

Statt Bauchgefühl und falscher Datenquellen

Big Data verändert Entscheidungsprozesse

Es ist davon auszugehen, dass heute die Hälfte aller strategischen Entscheidungen in der Hotellerie zumindest zweifelhaft, wenn nicht sogar falsch ist. Die Entscheidungen werden vom Management natürlich in gutem Glauben getroffen, allerdings basierend auf fehlerhaften Interpretationen der vorhandenen Daten oder falschen Datenquellen. Zudem beeinflussen das subjektive Bauchgefühl oder die langjährigen individuellen Erfahrungen die Entscheidungsprozesse häufig gravierend.

Der Nutzen, der einem Unternehmen entstehen kann, wenn es in der Lage ist, Big Data in der Marktforschung beziehungsweise in der Entscheidungsfindung zu nutzen, ist mannigfaltig: Ob nun im Bereich der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen oder der Verbesserung bestehender, im Bereich des Beschwerdemanagements oder bei Investitionsentscheidungen – vieles kann durch Big Data nicht nur verbessert, sondern grundlegend verändert werden. Es lässt sich postulieren, dass es zukünftig zwei Arten von Managern geben wird, solche, die glauben, zu wissen, was richtig ist, und andere, die es auch tatsächlich tun!

Nur die Berücksichtigung diverser Daten wie Vorname, Nachname, E-Mail-Adressen, Postadressen, Facebook und noch vieles mehr ermöglichen am Ende die Erstellung eines zentralen Gastprofils. Das Herzstück von Big Data ist natürlich die zentrale Datenbank, aber die dort vorhandenen Daten sind nutzlos, wenn kein intelligentes Daten-Qualitäts-Management vorgeschaltet ist. DQM ist somit einer der zentralen Erfolgsfaktoren für Big Data.

Big Data bringen Managern und Investoren den großen Vorteil, dass Gelder bedeutend zielgerichteter und mit geringerer Fehlerwahrscheinlichkeit verwendet werden können. Big Data bedeuteten also im Bereich der Managemententscheidungen eine Minimierung des Risikos. Da gerade strategische Entscheidungen nicht selten ein hohes finanzielles Engagement und Risiko bedeuten, kann der ROI vieler Big-Data-Investments schon durch die Korrektur einer einzigen falschen Entscheidung mehrfach gerechtfertigt sein.

Je größer die zu Grunde liegende Datenbasis, desto höher ist die Qualität und Aussagekraft der darauf basierenden Analysen. Eine Studie aus dem Jahr 2013 besagt, dass jeder dritte Manager Entscheidungen trifft, ohne die hierfür notwendigen Informationen vorliegen zu haben. Aus heutiger Sicht, mit dem Big-Data-Ansatz in Hintergrund, kann noch von einer bedeutend höheren Zahl ausgegangen werden, schließlich ist kaum ein Hotel-

unternehmen bereits umfassend in dem Bereich aufgestellt. Man muss kein Hellseher sein, dass Unternehmen, die sich Big Data verschließen, in naher Zukunft negative Risikobewertungen erhalten werden. Big Data abzulehnen, ist quasi fast schon eine fahrlässige Art der Unternehmensführung.

Wissen richtig nutzen

Schon heute stehen unglaublich viele Detailinformationen in einem extrem hohen Qualitätsgrad zur Verfügung. Das aus den zur Verfügung stehenden Informationen resultierende Wissen kann mit dem richtigen Management Unglaubliches erreichen. Frei nach Einstein: „God is not guessing“

Big-Data-Management-Entscheidungen können gut mit dem „OODA-Loop“ beschrieben werden. Der Begriff entstammt dem Militär und steht für Observe-Orient-Decide-Act. Das Konzept ist simpel und zielführend zugleich: Manager sollten erst die vorhandenen Datenquellen beobachten beziehungsweise identifizieren. Darauf bauen die Analysen und Reports auf, die als Orientierungshilfe dienen. Basierend hierauf werden dann die vermeintlich richtigen Entscheidungen getroffen, die im Folgenden umgesetzt werden sollen. Dieser auf einer komplexen Datenstruktur getriebene Entscheidungsfindungsprozess minimiert das Risiko vor Fehlentscheidungen signifikant. |

AUTOR



DIPL.-BETRIEBSWIRT (FH)

DR. MICHAEL TOEDT

ist geschäftsführender

Gesellschafter von Toedt,

Dr. Selk & Coll. GmbH. Neben

seiner Tätigkeit bei TS&C ist Michael Toedt Lehrbeauftragter an der Hochschule München zum Thema „Customer Relationship Management in der Hotellerie“ und liest als Gastdozent an diversen Universitäten und Hochschulen, wie etwa an der Hochschule Kempten oder München.

www.ts-and-c.com

Rutsch Probleme selber lösen ...
Tel. 041 01 - 31061 www.supergrip.de

SUPERGRIP
ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG

