

# اصول هوش تجاری در تجارت الکترونیک

مؤلفین :

منصوره زارع ، رویا محمودی

www.ketab.ir

سروششناسه	: زارع، منصوره، ۱۳۶۷-
عنوان و نام پدیدآور	: اصول هوش تجاری در تجارت الکترونیک/ مولفین منصوره زارع، رویا محمودی.
مشخصات نشر	: تهران: میعاد اندیشه، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۳ ص.
شابک	: 978-622-231222-0
وضعیت فهرست نویسی	: فیها
موضوع	: هوش تجاری
موضوع	: Business intelligence
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: Success in business
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی
موضوع	: Electronic commerce
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات
موضوع	: Information technology
شناسه افزوده	: محمودی، رویا، ۱۳۶۱-
رده بندی کنگره	: HD2A/V
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۳۷۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۱۲۶۴۳۳



www.megad.com

عنوان کتاب: اصول هوش تجاری در تجارت الکترونیک

مولفین : منصوره زارع ، رویا محمودی

ناشر : میعاد اندیشه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۵۰/۰۰۰ ریال

شابک: ۰-۲۲۲-۲۳۱-۶۲۲-۹۷۸

همه ی حقوق مادی و معنوی این اثر برای مولفین محفوظ است.

تکثیر و انتشار این اثر به هر صورت، از جمله بازنویسی، فتوکپی، ضبط الکترونیکی و ذخیره در سیستم های بازیابی و پخش، بدون دریافت مجوز کتبی و قبلی از مولفین به هر شکلی ممنوع است.

این اثر تحت حمایت «قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان ایران» قرار دارد

## فهرست مطالب

۱. مقدمه.....
۴. بیگ دیتا در هوش تجاری.....
۶. تعریف بیگ دیتا.....
۷. بیگ دیتا در هوش تجاری.....
۱۴. مفاهیم هوش تجاری.....
۱۶. تاریخچه هوش تجاری.....
۲۲. چرا امروزه مفاهیم هوش تجاری و راه‌حلهای BI بسیار مهم هستند؟.....
۲۵. مفاهیم هوش تجاری چیست؟.....
۲۶. الف) داده‌ها (داده‌های خام).....
۲۶. ب) اتمار داده.....
۳۱. ج) دسترسی به داده‌ها، تجزیه و تحلیل و ارائه.....
۳۶. د) داشبورد و گزارش داده‌ها.....
۴۱. هوش تجاری چیست؟.....
۴۱. تعریف هوش تجاری (BI).....
۴۸. مراحل یا نسخه‌های BI.....
۴۹. ویژگی‌های هوش تجاری.....
۴۹. گزارشگری سلف سرویس.....
۵۰. داشبورد.....
۵۰. گزارش تعاملی.....
۵۰. تجسم داده‌ها.....

- ۵۰..... انبارهای داده
- ۵۱..... توابع هوش تجاری
- ۵۲..... (الف) دیدهای تجاری
- ۵۲..... (ب) مدیریت عملکرد تجاری
- ۵۲..... (ج) گزارشات تجاری و نمایش داده شده
- ۵۲..... رویکردهای فنی (TECHNICAL APPROACHES)
- ۵۳..... معیار
- ۵۳..... داده کلوی
- ۵۳..... تحلیل ک ب و ک
- ۵۴..... هوش تجاری مرتبط با تجارت الکترونیک
- ۵۵..... مدیریت استثناء
- ۵۵..... چگونه می توان از مفاهیم BI در دنیای واقعی استفاده کرد؟
- ۵۶..... (۱) طول چرخه فروش خود را کوتاه کنید
- ۵۶..... (۲) رفتارهای مشتریان خود را مشخص کنید
- ۵۶..... (۳) فعالیتهای بازاریابی موفق را برنامه ریزی کنید
- ۵۷..... (۴) فرایندهای تجربه مشتری خود را بهبود بخشید
- ۵۷..... (۵) کل عملیات خرید خود را کنترل کنید
- ۵۷..... (۶) مدیریت پروژه IT خود را ارتقا دهید
- ۵۸..... استراتژی BI
- ۵۸..... چرا استراتژی هوش تجاری مهم است؟
- ۵۸..... چه کسی مسئول BI است؟
- ۵۹..... هفت کلید یک استراتژی هوش تجاری موفق
- ۶۰..... به BI مالکیت تجاری بدهید
- ۶۰..... نظارت بر استفاده از BI و تنظیم در صورت لزوم

