

Siebel Analytics 7 biedt uitgebreide analysefunctionaliteit

Een web based ROLAP-oplossing voor CRM

Paul van der Linden

Marktonderzoeker IDC verwacht dat in de periode 2002-2007 de markt voor analytische CRM-software zal groeien van \$794 miljoen in 2002 tot \$1.456 miljoen eind 2007. Hiermee zou de jaarlijkse geaccumuleerde groei uitkomen op 12,9 procent. En dat is goed nieuws in een CRM-markt die voor wat betreft het operationele deel is ingezakt.

Ook met Siebel Systems, het geestelijke kindje van de van Oracle afkomstige Tom Siebel, gaat het in deze tijden niet meer zo florisant als een aantal jaren geleden. Dat is op zich niet zo verrassend, aangezien de IT-sector een aardige veer heeft moeten laten en slechts in slakkentempo weer op gang komt. Als marktleider in het segment dat met Customer Relationship Management of kortweg CRM wordt aangeduid, is het in zo'n situatie natuurlijk extra moeilijk om op kop te blijven.

Eén van de gouden grepen van Siebel is dat ze vanaf het begin CRM als een ondernemingsbreed begrip hebben gepositioneerd. Niettegenstaande hun achtergrond in SFA (Sales Force

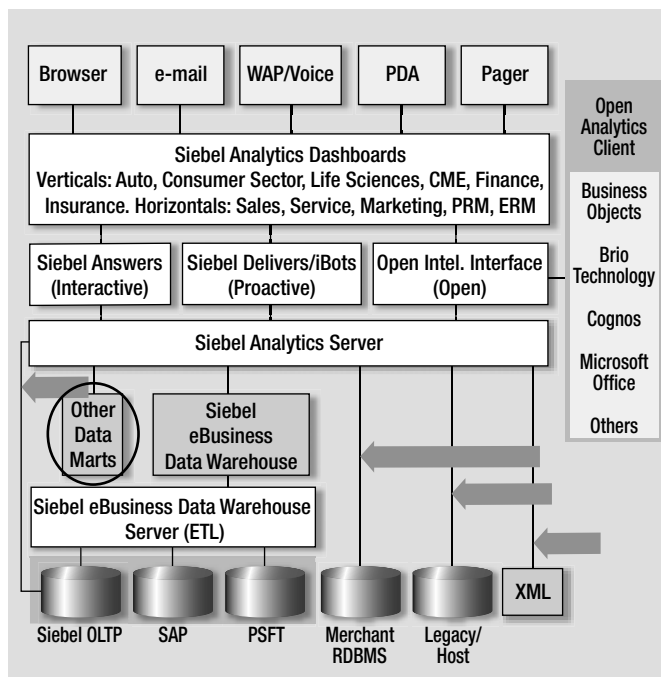
Automation) heeft Siebel niet de vergissing gemaakt om het kunstje dat men toevallig onder de knie had te verwarren met de hele oplossing. Vandaar ook dat voor andere af te dekken stukken zoals analyse dankbaar gebruik is gemaakt van software die door derden is vervaardigd. Het analysedeel werd in eerste instantie dan ook ingevuld door gebruik te maken van BusinessObjects. Voor rapportage werd gebruik gemaakt van Actuate, dat als Siebel Reports werd gepositioneerd. Twee jaar geleden echter heeft Siebel nQuire overgenomen, een analytisch product dat op dat moment zo'n drie jaar in de markt opereerde. Op basis van deze overgenomen software is inmiddels Siebel Analytics geboetseerd.

