

KPI-Ursache-Wirkungsketten in biAnalytics

Inhalt

- Grundlagen zu open bi und biAnalytics
- Theorie zu KPIs und Ursache-Wirkungsketten
- Schrittweise Modellierung von KPI-Ursache Wirkungsketten
- Anwendungsbeispiel
- Ursache-Wirkungsketten in biAnalytics

open bi Framework

Herzstück unserer Software

Seit 10 Jahren
Herzstück aller
Softwareprodukte der
bi excellence

Verbindung zu jeder Datenquelle

Mit open bi ist eine
Verbindung zu jeder
beliebigen Datenquelle
möglich

Keine Datenreplikation

Von open bi werden
keine Daten
zwischengespeichert.
Sie werden in realtime
weitergegeben

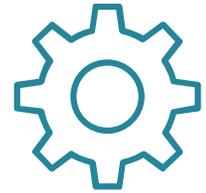
biAnalytics Mehr Zeit fürs Wesentliche



Analytische
Software im Web
+ Office Client



Zentraler Zugriff zu jeder
Datenquelle – in Realtime

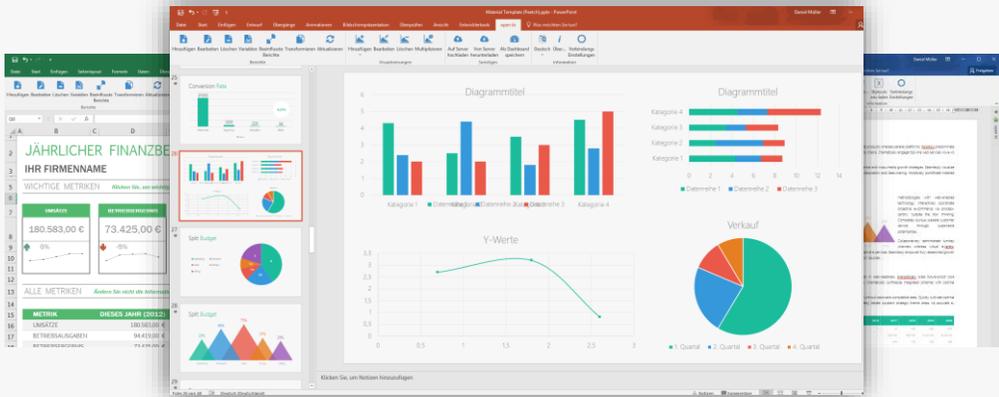


Leistungsstark und
individuell

Angepasst an Ihre Bedürfnisse – biAnalytics Tools



biAnalytics Web



biAnalytics Office

biAnalytics Demo

biAnalytics Mehr Zeit fürs Wesentliche

Zentraler Zugang zu all Ihren Daten

Realtime Anbindung all Ihrer Daten, egal aus welcher Datenquelle. Alle Daten bleiben in ihrer Quelle, wodurch Ihre Dashboards immer aktuell und schnell verfügbar sind.

Schnell neue Erkenntnisse gewinnen

Managementberichte auf Knopfdruck erstellen – integriert in Ihr Corporate Design und mit Daten aus jeder beliebigen Quelle.

Für jeden das passende Modell

Egal ob Sie eine flexible oder eine maßgeschneiderte Lösung für Ihre Datenanalyse suchen. biAnalytics liefert für jedes Problem die passende Lösung.

KPI Grundlagen

Key Performance Indicator

„Kennzahlen, die Erfolg, Leistung oder Auslastung des Betriebs, seiner einzelnen organisatorischen Einheiten oder einer Maschine beziehen.“¹

In allen Perspektiven eines UN

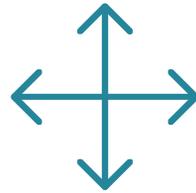
Umsatz, Gewinn, Kosten, Mitarbeiterfluktuation, Kundenzufriedenheit, Anzahl Fehlproduktionen, usw.