۶۱	اعتبار ، اعتبار ، اعتبار
۶۲	ابتدا روی مشکلات تجاری و سپس روی داده ها تمرکز کنید.
۶۳	اولویت بندی کنید - و در فرآیندهای بهبود پیشرفت ایجاد کنید.
۶۳	داده های شهروندی
۶۴	توانمندسازی کارمندان برای گفتن داستان با داده ها.
۶۵	برنامه های کاربردی هوش تجاری
۶۵	اجزای BI
۶۵	OLAP (Online Analytical Processing)
	Advanced Analytics or Corporate Performance
۶۶	Management (CPM)
۶۶	Real-time BI
۶۷	Data Warehousing
۶۸	Data Sources
۶۸	Data mining
۶۸	ابزارهای BI برای تجارت الکترونیک:
۶۹	کامپوننت BI
۶۹	BI فراگیر چیست و چرا اهمیت دارد؟
۷۰	نرم افزار هوش تجاری چیست و چرا به آن احتیاج داریم؟
۷۱	فن آوری هوش تجاری
۷۴	چهار نوع کاربر BI
۷۷	هوش تجاری و ایجاد ارزش
۷۹	فواید هوش تجاری
۷۹	مزایای BI
۸۱	مزایای سازمانی از اجرای هوش تجاری

- ۸۲.....بازاریابی و هوش تجاری
- ۸۳.....هوش تجاری و حفظ مشتری
- ۸۳.....ابزارهای BI
- ۸۴.....مثال هایی از مهم ترین نرم افزارهای BI
- ۹۷.....کلید های BI موفقیت
- ۱۰۰.....ساخت یک پروژه BI
- ۱۰۰.....چاپوب معماری
- ۱۰۵.....طراحی و پیاده سازی یک BI
- ۱۱۰.....موفقیت چگونه اندازه گیری می شود و معیارهای استفاده شده کدام ها هستند؟
- ۱۱۱.....چگونه به طور مؤثر نسبت به مشتریان اطلاعاتی تجاری را کار بیندازیم؟
- ۱۱۲.....مشکلات بالقوه هوش تجاری چیست؟
- ۱۱۳.....آخرین روندهای هوش تجاری چیست؟
- ۱۱۵.....مدیریت متا دیتا
- ۱۱۹.....هوش تجاری و تجزیه و تحلیل
- ۱۲۰.....ارزیابی محصولات و فناوری
- ۱۲۰.....BI PRODUCT VENDORS
- ۱۲۲.....فروشندهگان مستقل BI
- ۱۲۳.....تیم انسانی، مراحل و سیاست ها تحت کنترل
- ۱۲۳.....تجارت و ارتباط آن با آی تی
- ۱۲۵.....ساخت تیم BI
- ۱۲۶.....نظارت بر یک پروژه BI - کمیته رهبری
- ۱۲۷.....نظارت بر چند پروژه BI — یا یک برنامه کامل BI
- ۱۲۷.....کمیته کاری BI

- ۱۲۸..... دفتر مدیریت برنامه
- ۱۲۸..... مرکز تعالی BI
- ۱۲۹..... تیم مدیریت پروژه
- ۱۳۱..... تیم توسعه پروژه (تیم اصلی)
- ۱۳۳..... تیم پروژه توسعه یافته
- ۱۳۴..... آموزش گروه IT
- ۱۳۵..... آموزش گروه BUSINESS
- ۱۳۶..... روش های آموزش
- ۱۳۷..... بازارآرایی داخلی BI
- ۱۳۹..... ارزیابی BI
- ۱۴۵..... هوش تجاری و سیستم های هوش تجاری
- ۱۴۷..... چگونه BI می تواند فرآیند های شرکت شما را بهبود ببخشد
- ۱۵۲..... محدودیت های هوش تجاری
- ۱۵۳..... بررسی هوش تجاری در شرکت های مطرح جهان
- ۱۵۳..... شرکت هایی که از هوش کسب و کار استفاده می کنند
- ۱۶۲..... نتیجه گیری

فناوری اطلاعات، تقریباً در همه حوزه های تجارت کلمه ای شناخته شده است و این اساس تجارت الکترونیک را تشکیل می دهد. اکنون همه روزه اینترنت با وب سایتهای تجاری مرتبط با معامله آنلاین پر شده است و تقریباً همه چیز به صورت آنلاین برای خرید در دسترس است. فناوری اطلاعات زندگی را بقدری راحت کرده است که همه با ماندن در خانه و بدون نیاز به حضور فیزیکی و تنها با چند کلیک ساده می توانند معاملات تجاری خود را انجام دهد. فناوری اطلاعات به شروع مشاغل تجاری بدون مکان فیزیکی به صورت دفتر، فروشگاه، نمایشگاه و غیره کمک کرده است که این به عنای فراگیر شدن تجارت الکترونیک است.

