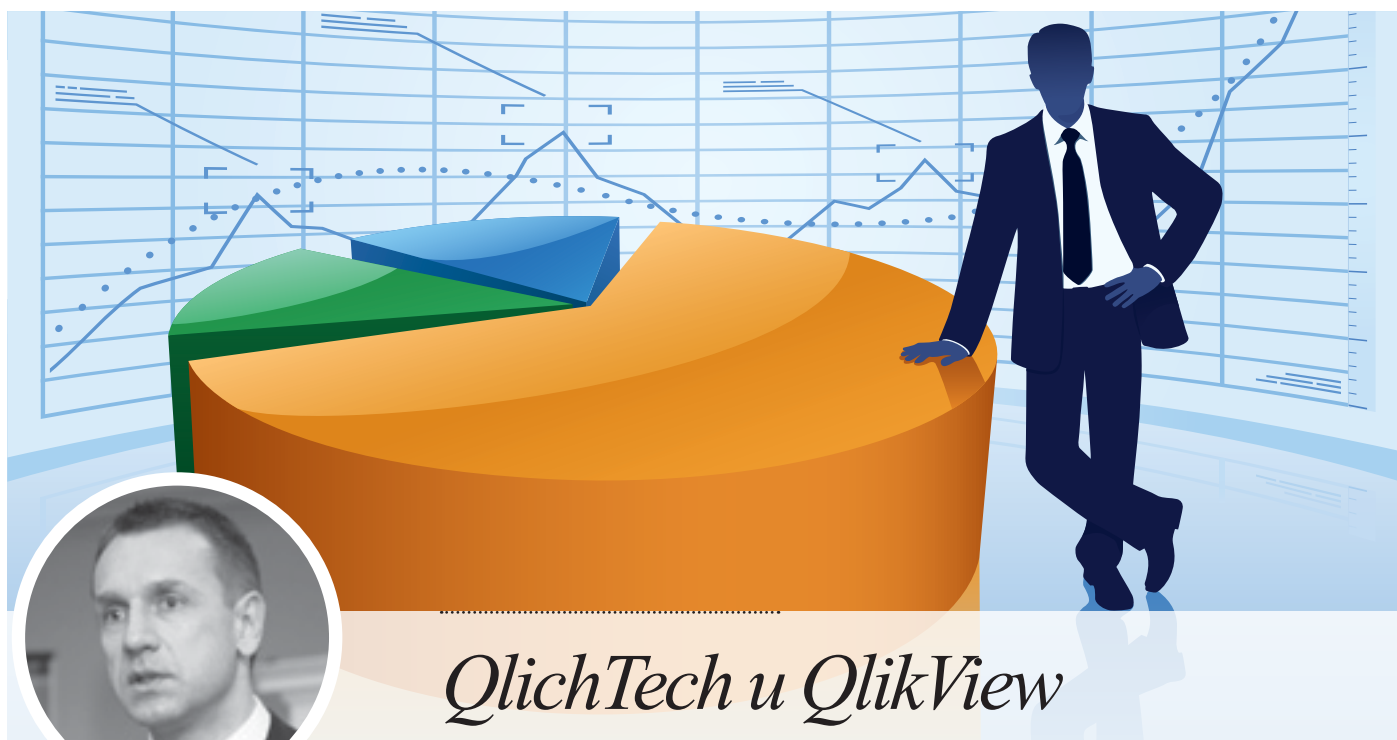




QlichTech и QlikView в России

Григорий Жуков

*QlikTech,
Россия*



*Я надеюсь, что
со временем
среди страховых
компаний мы будем
считаться приятным
оптимистичным
поставщиком.*

Андрей Педоренко

Сейчас будет презентация, которая, на мой взгляд, описывает тренд, который сейчас активно просматривается в страховых компаниях и вообще в финансовой области. Будет описываться реинкарнация вопросов, связанных с построением аналитических систем. Почему реинкарнация? Потому что, на мой взгляд, компания QlikTech взорвала рынок аналитических систем и на российском, и на европейском рынках. Эта компания предложила абсолютно другую схему построения аналитических систем, которые уже не обязательно должны быть построены на больших и тяжелых аналитических хранилищах. Я говорю об этом со знанием дела, потому что мы уже прошли длинный, но удачный путь с продуктом QlikView и видели его эффективность. Об этом мы сегодня будем говорить во второй части конференции за круглым столом. Сейчас же я хотел бы представить совместный доклад компании QlikTech и RBC Group. Компания RBC Group является одним из главных партнеров компании QlikTech на рынках восточной Европы. Пожалуйста, встречайте, Григорий Жуков, компания QlikTech.

Григорий Жуков

Добрый день уважаемые коллеги. Спасибо большое за такое приятное представление. Мне очень понравились слова Марии Вожеговой которые она сказала во время своей презентации. Она упомянула одного из поставщиков решений: «Он такой оптимистичный, с ним очень легко работать». Я надеюсь, что со временем и среди страховых компаний мы тоже будем считаться приятным оптимистичным поставщиком, с которым также будет приятно работать. Сегодня мы сделали наш первый серьезный шаг в индустрии страхования в России. Первый же свой шаг мы сделали на европейских и американских рынках уже давно, а в Россию мы пришли в 2009 году. Сегодня вы будете слышать название нашей компании QlikTech и нашего продукта QlikView несколько раз. Моя презентация является обзорной, в ней я расскажу - кто мы, что предлагаем и зачем пришли в Россию. Если речь идет об инвестициях в какие-то информационные технологии, вы должны быть уверены, что эти инвестиции защищены, что вендор относится к стране серьезно, что он никуда не денется, что рынок для него перспективен. Несколько слов о компании. Компания по факту американская, хотя основана была в Швеции.