¹ <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/326735/key-performance-indicator-kpi-v1.html>

Arten von KPIs



Monetär oder
Nichtmonetär



Objektiv oder
Subjektiv



Früh- oder
Spätindikatoren

KPI Ursache-Wirkungsketten

Abhängigkeiten zwischen KPIs

Die Wertveränderung einer KPI beeinflusst eine andere KPI, bzw. wird von einer KPI beeinflusst

Bewertung der Zahlen

Gemäß Unternehmenszielen können Werte der KPIs bewertet werden

Veränderung durch Einflüsse

Durch die Beziehungen zwischen den KPIs lassen sich Ursache-Wirkungsketten modellieren

KPI Ursache-Wirkungsketten

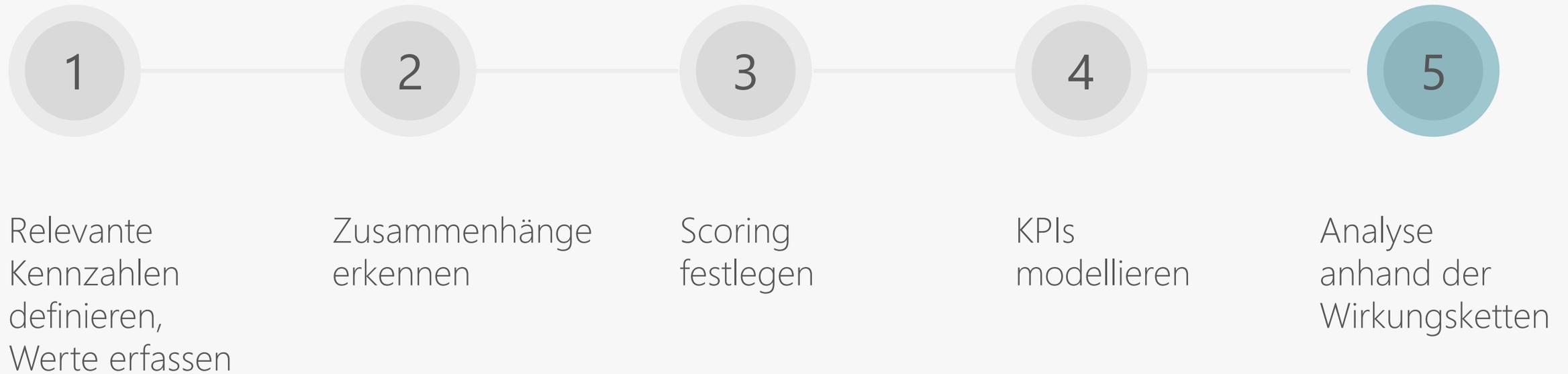
Zielerreichung!

KPI Ursache-Wirkungsketten

Zielerreichung

- Umsatzsteigerung
- Kostensenkung
- Mitarbeitermotivation
- Kundenzufriedenheit
- Produktionsausfälle

KPI Ursache-Wirkungsketten



1 Auswahl der Kennzahlen

Balancierte Unternehmenssicht

Finanzkennzahlen vs.
Kennzahlen anderer
Perspektiven

Zukunftsweisende Frühindikatoren

Zur Steuerung
zukünftiger
Wertentwicklungen

2 Zusammenhänge erkennen

Kausale Zusammenhänge

Zum Beispiel anhand von Prozessen

Mathematische Zusammenhänge

Korrelation und Regression, Summe, Differenz, Verhältnis, usw.

An Zielen des UN orientiert

Möglicher Zusammenhang mit der zu optimierenden KPI

3 Scoring festlegen

Planungshorizont
bestimmen

Sind Ziele kurz- mittel-
oder langfristig?

Wertebereiche
nach Ampelprinzip

In welchen Bereichen sind
die KPI Werte kritisch /
angemessen / gut

Beliebig hohe
Granularität

Exaktere Bewertung
durch individuelle
Abstufung der Scores

3 Scoring festlegen

Mehrere Scoring pro KPI

Für unterschiedliche Wertkombinationen (z.B. Produkte)

Ein einziges globales Rating

Ratings übersetzen mehrere Scorings in ein einheitliches Format

Scoring vom Benutzer festgelegt

Rating aktuell vom System vorgegeben

3 Scoring festlegen

Score	Von Umsatz	Bis Umsatz
0	1000 €	2000 €
10	2001 €	3000 €
20	3001 €	5000 €
30	5001 €	8500 €
40	8501 €	10000 €
50	10001 €	15000 €
...		
89	50000 €	99999 €