Siebel Analytics 7

Onder de naam Siebel Analytics 7 presenteert Siebel nu een uitgebreide analysefunctionaliteit. In eerste instantie gericht op de eigen operationele software, maar daarnaast ook goed te gebruiken in combinatie met andere operationele bronnen. Kort gezegd bestaat Analytics 7 uit de volgende componenten:

- Siebel Analytics Web (SAW). Dit is een web based front-end tool die fysiek op een aparte server geïnstalleerd kan worden. SAW bestaat uit Answers, Dashboards, Delivers en Admin;
- Siebel Analytics Query Server (SAQS). Dit is de applicatie-server. De metadata (repository) bevat de vertaling van de technische database-structuur naar het business-model;
- Siebel Analytics Scheduler Server (SASS). Deze scheduler kan op een aparte server geïnstalleerd worden en zorgt voor het periodiek of eventdriven uitvoeren van gedefinieerde taken;
- Siebel Analytics Data Warehouse Model (SADWH). Dit is geen software, maar een datamodel dat geïmplementeerd kan worden in Oracle, MS SQL Server of IBM DB2;
- Siebel Analytics ETL Server (SAETL). Dit wordt gevormd door Informatica PowerCenter danwel PowerMart (OEM-licentie).

Siebel Analytics bevat een voorgedefinieerd datamodel, bestaande uit zo'n tien sterren. Hiermee worden twintig subject-areas afgedekt. Het datamodel kan worden geïmplementeerd met behulp van een Oracle, SQL Server of DB2 database. Organisaties die ook Siebel CRM gebruiken hebben het voordeel dat de mapping van deze tabellen naar Analytics wordt meegeleverd. Dit betekent een stukje meerwerk indien Analytics wordt gecombineerd met andere bronsystemen. Overigens wordt dit ETL-stuk zoals gezegd ingevuld door PowerMart van Informatica.



Afbeelding 1: Overzicht applicatie-architectuur.

Een ander voordeel van de combinatie Siebel CRM/Siebel Analytics bestaat uit de single sign-on. Gebruikers hebben genoeg aan 1 user name en password om toegang te krijgen tot beide omgevingen. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van een eventueel aanwezige LDAP-directory.

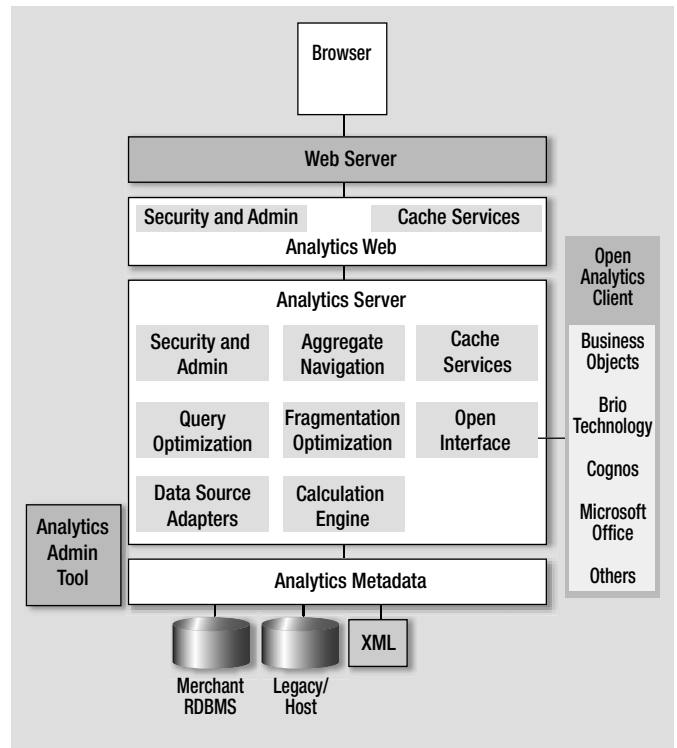
Boven op de ETL- en database-laag bevinden zich de analyse-mogelijkheden. Siebel Analytics is een volledig web based product. Slechts een web browser is nodig om in te kunnen prikken op de Analytics server (en voldoende autorisatie, uiteraard). Deze server is een ROLAP-engine die data kan benaderen die opgesloten ligt in de bekende relationele databases dan wel in een multidimensionele database zoals MS Analysis Services zijn vastgelegd. Op de clientmachine staat geen Analysis software (zero footprint). Hier blijkt dat Siebel zich zoals zoveel andere leveranciers heeft laten meeslepen door de waan van de dag. De stelling dat je overal aan het internet kan inloggen gaat namelijk niet op. Vandaar dat organisaties vervolgens gaan vragen naar disconnected use. Immers, in een auto op weg naar een vergadering en in de meeste vliegtuigen is het nog steeds niet mogelijk of toegestaan om je laptop aan het internet te hangen. En met name in het geval van analyses komen dit soort situaties toch frequent voor. Siebel geeft dan ook aan dat zo'n disconnected versie er binnenkort aankomt (versie 7.7). Voorlopig is het wel al mogelijk om zogenaamde (statische) briefing books mee te nemen. Dit zijn rapporten waarin de betreffende data aanwezig is en die naar een laptop kunnen worden gedownload.

