

Presseinformation

Für weitere Informationen (Deutschland, Österreich, Schweiz)

Sandra Ertel
Teradata GmbH
Telefon: +49 (0) 2 11 / 4476 7005
Fax: +49 (0) 2 11 / 5202 6690
E-Mail: sandra.ertel [at] teradata.com

Frieder Pfléghar
Communication Harmonists
Telefon: +49 (0) 6221 / 90574 19
Fax: +49 (0) 6221 / 90574 11
E-Mail: frieder.pfléghar [at] commha.de

10

Teradata läutet neues Zeitalter der Datenanalyse ein

Europachef [Hermann Wimmer](#): „Neue Plattform zur Analyse sozialer Netzwerke und geospatialer Daten online“

Düsseldorf, 2. November 2010 – [Teradata](#) (NYSE: TDC) hat mit „Socialization of Data“ (www.socializationofdata.com) eine eigene Informations- und Diskussionsplattform online gestellt, die sich mit der integrierten Analyse herkömmlicher und neuartiger Daten befasst. Auf Grundlage der großen Menge nutzergenerierter Daten aus sozialen Netzwerken und geospatialer Daten aus mobilen Endgeräten können Unternehmen ihre Sicht auf die Kunden deutlich verfeinern. Zudem verstehen Unternehmen besser, wo sie aktuell in ihrem Markt, in einer Community oder einem Ökosystem stehen. Autor von „Socialization of Data“ ist Darryl McDonald, Executive Vice President, Business Development and Marketing, Teradata.

Im Jahr 2010 wird laut dem Marktforschungsunternehmen IDC die Menge aller erzeugten digitalen Daten auf über 1 Zettabyte anwachsen.

„Bei der Sozialisierung der Daten geht es darum, dass Unternehmen ihre Sicht auf Abläufe und den Markt deutlich verbessern können, wenn sie sämtliche verfügbare Daten integrieren, analysieren und die gewonnenen Erkenntnisse allen Mitarbeitern bereitstellen“, sagte Hermann Wimmer, President Europe, Middle East and Africa (EMEA), Teradata. „Dies geschieht auf Grundlage der weltweiten Konvergenz von menschlicher Interaktion und vernetzter Technologie. Dadurch entstehen Daten, aus denen sich unzählige neuartige

Geschäftschancen gewinnen lassen. Wenn Unternehmen diese Daten analysieren, können sie innovativer werden, Kunden besser bedienen, wachsen und strategische Geschäftsziele erreichen.“

„Socialization of Data“ umfasst vier Dimensionen:

- Expertenbeiträge – visionäre Ansätze und Denkanstöße
- Experimente – Details zu den Forschungen von Darrly McDonald bei Teradata über das Potenzial der Sozialisierung der Daten
- Meinungsaustausch – ein Forum, in dem Ideen entwickelt und geteilt werden, damit Unternehmen die Daten und einschlägigen Analysen nutzen, um sich weiter zu entwickeln und vom Wettbewerb abzugrenzen.
- Quellen – eine Auswahl von Artikeln, Präsentationen, Blogs, White Papers und Fallstudien sowie Links zu Experten, Organisationen und Veranstaltungen

Analysten unterstützen diese Anstrengungen von Teradata. „Die Wirtschaft benötigt die Sozialisierung der Daten, also eine Integration von Informationen aus sozialen Netzwerken und unternehmenseigenen Daten, die alle Kontaktpunkte und Geschäftsbeziehungen umfasst“, sagte Seth Grimes, Analytics Strategist des auf Business Intelligence spezialisierten Beratungsunternehmens Alta Plana. „Das Ziel ist, Erkenntnisse aus sozialen Netzwerken für alltägliche Entscheidungen zu nutzen sowie die soziale Kundeninteraktion mit einer leistungsfähigen Business Intelligence zu unterstützen. Es geht dabei um eine vollständige Wahrnehmung auf Grundlage umfassender Analysen, mit denen Unternehmen fundierte Entscheidungen treffen können.“

Die Grafik „[The Social Media Landscape](#)“ des Forschungsteams von Reineke Reisma, Forrester VP-Research Director, zeigt die ganze Bandbreite der Aktivitäten und sozialen Netzwerke, die zu der Sozialisierung der Daten beitragen und ein neues Zeitalter der Datenanalyse einläuten.

