



Telefónica

Herausforderung

In Zeiten der Geschäftstransformation durch die Explosion von Big Data müssen Marketingexperten kreative Ideen zur Verwendung von Daten entwickeln, um Informationen gewinnbringend zu nutzen, und dem Verbraucher einen Mehrwert zu liefern.

„Jam Sessions“ demokratisieren datengestütztes Denken

Die kreative Entscheidungsfindungskultur von Telefónica fördert echte Innovation und bessere Unternehmensleistung

„Jam-Musiker sind Meister der Kommunikation. Jeder Aspekt ihrer Musik hängt von Zusammenarbeit in Echtzeit ab“, sagt Alfredo López Navarro, Knowledge Manager beim Digital Command Center von Telefónica Deutschland. Diese Metapher ist im Zentrum der Idee von Navarro, – die er als JAM Sessions-Methode bezeichnet. Es handelt sich um eine Leitlinie für eine perfekte Nutzung von Daten, die darauf abzielt, Kreativität zu fördern und die Lücke zwischen verfügbaren Daten und organisatorischen Kenntnissen zu schließen.

Telefónica, einer der weltweit größten multinationalen Telekommunikationsanbieter, wurde vor Kurzem von der Zeitschrift Fortune für seine Innovationskraft gewürdigt – die JAM-Methode ist laut Navarro exemplarisch für diesen Geist der Weiterentwicklung. „JAM ist eine Frucht dieses Baumes“, sagt er. „Sie kann verschiedene Fähigkeitsstufen und eine Vielzahl von Profilen in unsere datengestützte Entscheidungsfindungskultur integrieren.“

Telefónica hat die JAM-Methode über große Bereiche des Unternehmens hinweg eingeführt, von der Produktentwicklung und F&E über Marktforschung bis hin zum Marketing. Es ist Aufgabe Navarros als Vorkämpfer und Verfechter von JAM, Daten zu analysieren – und anderen bei derselben Aufgabe zu helfen. „Ich habe großes Glück“, sagt er. „Ich darf mit Daten spielen, sie aus unterschiedlichen Quellen extrahieren, alle eingehenden Daten durchsuchen – mit dem Ziel, Einsichten zu gewinnen und in Wettbewerbsvorteile zu verwandeln, die Geschäftsentscheidungen verbessern und unsere operative und finanzielle Effizienz fördern.“

Daten als Motor für Wachstum und Kommunikation

In den vergangenen zwei Jahrzehnten hat sich Telefónica von seinen Grundlagen als traditionelles Telefonunternehmen, das Festnetzanschlüsse und Mobilfunkdienste bereitstellte, zu einem ausgewachsenen Internet-Riesen entwickelt, auf dessen Dienste Millionen Menschen weltweit vertrauen, um im vernetzten modernen Leben zu navigieren. Das Unternehmen bereitet sich auf den Start mobiler 5G-Netzwerke vor, und der Umfang seiner Geschäftstätigkeiten war noch nie so groß – ebenso wie seine Herausforderungen.

Bei den Aufgaben eines Telekommunikationsunternehmens geht es heute um mehr, als die physische Infrastruktur und Geräte zum Surfen im Internet bereitzustellen. Sie umfassen Navigation, selbstfahrende Fahrzeuge, die Entwicklung der Smart City und vieles mehr. Ein zunehmend großer Teil des modernen Lebens nutzt „intelligente Technologie“, und Unternehmen wie Telefónica, die Verbrauchern den Zugang zu dieser Technologie bereitstellen, sind wegweisend in dieser neuen Datenrevolution. Navarros Leistungen helfen Telefónica, ihre Arbeit gewinnbringend umzusetzen.