De Analytics Metadata kan worden vergeleken met een BO Universe en bestaat uit drie lagen

Vanaf versie 7.7 (verwachte beschikbaarheid einde van dit jaar) is het mogelijk om te werken conform de Siebel CRM Remote Architecture. Dat komt er concreet gezegd op neer dat op de client-machine zowel een lokale relationele database staat, als een afgeslankte versie van Siebel Analytics, aangevuld met een webengine. De database die wordt gebruikt is SQL Anywhere (het vroegere Watcom). Wie wil doorwerken in een situatie dat een internetaansluiting niet voor handen is heeft te maken met een 'zero footprint' client die zwaarder beladen is dan een normale full client.

Architectuur

Het hart van de oplossing bestaat uit de Query Server. Officieel heet deze Siebel Analytics Query server (SAQS). Hier wordt de security en de administratie geregeld. De Analytics Metadata kan worden vergeleken met een BO Universe en bestaat uit drie



Afbeelding 2: Onderdelen van de Siebel Analytics server.

lagen. Er is sprake van een zelf ontwikkelde scheduler. Deze scheduler (SASS) is een aparte software-component die bij voorkeur op een aparte server geïnstalleerd wordt.

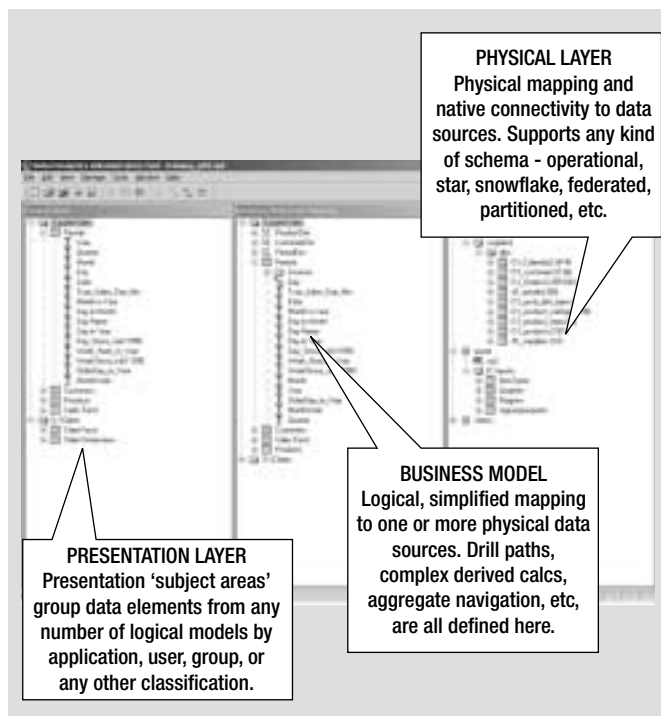
Op de ETL-server zijn Siebel OLTP, SAP en Peoplesoft aangesloten, hetgeen betekent dat de mapping tussen deze bronnen en het Siebel Data Warehouse reeds aanwezig is. De Siebel Analytics Server is een applicatieserver die data haalt uit het DWH of uit (andere) datamarts of andere gegevensbronnen (niet noodzakelijk een datamart). Overigens is het ook mogelijk om rechtstreeks te laten inprikken op overige bronnen. In dit geval wordt compleet voorbijgegaan aan de ETL-laag. Vanuit het oogpunt van de compleetheid van metadata is dit ongewenst. Deze feature is dan ook ontstaan vanuit de behoefte om snel toegang te geven tot bepaalde data. Voor iedere gegevensbron worden eerst metadata gevormd in de SAQS metadata. Metadata van diverse bronnen kunnen geïntegreerd worden om aldus een gedistribueerde query te genereren.