Rating	Von Score	Bis Score
9	0	9
8	10	19
7	20	29
6	30	39
5	40	49
4	50	59
...		
1	80	89

3 Scoring festlegen

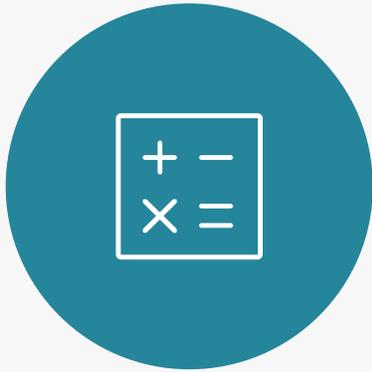
Score	Von Umsatz	Bis Umsatz
0	1000 €	2000 €
10	2100 €	3000 €
20	3100 €	5000 €
30	5100 €	8500 €
40	8600 €	10000 €
50	10100 €	15000 €
...		
89	50000 €	99999 €



Bsp.: Umsatz = 3500 €

Rating	Von Score	Bis Score
9	0	9
8	10	19
7	20	29
6	30	39
5	40	49
4	50	59
...		
1	80	89

4 KPIs modellieren



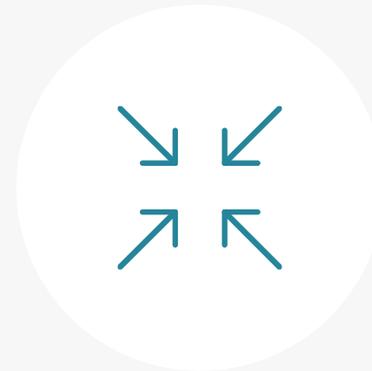
Kennzahl

+



Scoring

+



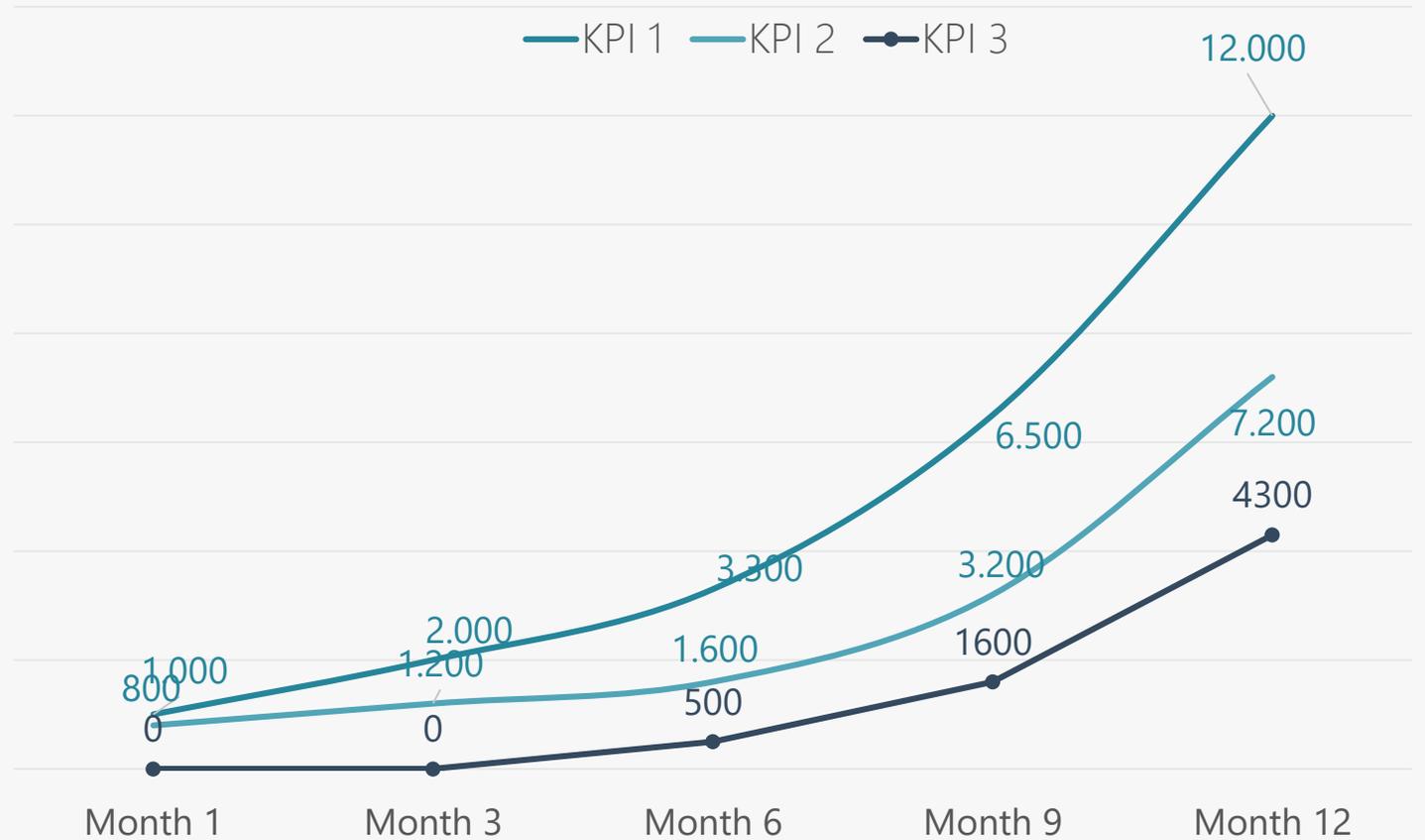
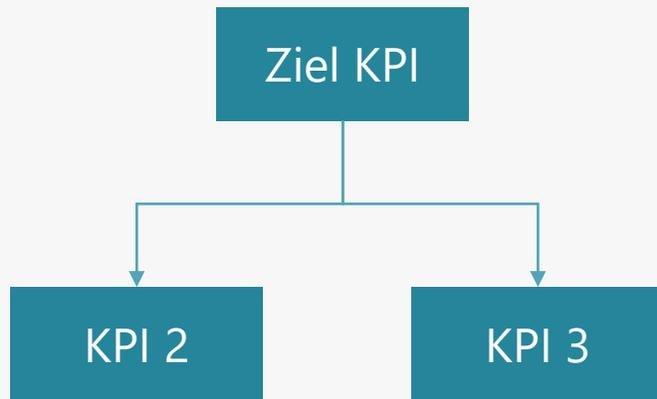
Abhängigkeiten