„Die Kommunikation wird explodieren, da alles mit allem verbunden sein wird“, sagt er. „In manchen Fällen gibt es technische Hemmnisse, wie bei der zuverlässigen Kommunikation mit niedriger Latenz, die völlig neue Branchen und Dienstleistungen auf den Plan bringen wird. Manchmal, wie etwa bei den Anwendungen des Internets der Dinge, ist die Obergrenze kultureller Natur. Damit Smart Citys oder Smart Grids vollständig in unser Alltagsleben integriert werden können, muss sich die Gesellschaft entsprechend ändern. Die kulturelle Transformation ist übrigens eine der größten Herausforderungen für die Industrie 4.0. Und die JAM-Methode schenkt ihr besondere Aufmerksamkeit.“

JAM Sessions liefern unkonventionellem Denken strukturelle Führung

Für Navarro und sein Team geht es bei JAM Sessions um das Experimentieren mit Daten, um Einsichten in diese neuen Wachstumsmöglichkeiten zu gewinnen. „Heute hat Wissen die Form von Daten, sowohl in den Köpfen von Experten als auch von Praktikern“, meint Navarro. Die JAM Sessions-Methode ist ein Prozess, den Navarro ausgearbeitet hat, um die Kollaboration zwischen Fachleuten zu fördern, mit dem expliziten Ziel, über die üblichen Grenzen hinaus zu denken, was zu strategischen Einsichten für Marketing und Geschäft



Daten zu ‚berühren‘, hat eine magische Wirkung. Manchmal reicht ihre Visualisierung aus, aber das Erzählen einer Geschichte basierend auf Daten ist ausschlaggebend. Und hier ist die JMP-Funktion ‚Graphik erstellen‘ der absolute Meister.

Alfredo López Navarro, Knowledge Manager, Digital Command Center



führen wird. Wie bei den von ihm bewunderten Jam Bands geht es darum, mit einer Vielzahl von Werkzeugen zu experimentieren, um Lösungen zu finden, die funktionieren: Einsatz von kreativem Denken zur Förderung des kommerziellen Erfolgs.

Um sicher zu sein, dass JAM angenommen würde, musste Navarro einen Weg finden, die Datenwissenschaft zu demokratisieren, sodass Personen mit unterschiedlichem Hintergrund die Methode gewinnenbringend einsetzen konnten. „Daten sind angeblich das ‚neue Öl‘ unserer Zeit“, sagt er. „Aber ich denke, dass wir uns in einem Übergangszeitraum befinden, in dem einige der neuen Möglichkeiten noch durch die alten Denkweisen eingeschränkt werden.“

Wenngleich die meisten Mitarbeiter bei Telefónica bereits begeisterte Anwender von Excel waren, erkannte Navarro, dass für einen kulturellen Wandel innerhalb des Unternehmens, ein neues Werkzeug benötigt wurde. Ein neues Softwarepaket mit einem komplexeren Analyse-Backend als Excel, Tableau oder SPSS und auch mit einer anwenderfreundlicheren, interaktiveren Anwenderoberfläche, die auch Mitarbeiter ohne Statistikenkenntnisse nicht abschreckte. „Ich bin immer im Scanning-Modus“, sagt Navarro. „Ich bin sehr neugierig und will immer neue Werkzeuge ausprobieren und sehen, was sie können.“ Als er erstmals mit JMP in Berührung kam, erinnert sich Navarro, war er sofort beeindruckt. „JMP kann alles, was SPSS kann, und vieles mehr. Es ist ausgesprochen interaktiv und visuell.“ Nun ist JMP grundlegend dafür, die Einblicke zu liefern, die die Verhaltensänderung fördern – und damit auch mehr Geschäft für Telefónica generieren.

„Man kann ein Open-Source-orientierter Datenwissenschaftler sein und gleichzeitig JMP lieben.“

Derzeit arbeiten Navarro und sein Team an der Preisgestaltung, sehen sich Marktdaten ebenso an wie externe Zahlen – einschließlich Dinge wie Wetter und makroökonomischer Datensätze –, um Einblicke in die Nutzung und Kosten des Internets zu finden. Für Navarro ist die Datenvisualisierung der wichtigste Teil des Prozesses. „Daten zu ‚berühren‘, hat eine magische Wirkung“. „Manchmal reicht ihre Visualisierung aus, aber das Erzählen einer Geschichte basierend auf Daten

ist ausschlaggebend. Und hier ist die JMP-Funktion ‚Graphik erstellen‘ der absolute Meister. Wir führen viele Modellierungen und multivariate Analysen durch, und die neue Projekt-Funktion in JMP 14 macht es sehr einfach, komplexe Prozesse zu dokumentieren.“ Sie macht vieles möglich ... Die Leute sind begeistert. „Wir können JMP nun ähnlich wie PowerPoint verwenden.“