Overigens behoeft de aanduiding 'andere datamarts' (rood omcirkeld) nog nadere uitleg. Het Siebel Data Warehouse kan worden gebruikt als een echt datawarehouse. Dit betekent dat er voeding plaatsvindt vanuit operationele databronnen. Het is echter ook mogelijk om het Data Warehouse feitelijk in te zetten als datamart. In deze situatie wordt het gevuld vanuit een ander datawarehouse. Vervolgens kan het een van meerdere datamarts zijn, waarbij de SA Repository dient als bedrijfsbrede BI-repository. En tenslotte kan het Siebel Data Warehouse ook dienen als bron voor een corporate datawarehouse.

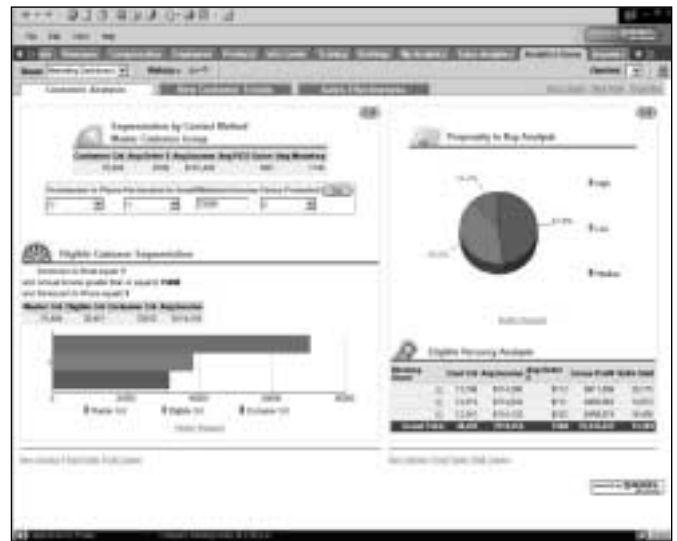
Boven op de Analytics Server kunnen twee toepassingslagen worden onderscheiden. Direct op de server staan Siebel Answers, Siebel Delivers/iBots en de Open Intelligence Interface. Siebel Answers is de manier om interactief de database te bevragen. Siebel Delivers laat door middel van iBots (kleine stukjes software) informatie naar verschillende gebruikers sturen. De Open Intelligence Interface ten slotte, maakt het voor overige applicaties mogelijk om ook in te prikken op de metadata en functionaliteit van de Analytics Server. Met name gaat het hier om Business Objects, Brio, Cognos en MS Office.

Er is gekozen om Analytics niet als een apart product te positioneren

Siebel Answers is het product waarmee ad hoc vragen kunnen worden gesteld. Uiteraard is eraan gedacht om resultaten te kunnen exporteren naar Excel. Dit kan zowel plat (alleen cijfers) als met behoud van de formattering. Het is niet mogelijk om deze gegevens automatisch in een Excel pivot tabel te krijgen, zoals bij Informatica PowerAnalyzer bijvoorbeeld wel mogelijk is. Een ander formaat om gegevens op te slaan, behalve Excel, is er overigens niet (het noemen waard: printen naar of bewaren als pdf is mogelijk vanaf 7.7). Gegeven de CRM-context is het niet verwonderlijk dat gegevens via e-mail, pager, pda en digitale telefoon verstuurd kunnen worden. Op deze toepassingslaag ligt Siebel Analytics Dashboard die bestaat uit een aantal horizontale en verticale toepassingen.



