

7 listopada, Warszawa

Hotel InterContinental, ul. Emilii Plater 49

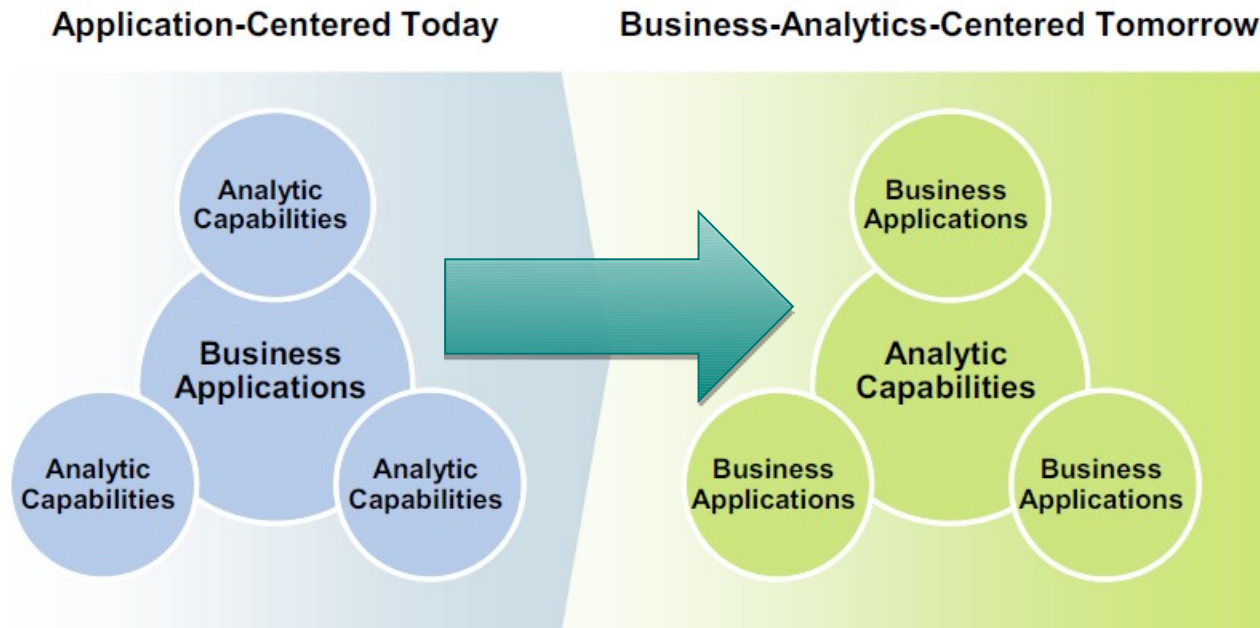
Powitanie

Paweł Panecki, Dyrektor Działu Oprogramowania IBM Polska



Gartner: Analitika wg Gartnera

Figure 6. The Shift to the Business-Analytics-Centered Future



Source: Gartner (June 2012)

“Analytics pervading everything we do will change the way organizations think about analytic architectures, as the paradigm shifts from reporting/descriptive (past) to analysis/diagnostic (present) to predictive/prescriptive (future).”


SOURCE: Gartner – “Market Trends - Analytics, Business Intelligence and Performance Management to Be All-Pervasive by 2020”, Dan Sommer | Rita Sallam – 29 June 2012


Gartner does not endorse any vendor, product or service depicted in its research publications, and does not advise technology users to select only those vendors with the highest ratings. Gartner research publications consist of the opinions of Gartner's research organization and should not be construed as statements of fact. Gartner disclaims all warranties, expressed or implied, with respect to this research, including any warranties of merchantability or fitness for a particular purpose. This graphic was published by Gartner, Inc. as part of a larger research document and should be evaluated in the context of the entire document. The Gartner document is available upon request from <url>.