=



KPI

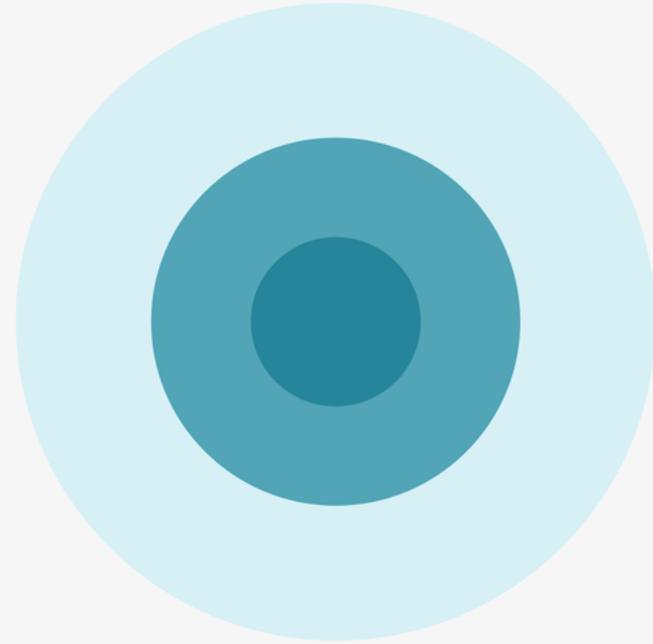
5 Systeme optimieren





Anwendung



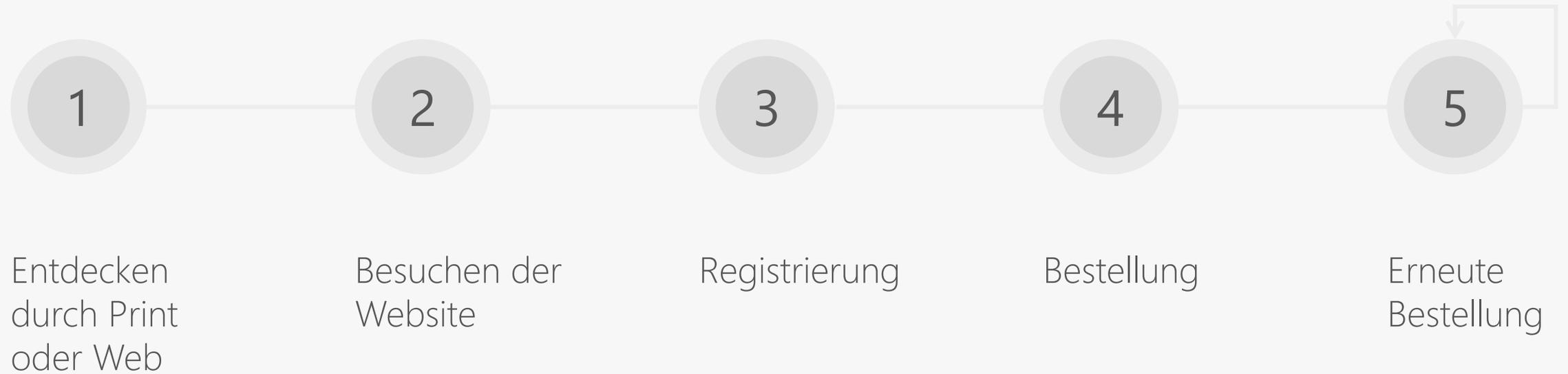


PULSE ONLINE SHOP

Pulse Online Shop

- Fiktiver Online Shop
- Anbieter von Smart Health Produkten (z.B. Smarte Blutdruckgeräte, Bewegungstracker, Smart Home etc.)
- **Ziel:** jährlicher Umsatz von 150.000 €
 - Festgelegt im Jahr 2012