Selbst die erfahreneren Datenwissenschaftler bei Telefónica sehen erhebliche Vorteile durch JMP, fügt Navarro hinzu. Wenngleich Statistiker oder Entwickler bei Telefónica regelmäßig Skripte schreiben oder zu einer ständig wachsenden Open-Source-Bibliothek beitragen, profitieren sie dennoch erheblich von der graphischen Interaktivität von JMP. Die JMP-Funktion „Graphik erstellen“ ist ein Eckpfeiler der Datenanalyse, selbst wenn Datenwissenschaftler entscheiden, das Ergebnis in ihren eigenen Skripten in R oder Python auszuführen. „Manchmal kommen unsere Daten aus einem Prozess, der aus R oder Python stammt, aber dann geben wir sie in JMP ein, ... verbinden sie über die Funktion ‚Abfrage erstellen‘ mit einem Datensatz, führen die Analyse durch und gewinnen so Einsichten“, sagt Navarro. „Man kann ein Open-Source-orientierter Datenwissenschaftler sein und gleichzeitig JMP lieben.“

JMP® JMP schlägt eine Brücke zwischen kreativen Experimenten und nützlicher Anwendung

Die Anwendung eines kollaborativen, kreativen Ansatzes für statistische Analysen steht im Zentrum von Navarros Arbeit und seiner JAM Sessions-Methode. Er liebt seine Arbeit: die Welt der Daten bei Telefónica und darüber hinaus zu entzaubern.

„Was das Digital Command Center von Telefónica Deutschland angeht, ist das Durchführen von JAM Sessions eine offene Übung zum Gewinnen von Einsichten. Hier trifft Geschäftswissen auf Statistiken mit visuellen Oberflächen und es können Teams aus Fachexperten ohne Statistikenkenntnissen und Datenwissenschaftlern gebildet werden“, erklärt Navarro. „Ideen entstehen spontan und unerwartet. Dennoch, genauso wie eine Konzertimprovisation erst nach Jahren des Studiums und der Übung möglich ist, wird für den Erfolg eines solch glücklichen Zusammentreffens eine systematische Methode benötigt: Einsichten und Theorien müssen ein Fundament haben.“

Lösung

Mit JMP können Sie aus jedem Datensatz – seien es externe oder interne Daten – praktisch umsetzbare Einsichten extrahieren und so im gesamten Unternehmen eine Brücke zwischen Daten und Entscheidungen schlagen.

Ergebnisse

Telefónica nutzt die JAM Sessions-Methode, ein auf JMP basierendes System, das es Mitarbeitern mit unterschiedlichen Werdegängen ermöglicht, bei der Generierung von Erkenntnissen aus Daten zusammenzuarbeiten.

Kontaktinformationen Ihrer lokalen JMP-Niederlassung finden Sie unter jmp.com/offices



SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries.® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2018, SAS Institute Inc. Alle Rechte vorbehalten. 110050_G91600.1118

Die in diesem Artikel beschriebenen Ergebnisse beziehen sich auf die Situation, das Geschäftsmodell, die Dateneingabe und die Rechenumgebungen, die hier beschrieben werden. Die Erfahrungen jedes SAS-Kunden sind einzigartig und basieren auf betrieblichen und technischen Variablen. Alle Aussagen sind als unspezifisch aufzufassen. Tatsächliche Einsparungen, Ergebnisse und Leistungseigenschaften variieren je nach den Konfigurationen und Umgebungsbedingungen des Kunden. SAS gewährleistet und behauptet nicht, dass jeder Kunde ähnliche Ergebnisse erreichen wird. SAS bietet ausschließlich jene Gewährleistungen für Produkte und Dienstleistungen, die in den ausdrücklichen Gewährleistungserklärungen im schriftlichen Vertrag für diese Produkte und Dienstleistungen enthalten sind. In diesem Dokument werden keinerlei zusätzliche Gewährleistungen abgegeben. Kunden haben SAS ihre Erfolge im Rahmen eines vertraglich vereinbarten Austauschs oder einer Zusammenfassung eines erfolgreichen Projekts nach erfolgreicher Einrichtung von SAS-Software bekanntgegeben.