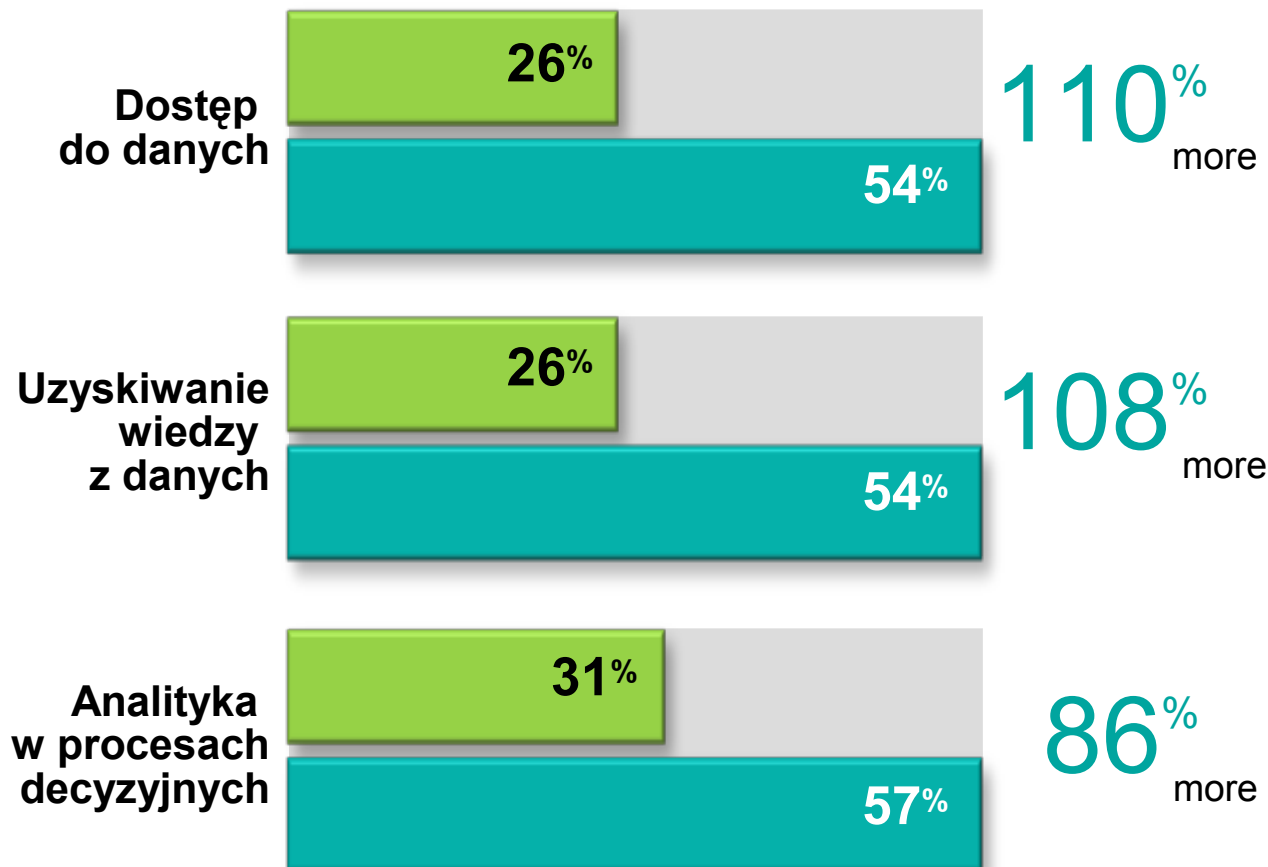
IBM – badanie opinii CEO

% CEO

którzy uważają, że ich organizacje dobrze wykorzystują dane do generowania wartości

 Firmy notujące niższe zyski

 Firmy notujące wyższe zyski



Source: IBM CEO Study, 2012. Q22 "How good is your organization at driving value from data? [Today]" (n=631 to 636)

