so jim bili na voljo, ob tem pa znižala stroške in povečala donosnost poslovanja.

Spoznajte sodobne digitalne rešitve in storitve, ki zaradi nižjih investicij omogočajo preboje v svet podatkovnega odločanja tudi manjšim in srednjim podjetjem in tako postavljajo nove trende v svetu podatkovne analitike.

Primeri dobrih praks

Integracija naprav razširjenega okolja v procese organizacije

Simon Kovše, skrbnik partnerske mreže interneta stvari, A1 Slovenija

Spremembe uporabniških navad silijo proizvajalce produktov in ponudnike storitev k nenehnemu inoviranju in optimalni izrabi novih tehnologij. Dostopna internetna povezljivost na najvišji ravni, postopno in vztrajno spremembe še dodatno pospešuje. Podjetja znotraj različnih panog morajo razviti nov način sodelovanja s strankami. To lahko naredijo s pomočjo pametnih produktov.

Do sedaj je IT podpiral predvsem poslovni svet, ki pa postaja vedno bolj integriran tudi z drugimi nivoji organizacije in širšim okoljem, kjer se izvaja operativa. Zagon povezovanju delovnih sredstev dajeta predvsem razvoj oblakovnih storitev in robnega omrežja, prav tako pa je zanj pomemben razvoj novih generacij brezžičnih omrežij. S povezovanjem se ohranja globlje razumevanja fizične ravni organizacije. Posedovanje visokokakovostnih, zanesljivih podatkov, ki se lahko uporabijo za pridobivanje vpogledov, je pogoj za postopne, dolgotrajne poslovne izboljšave.

Segmentacija strank in priporočilni sistem trgovca s čevlji

Nino Požar, Data Scientist, Be-terna d.o.o.

Čas epidemije z novim korona virusom trgovce v maloprodaji postavil pred izziv, kjer so bili prisiljeni vso poslovanje prenesti iz fizičnih v spletne trgovine. Tako so že iz velike količine podatkov, ki je značilna za maloprodajo, začeli pridobivati še več informacij, ki jih z veliko možnostmi prinaša spletna trgovina. Spol, starost, lokacija prebivališča, čas obiska spletne trgovina so le ene izmed mnogih možnih podatkov, ki jih na spletu veliko lažje in učinkoviteje zajamemo kot med policami v našem najljubšem trgovskem centru. Poplava podatkov nam omogoča, da z algoritmi strojnega učenja segmentiramo naše kupce avtomatsko, brez predhodnega znanja, samo z njihovimi atributi, obnašanjem na spletni strani in seveda na koncu glede na to, kaj so kupili (in vrnili). S tako oblikovanimi profili strank lahko ciljano oglašujemo izdelke strankam, prilagojene glede na njihove

potrebe. Ker se algoritem ne osredotoča samo na najbolj popularne izdelke, se marsikaj najde tudi za bolj specifične okuse, kar prinese večjo zadovoljnost kupcev. Nenazadnje pa takšni sistemi signifikantno povečajo prodajo, saj se kupci v povprečju hitreje odločijo za nakup, če je pred njimi izdelek, ki ga rabijo oziroma si ga želijo. Na podjetju BE-terna smo za trgovca z obutvijo v DACH regiji razvili sistem, ki segmentira stranke na podlagi informacij, ki jih lahko pridobimo na spletnem mestu in na podlagi obnašanja kupca. Skupaj s preostalimi informacijami nato priporočilni del sistema predlaga nabor izdelkov, ki so primerni za posameznega kupca. Rezultati sistema se uporabljajo za priporočanje izdelkov v realnem času na spletni strani, kakor tudi skozi analitično orodje za obogatitev znanja o kupcih in pomoč za učinkovitejše aktivnosti oglaševanja v marketing oddelku.

**Predavanje bo v angleškem jeziku.*

BSH z AI modelom do nižjih stroškov in višje kvalitete

Nika Kalan, razvijalka poslovnih rešitev, Result d.o.o.

V predavanju bomo predstavili realni projekt, ki smo ga izvedli v sodelovanju z BSH. Njihov končni cilj je brez izmetna proizvodnja ter zagotavljanje vrhunske kvalitete svojim strankam. Projekt predstavlja en korak na tej poti. Cilj projekta je bil zmanjšati število testov, ne da bi pri tem trpela kvaliteta in izkušnja za stranke. To omogoča velike prihranke v proizvodnem procesu, kot tudi boljše razumevanje soodvisnosti proizvodnje z napakami. S tem razumevanjem, smo korak bližje končnemu cilju.

Izzivi in koristi uvedbe sistema poslovne analitike v Uniorju

Žiga Vaupot, direktor, Qubix Svetovanje d.o.o., **Andreja Firm**, Univ. dipl. oec. , Unior d.d., **Gregor Bulc**, direktor, Fakta Plus d.o.o.

Projekt uvedbe sistema poslovne analitike je bil od samega začetka zastavljen kot projekt »biznisa« in ne kot projekt IT-ja. Izbira tehnološke infrastrukture seveda predstavlja pomemben poslovni vidik (najem storitev v oblaku namesto vnaprejšnjega nakupa programske in strojne opreme), vendar so ključnega pomena poslovne koristi in priložnosti, ki se pojavijo z uvedbo celovitega sistema za poslovno analitiko in poročanje v podjetju. Med ključne prednosti vsekakor sodijo:

- Konsolidacija poslovnega poročanja v družbi, kjer je ključnega pomena poenotenje analiz na nivoju Uniorja d.d., kot posameznih programov.
- Dnevno sveži in usklajeni podatki, enostavnost uporabe in odlična vizualizacija poročil, kjer je to smiselno.
- Zanesljivost in točnost podatkov.