- Fokus auf Optimierung der Customer Journey

Pulse: Customer Journey



Pulse: Relevante KPIs

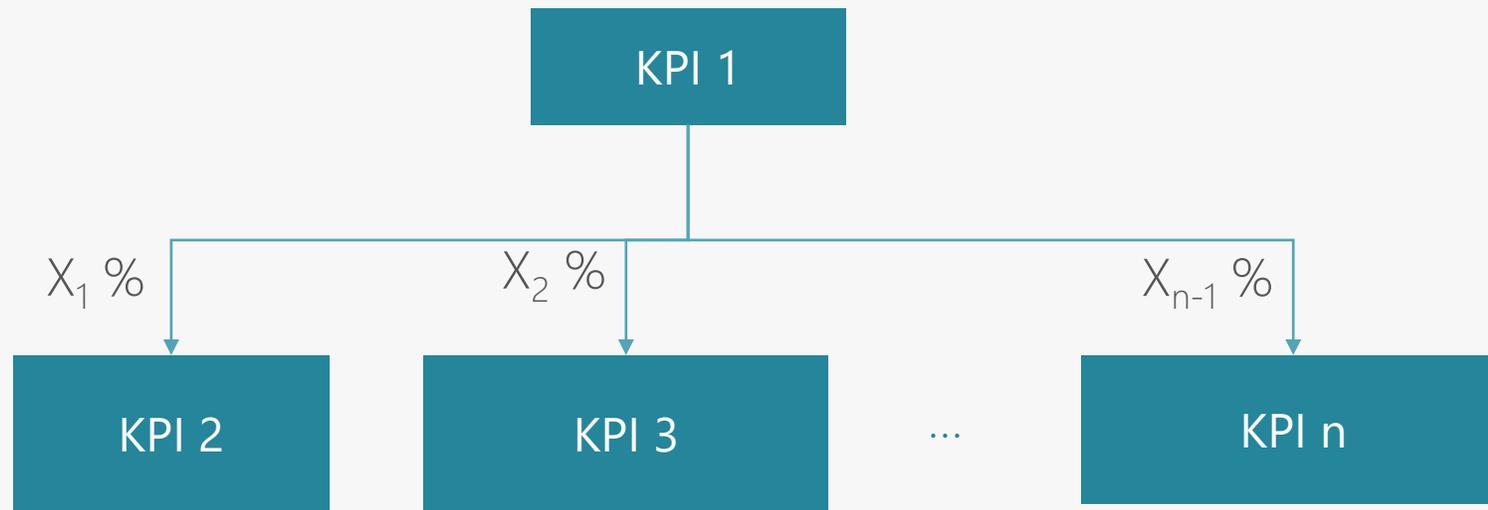
- Umsatz
- Ersteinkäufe
- Wiederkehrende Einkäufe
- Warenkorbgröße [€]
- Registrierungen
- Newsletter Anmeldungen
- Kundenzufriedenheit
- Websitebesuche (Viral & Bezahlt)
- Impressions (Google)
- Conversion Rate (Bezahlte Besuche / Impressions)
- Printwerbung