08:30-09:30	Rejestracja i poczęstunek		
09:30-09:35	Powitanie. Paweł Panecki, Dyrektor Działu Oprogramowania IBM Polska.		
09:35-09:50	Kierunki rozwoju analityki biznesowej. Anna Sierko, Dyrektor Generalny IBM Polska i Kraje Bałtyckie.		
09:50-10:30	Driving Better Business Outcomes with Business Analytics. Jack Esselink, Business Analytics Evangelist, IBM.		
10:30-11:00	IBM partnerem w zarządzaniu informacją. Arkadiusz Wiśniewski, Business Analytics Sales Manager Poland & Central, IBM.		
11:00-11:40	Przerwa		
PANEL	1. WARTOŚĆ ANALITYKI W MARKETINGU SALA LA BOHEME	2. RÓŻNE OBLICZA DYREKTORA FINANSOWEGO SALA CARMEN	3. ROLA DYREKTORA IT SALA DON GIOVANNI
Prezentacja 1 11:40-11:55	Najważniejsze wnioski z globalnego badania opinii dyrektorów marketingu – IBM CMO Study. Bartłomiej Makolus, Software Marketing Manager, IBM.	Najważniejsze wnioski z globalnego badania opinii dyrektorów finansowych – IBM CFO Study. Rafał Kupis, FPM Sales Leader, IBM.	Najważniejsze wnioski z globalnego badania opinii dyrektorów ds. informatyki – IBM CIO Study. Piotr Kociński, IBM GBS FSS Leader Poland.
Prezentacja 2 11:55-12:25	Dobry marketing jest odpowiedzią, ale czy znasz pytanie? Grzegorz Kiszluk, właściciel i redaktor magazynu BRIEF.	The Challenges of Risk Management. Risk Management's role in improving business performance. Grant Griffiths, Risk Management CEE, IBM.	Business in turbulent times – how the CIO can make a difference to the business. Oliver Oursin, Business Intelligence and EMEA Presales Executive, IBM Business Analytics, IBM.
Prezentacja 3 12:25-12:55	Panuj nad budżetem, od prognozy do raportu. Bożena Bochenek, Kontroler Finansowy, Vision Express Sp. z o. o.; Wojciech Denejko, V-ce Prezes Zarządu, ValueTank.	Cognos Financial Performance Management w Pekaes SA. Wojciech Kutak, Dyrektor Biura Finansów i Kontrolingu, Pekaes SA; Krzysztof Kowal, CPM Consultant Incube CPM.	Automatyczne decyzje kredytowe – siła szybkiego reagowania i optymalizacji kosztów. Roman Tyszkowski, Dyrektor Departamentu Architektury IT, ING Bank Śląski.
12:55-13:30	Przerwa		
Prezentacja 4 13:30-14:00	Priorytety Analityki – Wartość kreowana przez Analitykę. Arkadiusz Wiśniewski, Business Analytics Sales Manager Poland & Central, IBM.	Wdrożenie systemu budżetowania w Grupie Bumar z użyciem rozwiązań IBM Cognos TM1. Joanna Dyjas, Kontroler, Bumar; Radosław Zacharewicz, Consulting Manager, S&T.	Wdrożenie platformy raportowej IBM Cognos w Contact Center BRE Banku. Łukasz Opoka – Wicedyrektor ds. Rozwoju, Biuro Obsługi Telefonicznej; Marcin Rudnicki, Specjalista, Departament Sprzedaży i Obsługi w Kanałach Zdalnych; Maciej Dobrakowski, Specjalista ds. rozwoju systemów informatycznych, Departament Rozwoju Biznesu Bankowości Detalicznej; Tomasz Dutkowski, Kierownik Projektu, Departament Systemów Informatycznych; BRE BANK.
Prezentacja 5 14:00-14:30	Rozwiązania analizy treści niestrukturalnych w służbie marketingu. Maciej Modrzejewski, ECM Sales Manager, Financial and Government Sector, IBM.	Business Analytics – zintegrowana platforma do raportowania, planowania i analiz. Krzysztof Paż, IBM Cognos Advisory Solution Architect, Business Analytics – CEE Central and Poland Technical Team Leader.	Wdrożenie systemu IBM Cognos Business Intelligence w GK ZELMER Marek Dull, Kierownik ds. Rozwoju Aplikacji w Zelmer S.A. Rzeszów; Tomasz M. Lewicki, Partner, Mineral Midrange S.A.
Prezentacja 6 14:30-15:00	Ile informacji drzemie w Social Media? Jakub Fila, Software IT Architect, IBM.	IBM Cognos platformą narzędziową wspierającą proces budowy skonsolidowanych sprawozdań finansowych w grupach kapitałowych. Marek Kluzik, Dyr. ds. Controllingu, Katowicki Holding Węglowy S.A.; Radosław Pawliczek, starszy konsultant, Dział Konsolidacji, CONSORG.	Hurtownia Danych w firmie operującej na rynku FMCG – korzyści związane z realizacją projektu w obszarze sprzedaży w The Lorenz Bahlsen Snack-World Sp. z o.o. Marcin Spiliszewski, Specjalista ds. Analiz Sprzedaży, The Lorenz Bahlsen Snack-World Sp. z o.o.
15:00	Obiad		