Afbeelding 3: Metadata Siebel Analytics.



Afbeelding 4: Voorbeeld rapportagescherm.

Vele smaken

Siebel Analytics wordt aangeboden voor diverse marktsegmenten en horizontale toepassingen. Zo is er een specifieke versie bedoeld voor de automobielindustrie, consumentensector, life sciences, communicatie, media, energiesector, financiële sector en de verzekeringsbranche. Daarnaast is er sprake van een Sales Analytics, Marketing Analytics, Service Analytics, Interactive Selling Suite Analytics, Partner Analytics en Executive Analytics. Kortom, voor elk wat wils. Elke toepassing biedt een aantal dashboards die specifiek gelden voor het betreffende segment en een vliegende mogelijk moeten maken.

Met Marketing Analytics kan een marketing campagne worden opgezet. De klantgegevens worden hiertoe uit een operationeel klantbestand betrokken. Het volgen van de campagne in termen van behaalde resultaten wordt getoond via Marketing Analytics. Marketingbegrippen als RFM (Recency, Frequency en Monetary Value) worden hierbij ook betrokken. Voor al deze aspecten geldt dat de klantwaarde wordt verduidelijkt met behulp van zelf te definiëren categorieën. Ook de besteding van elke marketing-Euro kan naar vele gezichtspunten worden getoond (campagne-type, klantattribuut, regio of RFM). De gegevens die hieraan ten grondslag liggen worden uit de aangehaakte databronnen gehaald.

Concurrentie en positionering

Siebel heeft ervoor gekozen om Analytics niet als een apart product te positioneren. Het sluit uiteraard goed aan op de CRM-producten uit eigen stal. Daarnaast is Siebel Analytics ook te combineren met de CRM-oplossingen van Oracle, PeopleSoft of SAP. Met name de combinatie van Siebel Analytics met SAP komt relatief vaak voor. Volgens Siebel is dit het gevolg van het feit dat SAP SEM niets met relationele databases kan.

De concurrentie voor Siebel Analytics bestaat volgens eigen zeggen voornamelijk uit BO als het gaat om analyse en ontsluiting van data. Ook SAP, PeopleSoft en in mindere mate Oracle zijn concurrenten omdat zij ook gerichte CRM-oplossingen hebben. Kijkend naar een overzicht van IDC betreffende de wereldwijde CRM-omzet aangaande analytische applicaties, blijkt dat Siebel hier vorig jaar een marktaandeel had van 15,4 procent. Hiermee was zij in deze sector de grootste speler, nog voor SAS (11,6 procent) en een aantal bedrijven in de 5+ procent-range (SPSS, NetIQ en Epiphany). Overigens ontbreken de eerder genoemde Oracle, PeopleSoft en Cognos in dit overzicht. De post Overige is in totaal goed voor 41.4 procent.

In OLAP-land is echter MOLAP koning

Siebel Analytics wordt zowel stand-alone verkocht als geïntegreerd met Siebel (full stack). Daarnaast kun je kiezen tussen de zogenaamde standaard mode dan wel extended mode. Het eerste betekent dat je alleen Siebel als databron gebruikt. Het laatste dat je ook andere databronnen aansluit. Met bron wordt in deze context bedoeld: bron voor de Query server.

Over de prijsstelling wil Siebel niets zeggen. De prijs is servergebaseerd, maar hangt ook af van het aantal gebruikers en het gebruik wat ervan wordt gemaakt. Organisaties die in Siebel Analytics zijn geïnteresseerd zullen altijd de Analytics server nodig hebben. De rest van de software is à la carte.