„Ein praktisches Beispiel für die Sozialisierung der Daten: Innovative Einzelhändler nutzen bereits in Echtzeit die Kommentare und Beschwerden ihrer Kunden, um die Kosten für Kundenbetreuung zu reduzieren und die Kundenzufriedenheit zu verbessern“, sagte Wimmer. „Aufgrund der weltweiten Konvergenz von Informationen stehen wir am Beginn eines neuen

Zeitalters der Datenanalyse. Diese Informationen lassen sich für aussagekräftige Analysen und Handlungen nutzen. Unternehmen, die die Chancen der Sozialisierung der Daten als erste ergreifen, werden auch künftig am stärksten davon profitieren.“

Am 25. Oktober sprach Darryl McDonald, Executive Vice President, Business Development and Marketing, Teradata, in seiner [Keynote](#) auf der [Teradata 2010 Partners Conference and Expo](#) darüber, wie Unternehmen die online geführten Gespräche ihrer Kunden und andere Datenpools in intelligente, handlungsorientierte Ansätze umsetzen können, mit denen sich das Verständnis für das Geschäft und die Mobilisierung von Kunden verbessern lassen.

Auch Sensordaten, oft als Internet der Dinge bezeichnet, spielen in dem neuen Zeitalter eine zentrale Rolle. Einem Bericht der Unternehmensberatung McKinsey & Company zufolge können Unternehmen Sensordaten „für sich arbeiten lassen“. „Jetzt ist die Zeit für Manager aller Branchen, um ihre Gedanken zu den wahrscheinlichen Einflüssen und Chancen des Internets der Dinge zu ordnen. Wir sehen sechs unterschiedliche Typen von Anwendungen, die sich in zwei Kategorien einteilen lassen: Information und Analyse sowie Automation und Kontrolle“, so die Autoren des Berichts „[The Internet of Things](#)“.

Teradata unterstützt seit vielen Jahren zahlreiche Fortune 1000 Unternehmen bei der Konsolidierung großer Data Marts und der Integration von Daten und Systemen. Vor kurzem gab Teradata seine Partnerschaft mit Cloudera bekannt, um strukturierte und unstrukturierte Daten aus Datenpools zusammen zu fassen.

Relevante Links

- [“How CIOs can influence new product innovation](#) - Internet of Things Driving New Business Models” – CIO Magazine
- [“Expert Analysis: A Case for Socialization of Data”](#) von Seth Grimes, Intelligent Enterprise
- [“Why Mobile social media matters”](#) – David Berkowitz – Slideshare
- [“Sensor Networks Top Social Networks for Big Data”](#) – Business Week
- [“Integration on the Edge: Data Explosion & Next-Gen Integration”](#) – eBiz
- [“Mobile-phone users can scan a bar code](#) embedded in television commercials -- and make purchases” – New York Times
- [“Mobile User Interfaces for Business and Technological Libraries”](#) – CNBC

Kurzportrait Teradata

Teradata (NYSE: [TDC](#)) ist der weltweit führende Anbieter für [Datenbanksoftware](#), [Enterprise Data Warehousing](#), [Data Warehouse Appliances](#), [Consulting Services](#) und [analytische Technologien](#) und verschafft so Unternehmen genauere Einblicke in ihre Prozesse und das Kundenverhalten für schnelleres, gezielteres und flexibleres Handeln. Weitere Informationen finden Sie unter www.teradata.com.

Alle erwähnten Programme und Namen sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der entsprechenden Firmen.