Pulse: Relevante KPIs

- Umsatz
- Ersteinkäufe
- Wiederkehrende Einkäufe
- Warenkorbgröße [€]
- Registrierungen
- Newsletter Anmeldungen
- Kundenzufriedenheit
- Websitebesuche (Viral & Bezahlt)
- Impressions (Google)
- Conversion Rate (Bezahlte Besuche / Impressions)
- Printwerbung

Anmerkung: Um die komplette Realität abzubilden wird die Anzahl der relevanten KPIs beliebig hoch

Pulse: Beziehungen der KPIs



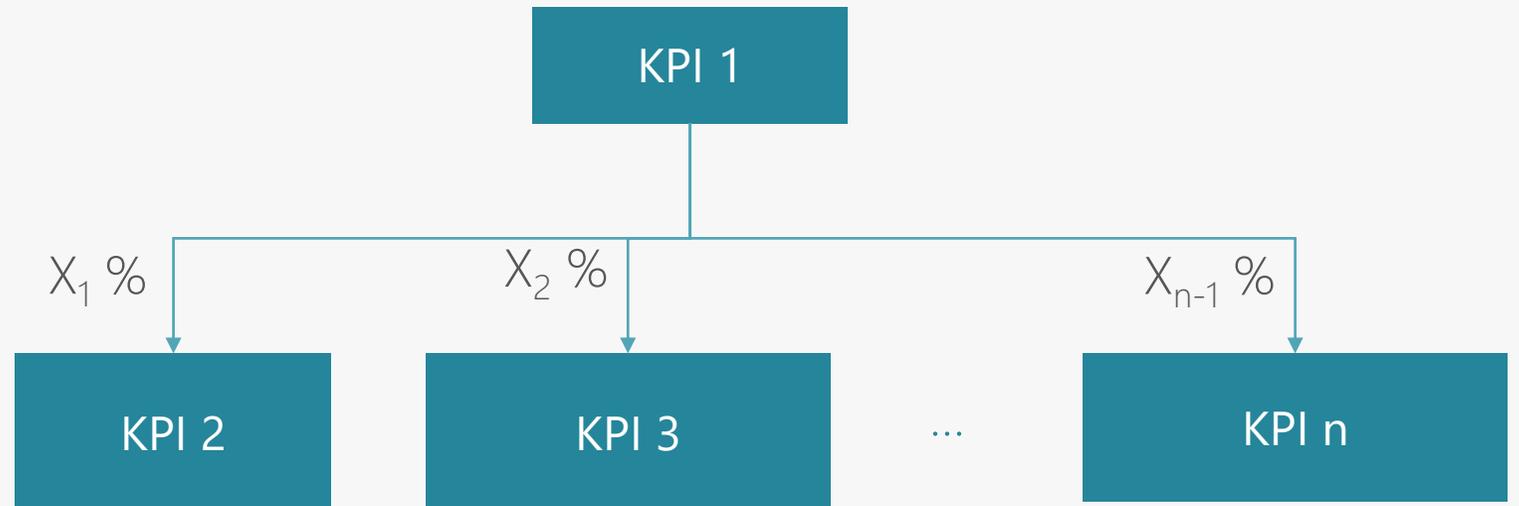
Summe aller $x = 100\%$

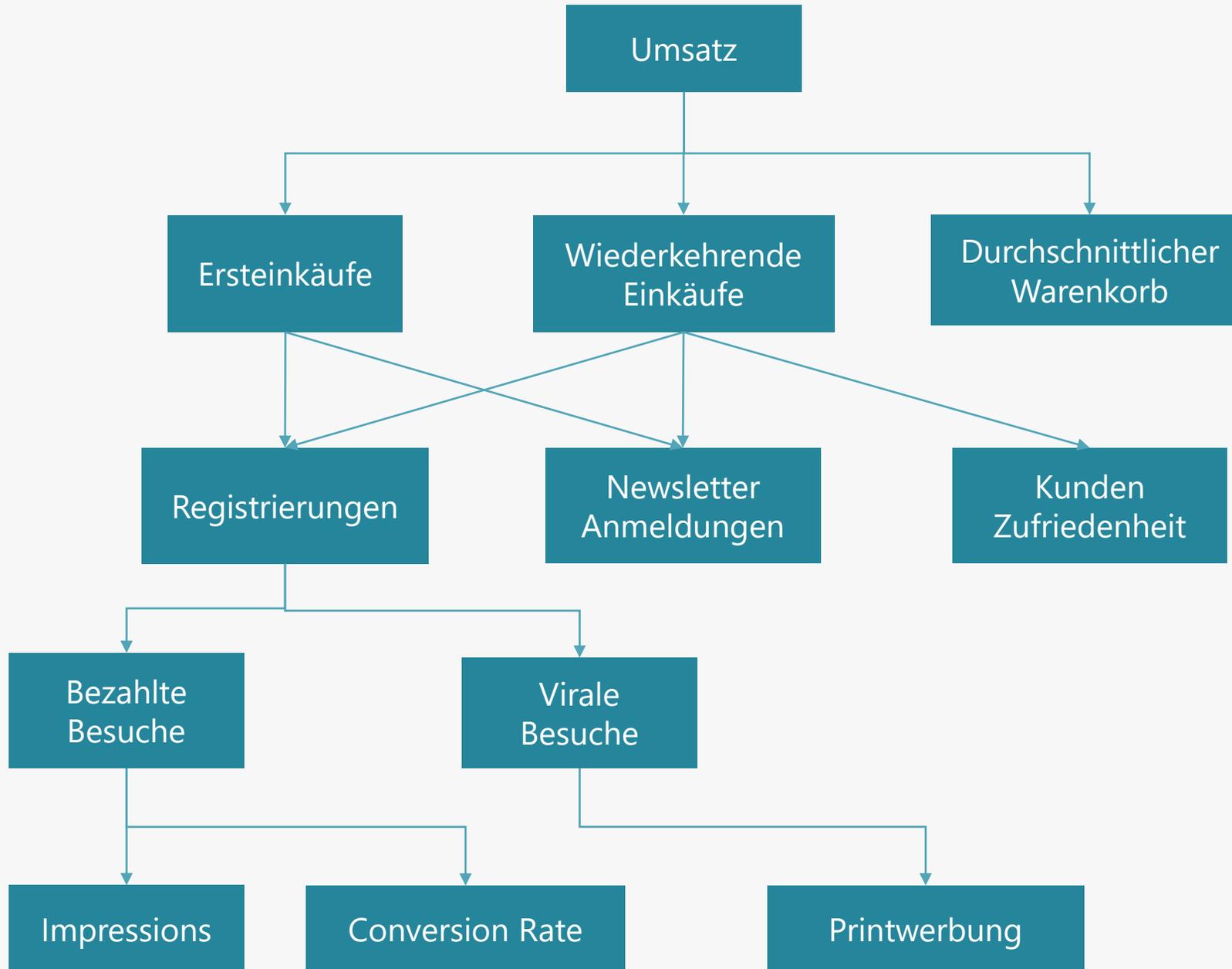
Pulse: Beziehungen der KPIs

Konvention

Fingerpoint-Prinzip!

„Ich zeige auf die Kennzahl von der ich abhänge“







Live Demo



Evaluierung

biAnalytics.cloud