Conclusie

Het is ook Siebel niet ontgaan dat Business Intelligence momenteel in de schijnwerpers staat. Dit in tegenstelling tot het gebied van CRM wat niet meer die groei kent waaraan men gewend is geraakt. De vele hardnekkige verhalen over CRM-projecten die niet de verwachte resultaten hebben opgeleverd hebben hierbij natuurlijk niet geholpen. Siebel 7 Analytics maakt net als eerdere versies gebruik van software van derden. Waar voorheen een beroep werd gedaan op de OLAP-vaardigheden van Business Objects en de rapportagemogelijkheden van Actuate is in de huidige versie uitgegaan van een eigen ontwikkeling (weliswaar gebaseerd op het eerder overgenomen nQuire). Voor het ETL-deel is wordt gebruik gemaakt van de software van Informatica.

Kijkend naar wat in de doos zit kan gerust geconstateerd worden dat die rijk gevuld is. Predefined datamodellen (in de vorm van een tiental stermodellen), mappings naar Siebel OLTP en specifieke analysesoftware voor zowel horizontale als verticale toepassingen zijn voor handen. Conform de marktontwikkelingen is Siebel 7 Analytics geheel web based. Dit levert een vervelende constructie als er toch zonder internetconnectie (disconnected) gewerkt moet worden. Maar dat is geen Siebel specifiek probleem,

Case: Akzo Nobel

Akzo Nobel gebruikt Siebel Analytics als een onderdeel van haar extranet RefinerySolutions.com. Dit extranet biedt klanten van Akzo Nobel (afnemers in de olie-industrie) een web based oplossing die continu toegang geeft tot laboratorium testdata. Het proces ziet er als volgt uit. Klanten sturen een raffinagemonster naar Akzo Nobel. Het laboratorium van Akzo Nobel verricht hier vervolgens analyse op. Via een portal-oplossing kunnen de betreffende klanten vervolgens inloggen om de resultaten te bekijken en verder te analyseren. Ook bestaat de mogelijkheid om te zien hoe zij presteren. Akzo Nobel stelt namelijk benchmark-gegevens via de portal ter beschikking waar bedrijven zich tegen kunnen meten. Op welke organisatie de cijfers betrekking hebben is overigens niet te zien zodat de anonimiteit van de klanten gewaarborgd is. Door web-analyse is Akzo Nobel in staat om te bepalen aan welke informatie haar klanten wel en niet behoefte hebben.

De reden dat Akzo Nobel heeft gekozen voor Siebel Analytics is drieledig. Op de eerste plaats beschikte Akzo Nobel al over Siebel Sales en Siebel eChannel. Integratie hiermee was een van de vereisten. Daarnaast speelde de databeveiliging en de geboden functionaliteit een rol. Single user administration, klantspecifieke settings en alerts alsmede op maat te snijden tabellen en grafieken zijn enkele aandachtspunten die hieronder vallen.

want alle leveranciers die te snel voor web based hebben gekozen zullen rare constructies moeten bedenken om organisaties op dit gebied tevreden te stellen.

Er zit in Analytics een aantal losse draadjes. Zo is momenteel alleen het Informaticadeel CWM-compliant. Voor de Query Server en Analytics Web moet dit nog geregeld worden. Vanuit de Analytics Server kan rechtstreeks naar verschillende databronnen gelinkt worden, waarmee de ETL- en metadata component omzeild kan worden. Technisch dus wel mogelijk, maar organisatorisch gezien niet altijd wenselijk.

Tenslotte moet bedacht worden dat SAQS niet beschikt over eigen data-opslag, maar de gewenste informatie on the fly uit een relationele dan wel multidimensionele bron trekt. Zelf noemt Siebel dit een ROLAP-oplossing. In OLAP-land is echter MOLAP koning. Slechts één leverancier (MicroStrategy) levert een ROLAP-oplossing. Siebel Analytics is objectief gezien een pure ROLAP oplossing. OLAP-kenners zoals Nigel Pendse zijn van mening dat MOLAP verreweg een betere oplossing vormt dan een ROLAP-oplossing. Aan Siebel om te bewijzen dat Pendse zich hiermee vergist.

Paul van der Linden (Paul.PFH.vanderLinden@AtosOrigin.com) is senior consultant Data Warehousing/BI bij Atos Origin.