توسعه تجارت الکترونیک در بستر فناوری اطلاعات به هوش تجاری مورد استفاده در تصمیم گیری بستگی دارد. هوش تجاری تنها به معنای تصمیماتی که با استفاده از داده های مشتری یا رقبا استفاده می شود نیست بلکه بسیار بیشتر از این دو است. با توجه به وجود اینترنت، دسترسی به کسب داده ها یی که روزانه به سرعت تولید میشوند امکان پذیر شده است. این داده های بزرگ شده می توانند برای تصمیم گیری در مورد سیاست های تجاری استفاده شوند. همچنین این داده ها می توانند در پاسخ به سؤالات مربوط به موفقیت در تبلیغات، پیش بینی رفتار آنلاین مشتریان، شناسایی مشتریان وفادار و غیره کمک کنند.

هوش تجاری (BI) یک فرایند در بستر فناوری برای تجزیه و تحلیل داده ها و ارائه اطلاعات عملی است که به صاحبان، مدیران و دیگر کاربران نهایی شرکت کمک می کند تا تصمیمات آگاهانه ای در کسب و کار بگیرند. BI شامل طیف گسترده ای از ابزارها، برنامه ها و متدولوژی ها است که به سازمان ها امکان می دهد داده ها را از سیستم های داخلی و منابع خارجی جمع آوری کنند، آن را برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار دهند و گزارش ها، داشبوردها و تجسم داده ها را ایجاد



کنند تا نتایج تحلیلی را در دسترس تیم عملیاتی تصمیم گیرندگان شرکت ها قرار دهند.

از آنجا که در حال حاضر جهان در حال تحول، مشتری محور است و همه ایده ها و تکنیک های کوچک و بزرگ بر این اساس در مدل های تجاری ساخته می شوند، جهان به فضایی برای رقابت شرکت ها تبدیل شده است. هم اکنون همه شرکت ها به صورت روزانه فعالیت می کنند و حداکثر تلاش خود را می کنند تا تصمیم های مخفی اتخاذ کنند و سناریوهای متفاوتی انجام دهند! اگرچه همه آنها تلاش میکنند ما سخت است که یک شرکت بتواند برای مدت طولانی در مقام پیشرو باقی بماند، و دیده بست که با کمی فاصله از صدر نشینی دوباره و دوباره این شرکت تلاش می کند که منافع خود را برگرداند. بنابراین، این چرخه ادامه می یابد! متفاوت ترین کاری که شرکت ها انجام می دهند، هوش تجاری است. تفاوت موفقیت بین شرکتها در شرایط خاصی نقطه به یک موضوع مهم بستگی دارد و موضوع مهم این است که برای دستیابی به موفقیت، اکثر شرکتها از قدرتمندترین فناوری به نام هوش تجاری یا Business Intelligence استفاده می کنند.

هوش تجاری (BI) یک ایدئولوژی برای ارائه ادراکات صحیح یا خواسته به افراد مورد نیاز برای بهبود موقعیت های کاری و عملکرد در زمان مناسب است. این یک مفهوم است که شامل نرم افزارهای مختلف، ساختار داده ها، مفاهیم بزرگ داده ها، الگوریتم ها و غیره می باشد. بطور مثال، مانند سایر مفاهیم تفسیر داده ها است که به عنوان اصلی ترین هدف به داده نیاز دارد و مراحل مختلفی از قبیل جمع آوری داده ها، ذخیره سازی، پردازش را پشت سر می گذارد و استخراج اطلاعات قبل و بعد از پردازش حفظ می شوند، در قالب گزارش ها، نمودارها، خلاصه ها و غیره در مورد فعالیت های تجاری شرکت، استراتژی های کاری و تاکتیک ها ارائه می شوند.