SALA LA BOHEME

Panel 1	WARTOŚĆ ANALITYKI W MARKETINGU
Prezentacja 1 11:40 – 11:55	Najważniejsze wnioski z globalnego badania opinii dyrektorów marketingu – IBM CMO Study. Bartłomiej Makolus, Software Marketing Manager, IBM.
Prezentacja 2 11:55 – 12:25	Dobry marketing jest odpowiedzią, ale czy znasz pytanie? Grzegorz Kiszluk, właściciel i redaktor magazynu BRIEF.
Prezentacja 3 12:25 – 12:55	Panuj nad budżetem, od prognozy do raportu. Bożena Bochenek, Kontroler Finansowy, Vision Express Sp. z o. o.; Wojciech Denejko, V-ce Prezes Zarządu, ValueTank.
Prezentacja 4 13:30 – 14:00	Priorytety Analityki – Wartość kreowana przez Analitykę. Arkadiusz Wiśniewski, Business Analytics Sales Manager Poland & Central, IBM.
Prezentacja 5 14:00 – 14:30	Rozwiązania analizy treści niestrukuralnych w służbie marketingu. Maciej Modrzejewski, ECM Sales Manager, Financial and Government Sector, IBM.
Prezentacja 6 14:30 – 15:00	Ile informacji drzemie w Social Media? Jakub Fila, Software IT Architect, IBM.

SALA CARMEN

Panel 2	RÓŻNE OBLICZA DYREKTORA FINANSOWEGO
Prezentacja 1 11:40 – 11:55	Najważniejsze wnioski z globalnego badania opinii dyrektorów finansowych – IBM CFO Study. Rafał Kupis, FPM Sales Leader, IBM.
Prezentacja 2 11:55 – 12:25	The Challenges of Risk Management. Risk Management's role in improving business performance. Grant Griffiths, Risk Management CEE, IBM.
Prezentacja 3 12:25 – 12:55	Cognos Financial Performance Management w Pekaes SA. Wojciech Kutak, Dyrektor Biura Finansów i Kontrolingu, Pekaes SA; Krzysztof Kowal, CPM Consultant Incube CPM.
Prezentacja 4 13:30 – 14:00	Wdrożenie systemu budżetowania w Grupie Bumar z użyciem rozwiązań IBM Cognos TM1. Joanna Dyjas, Kontroler, Bumar; Radosław Zacharewicz, Consulting Manager, S&T.
Prezentacja 5 14:00 – 14:30	Business Analytics – zintegrowana platforma do raportowania, planowania i analiz. Krzysztof Paż, IBM Cognos Advisory Solution Architect, Business Analytics – CEE Central and Poland Technical Team Leader.
Prezentacja 6 14:30 – 15:00	IBM Cognos platformą narzędziową wspierającą proces budowy skonsolidowanych sprawozdań finansowych w grupach kapitałowych. Marek Kluzik, Dyr. ds. Controllingu, Katowicki Holding Węglowy S.A.; Radosław Pawliczek, starszy konsultant, Dział Konsolidacji, CONSORG.

