

[big data @ work](#)

Chancen erkennen, Risiken verstehen

von

Thomas Davenport, Thomas H. Davenport, Péter Horváth

1. Auflage

Verlag Franz Vahlen München 2014

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4814 6

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Sachverzeichnis

A

Aktionsplan für Manager

- Big Data in großen Unternehmen 196
- Der menschliche Aspekt von Big Data 109
- Der technische Aspekt 131
- Entwicklung einer Big Data-Strategie 81
- Von Big Data-Start-ups lernen 169
- Was ist notwendig, um mit Big Data erfolgreich zu sein? 149
- Wie Big Data Ihr Unternehmen verändert 55
- Wie wichtig ist Big Data für Sie und Ihr Unternehmen? 29

Amazon 47, 146

Analytics 1.0 188

Analytics 2.0 188

Analytics 3.0 171, 187, 190

Analytische Fähigkeiten

- DELTA-Modell 133

Autoanalytics 11

Automatische Geschichte 123

B

B2B2C-Unternehmen 45

B2B-Unternehmen 44

Banken 48

Bank of America 180

Bell Labs 68

Big Data

- Anwendungsmöglichkeiten 8
- äußerst ambitionierter Ansatz 79
- Auswirkungen 54
- bei Banken 48
- bei Herstellern von Industriegütern 45
- das richtige Team 96
- Einfluss auf Branchen 32, 41
- Einfluss auf Funktionen in Unternehmen 48
- Ein Hype? 3
- Einsatzbereiche 74
- Governance 120
- im Gesundheitswesen 43
- in B2B-Unternehmen 44, 45
- in der Energiewirtschaft 48
- in Medienunternehmen 47
- in Telekommunikationsunternehmen 46
- Kompetenzen 177
- Kompetenzen für Manager 103
- konservativer Ansatz 78
- Kosteneinsparung durch 58
- mit Big Data starten 153
- neue Angebote mithilfe von 62
- Organisationsstrukturen 177
- Relevanz auf Dauer? 9
- Rentabilität 182

- Schichtenmodell 117
 - Stadien 71
 - Szenario für Aus- und Weiterbildung 38
 - Szenario für das Energiemanagement 34
 - Szenario für den Einzelhandel 36
 - Szenario für Geschäftsreisen 32
 - Technologien 111
 - Unterstützung interner Unternehmensentscheidungen 64
 - von großen Unternehmen lernen 171
 - von Start-ups lernen 151
 - Vorgehensweise 77, 142
 - vorsichtig offensiver Ansatz 79
 - vs. traditionelle Analytics-Lösungen 4
 - Wertversprechen 181
 - Zeiteinsparung durch 61
 - Ziel 58, 71
 - Big Data bei der Bank of America 180
 - Big Data bei der Citygroup 182
 - Big Data bei Kyruus 159
 - Big Data bei LinkedIn 156
 - Big Data bei Macys.com 178
 - Big Data bei Recorded Future 166
 - Big Data bei Schneider National 191
 - Big Data bei Sears Holdings 186
 - Big Data bei United Healthcare 176
 - Big Data bei UPS 174
 - Big Data bei Verizon Wireless 189
 - Big Data-Hype 168
 - Big Data-Initiativen 71, 77
 - Big Data-Kultur 145
 - Big Data-Projekte
 - Zuständigkeiten 74
 - Big Data-ROI 182
 - Big Data-Stapel 116
 - Big Data-Technologie
 - Aktionsplan für Manager 131
 - Anwendungen 121
 - Anwendungscode 120
 - Daten 119
 - Integration in bestehende Architekturen 123
 - Plattform 118
 - Speicher 117
 - Unternehmenssicht 121
 - Was ist neu? 113
 - Big Data-Umgebung 124
 - Big Data und Data-Warehouse 128
 - Big Data-Ziele 174
 - Branchen
 - hohe Relevanz von Big Data 32, 41
 - Business process management 148
- C**
- Chief Analytics Officer 194
 - Cisco Systems 46
 - Citigroup 182
- D**
- Data-Marts 119, 126, 157
 - Data-Warehouse
 - Integration von Big Data 127
 - Data-Warehouse-Umgebung
 - typische 126
 - Datenanalyse
 - drei Arten 194
 - Schritte vor 135
 - Überblick über die letzten Jahrzehnte 10
 - Datenerkennung 68
 - Datenvisualisierung 122
 - Datenwissenschaftler 84, 155
 - horizontale 95
 - im Unternehmen halten 101
 - Stellenbezeichnungen 140
 - vertikale 95

– Wo finde ich sie? 98

DELTA-Modell 133

– von DELTA zu DELTTA 136

DELTTA 136

E

eBay 114, 157, 161

Einführung von Big Data 77

Enterprise Data-Warehouse 115

Entwicklung einer Big Data-Strategie 81

Entwicklung neuer Produkte

– mit Big Data 62

Erfolgsfaktoren für Big Data

– Analysten 143

– Daten 134

– DELTA-Modell 133

– FORCE-Modell 144

– Führungsrolle 138

– Koordination von Big Data und Small Data 137

– Ziesetzung 142

Experimentieren

– A/B-Tests 157

F

Fehler vermeiden 164

Finance

– und Big Data 53

Finanzdienstleister

– und Big Data 65

FORCE-Modell 144

G

General Electric 63, 72, 97

Geschäftsprozesse

– Einbettung von Big Data 147

Gesundheitswesen 43

Google 145, 161, 163

H

Hadoop 112

Heathrow Airport Holding 148

Hersteller von Industriegütern 45

Hive 114, 120

Human Resources

– und Big Data 51

I

ILC-Sensoren 50

Informationstechnologie

– und Big Data 53

In-Memory-Analysen 112

Internet der Dinge 11

Intiut 140

J

John Deere 46

K

Kosteneinsparungen 58

Kyruus 159

L

LinkedIn 138, 156, 157

M

Macys.com 178

MapReduce 112, 120

Marketing

– und Big Data 49

Maschinelles Lernen 112, 116, 121

Medienunternehmen 47

Mensch und Big Data

– Datenwissenschaftler 84

– Kompetenzen für Manager 103

N

Natural language processing 112

Netflix 47

Neustar 75

P

PepsiCo 45
Personal Analytics 12
Pig 114, 120
Pivotal Chorus 157
Procter & Gamble 52, 192
Produktion 69
– und Big Data 50
Python 114

R

Recorded Future 166

S

SAS 61, 160, 172
Schneider National 191
Sears 186
Sensordaten 11
Sessionizing 130
Skriptsprachen 112
Sprachtechnologien 112, 176
SQL auf Hadoop 121
Strategische Planung
– und Big Data 52
Stromversorger 48
Supply Chain
– und Big Data 50

T

Telekommunikationsunternehmen
46
Teradata Aster-Anwendung 129

U

United Healthcare 176
Unternehmenskultur für Big Data
145
– agil ist zu langsam 158
– Fokus auch auf Werkzeuge 154
– im großen Stil experimentieren
161
– Injunktion 152
– kostenlose und günstige Pro-
dukte nutzen 160
– Produktivität von Big Data-Akti-
vitäten steigern 157
– Produkt- und Dienstleistungs-
novationen 153
– Verantwortung für Datenwis-
senschaftler 155
– Vermeiden von Fehlern 164
– Wissen teilen 158
– Zusammenarbeit fördern 162
UPS 174

V

Verizon Wireless 189
Vertrieb
– und Big Data 49
Visuelle Analysen 112

Y

Yahoo! 163

Z

Zeiteinsparungen 61
Zillow.com 63
Zusammenarbeit
– in Teams fördern 163