SALA DON GIOVANNI

Panel 3	ROLA DYREKTORA IT
Prezentacja 1 11:40 – 11:55	Najważniejsze wnioski z globalnego badania opinii dyrektorów ds. informatyki – IBM CIO Study. Piotr Kociński, IBM GBS FSS Leader Poland.
Prezentacja 2 11:55 – 12:25	Business in turbulent times – how the CIO can make a difference to the business. Oliver Oursin, Business Intelligence and EMEA Presales Executive, IBM Business Analytics, IBM.
Prezentacja 3 12:25 – 12:55	Automatyczne decyzje kredytowe – siła szybkiego reagowania i optymalizacji kosztów. Roman Tyszkowski, Dyrektor Departamentu Architektury IT, ING Bank Śląski.
Prezentacja 4 13:30 – 14:00	Wdrożenie platformy raportowej IBM Cognos w Contact Center BRE Banku. Łukasz Opoka – Wicedyrektor ds. Rozwoju, Biuro Obsługi Telefonicznej; Marcin Rudnicki, Specjalista, Departament Sprzedaży i Obsługi w Kanałach Zdalnych; Maciej Dobrakowski, Specjalista ds. rozwoju systemów informatycznych, Departament Rozwoju Biznesu Bankowości Detalicznej; Tomasz Dutkowski, Kierownik Projektu, Departament Systemów Informacyjnych; BRE BANK.
Prezentacja 5 14:00 – 14:30	Wdrożenie systemu IBM Cognos Business Intelligence w GK ZELMER Marek Dull, Kierownik ds. Rozwoju Aplikacji w Zelmer S.A. Rzeszów; Tomasz M. Lewicki, Partner, Mineral Midrange S.A.
Prezentacja 6 14:30 – 15:00	Hurtownia Danych w firmie operującej na rynku FMCG – korzyści związane z realizacją projektu w obszarze sprzedaży w The Lorenz Bahlsen Snack-World Sp. z o.o. Marcin Spiliszewski, Specjalista ds. Analiz Sprzedaży, The Lorenz Bahlsen Snack-World Sp. z o.o.

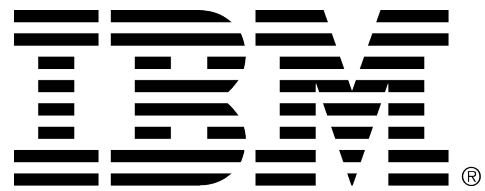
Partnerzy Konferencji



Patroni Medialni



BRIEF



Business Analytics Forum 2012

Inteligentne analizy. Inteligentne wyniki.



7 listopada, Warszawa

Hotel InterContinental, ul. Emilii Plater 49

Business Analytics Forum 2012

Anna Sieńko, Dyrektor Generalny IBM Polska i Kraje Bałtyckie



**W ciągu dwóch dni stworzymy
obecnie tyle informacji, ile cała
ludzkość stworzyła od początku
istnienia do roku 2003.**

**90% dostępnych danych
powstało w ciągu 2 ostatnich lat.**

Za eksplozją danych stoją w dużej mierze media społecznościowe

Facebook ma obecnie **ponad miliard użytkowników**, a przeciętny użytkownik publikuje miesięcznie 90 wpisów.

Zarejestrowani użytkownicy Twittera wysyłają około **140 milionów** wpisów dziennie.

Użytkownicy portalu YouTube – a jest ich **800 milionów** – publikują w ciągu 60 dni więcej treści wideo niż trzy duże amerykańskie stacje telewizyjne zdołały stworzyć w ciągu 60 lat.

Marzec 2012

po 244 latach i 7 milionach sprzedanych kompletów, Britannica ogłasza, że przestaje być wydawana w formie książek i przenosi się do Internetu.

od stycznia 2013:

Newsweek w USA przestanie być wydawany na papierze.

IBM Netezza - analiza nastrojów wokół Euro 2012 w social media

- Dane z serwisów mikroblogowych
- Ok. 13 mln komentarzy
- Publikowane od 8 czerwca do 8 lipca 2012
- Selekcja komentarzy dotyczących:
 - krajów-gospodarzy Euro 2012
 - miast-gospodarzy Euro 2012 (+ Kraków)
 - rozgrywek Euro 2012
- Bardzo krótkie teksty
- Oszczędny styl
- Język potoczny
- Naruszanie zasad ortografii i gramatyki
- Duże zaszumienie (komentarze powielane, cytaty z serwisów informacyjnych, reklamy)
- Niewielka przydatność typowych zaawansowanych algorytmów przetwarzania języka naturalnego



Firmy, które inwestują w analitykę zyskują przewagę konkurencyjną na rynku:

przychody wyższe o

33%

12

razy większe wzrosty
zysków

zwrot z inwestycji
większy o

32%

Źródło: IBM Break Away With Business Analytics and Optimization Study 2010

Skuteczna analiza danych to:

50%

więcej szybkich i trafnych diagnoz
lekarskich

35%

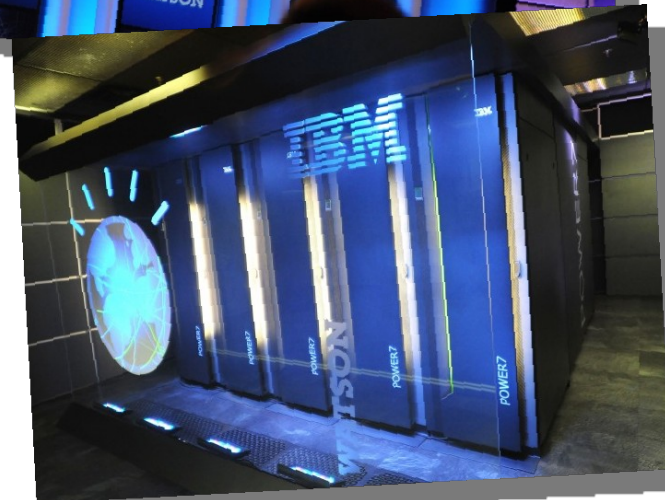
mniej błędów

Źródło: IBM Break Away With Business Analytics and Optimization Study 2010

Przyszłość analityki

IBM Watson

- styczeń 2011 - system, który pokonał ludzi **w teleturnieju**
- marzec 2011 - rozpoczynają się prace nad wykorzystaniem Watsona **w medycynie** do stawiania dokładnych diagnoz medycznych
- 2012 - **Watson na Wall Street**
 - pierwszy klient - Citigroup
 - analiza zachowań klientów przy wykorzystaniu zdolności do rozumienia natury ludzkiego języka
 - analiza ryzyka finansowego na bazie nieustrukturalizowanych danych



Narzędzia analityczne wspierają najważniejsze linie biznesowe



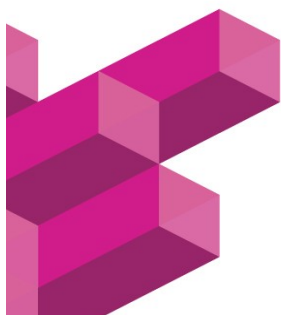
68% CEOs w CEE chce lepiej rozumieć indywidualne potrzeby klientów w najbliższych 3-5 latach.

Źródło: IBM CMO Study 2012



78% polskich CIOs wierzy, że inwestycja w analitykę zwiększy konkurencyjność ich firm.

Źródło: IBM CIO Study 2011



82% CFOs w CEE przyznaje, że potrzeba podejmowania szybkich decyzji będzie ich największym wyzwaniem w najbliższych 3-5 latach.

Źródło: IBM CFO Study 2010



77% polskich CMOs przyznaje, że nie są gotowi na lawinowy przyrost ilości danych.

Źródło: IBM CMO Study 2011