*Наша технология
дает абсолютную
свободу в обращении с
данными, пользователь
не ограничен в
возможностях
манипулировать
данными, обрабатывать
информацию и
принимать какие-то
решения.*

В шутку говорим, что компания решила внести нотки оптимистичности даже в свою штаб-квартиру, ведь в Швеции и утром темно и вечером темно, а в Америке день длиннее. Однако, центр разработки и центр поддержки, до сих пор, находятся в Швеции в студенческом городке Лунт, где из 70 тыс. населения - 40 тыс. студентов разных университетов. Наши разработчики - это, конечно же, не студенты, это профессиональные программисты. Компания занимается единственным продуктом - QlikView. Это система бизнес-анализа. Мы умеем делать только ее, но умеем делать ее хорошо. Наверное, мы одна из немногих компаний, которые остались на рынке разработчиков BI систем вне зависимости от мировых вендоров. Все, наверное, знают тенденции в IT-сфере в 2007-2008 годах. Произошло очень много слияний и поглощений, например, SAP купил Business objects, IBM купил Cognos, HP купил Vertica и так далее. Таких разработчиков как QlikTech осталось не очень много. Почему нас не купили? Наверное, потому, что мы до недавнего времени были частной компанией. На IPO мы вышли на NASDAQ чуть больше года назад - в июле 2010 года со стоимостью акций 10\$. По состоянию на сегодняшнее утро акции стоят уже 30,58\$, я специально проверил. О чем это говорит? Это говорит о том, что инвесторы верят в то, что мы делаем, они верят в то, что наше решение и наши технологии востребованы на рынке. Соответственно, это придает нам дополнительной уверенности, и мы надеемся, что это придает уверенности и тем заказчикам и партнерам, с которыми мы работаем.

В чем уникальность системы QlikView? Поскольку здесь IT-форум, я расскажу более подробно об этих моментах. Это, в первую очередь, система In-memory Processing, то есть система обработки информации в оперативной памяти. Мы были пионерами в этой области. Первая версия нашего продукта вышла еще в 1994 году и уже тогда это была технология In-memory Processing. Теперь уже все знают, что мега-вендоры сейчас заявляют о том, что у них тоже есть эта технология. Хочу заметить, что 11 ноября 2011 года компания QlikTech выпустила уже 11-ю версию продукта QlikView. Предыдущая, 10-я версия вышла 10 октября 2010 года, а 12 декабря 2012 года должна выйти 12-я версия продукта. Складывается хорошая традиция. Правда, в 2013 году 13-го месяца уже не будет, поэтому, наверное, ее назовут как-то по-другому, но она обязательно будет. Если говорить про технологии обработки

информации в оперативной памяти, то мы опережаем наших ближайших конкурентов, наверное, версий на 9-10, а это серьезное преимущество. Однако надо признать, что In-memory Processing уже не «фишка». Скорость выполнения вычислений и объемы данных растут даже в небольших организациях. Кстати, компания Gartner в своих аналитических отчетах, еще в 2006 году говорила, что к 2013 году 70% всех BI-систем будут работать именно по такой технологии. Сегодня мы видим, что их прогноз постепенно сбывается.

Второй особенностью QlikView, которую никто из наших конкурентов пока не повторил, а, возможно, и не сможет повторить, это ассоциативная модель данных. Технологии OLAP-кубов к продукту QlikView никоим образом не применимы. С точки зрения пользователя наша технология дает абсолютную свободу в обращении с данными, пользователь не ограничен в возможностях манипулировать данными, обрабатывать информацию и принимать какие-то решения.

Третья особенность - интуитивно понятный пользовательский интерфейс. Я всегда говорю - для того чтобы на уровне пользователя освоить наш продукт нужно уметь делать всего две вещи - нужно уметь пользоваться мышкой и различать три цвета, зеленый, серый и белый. И это действительно так. Замечу, что эти цвета были выбраны не просто так. Это западный подход к социальной ответственности бизнеса. Оказывается, по статистике 10% населения Земли это дальтоники. Дальтоники эти три цвета различают. Именно поэтому основными цветами пользовательского интерфейса QlikView были выбраны эти три цвета.

Немного поясню, что такое ассоциативная модель данных. Наверное, все знают, что такое кубы, что такое иерархия. Но человеческий мозг не мыслит по иерархиям. У него другой алгоритм мышления. Приведу пример. Сейчас, находясь в этом зале, я не думаю, что нахожусь на территории Российской Федерации, в Центральном Федеральном округе, в городе Москва, в северо-западном округе на улице Суэцкий вал. Я просто знаю, что нахожусь в гостинице HolidayInn на Суэцком валу в городе Москва. Так же организована и ассоциативная модель QlikView. Она максимально приближена по своей сути к тому, как работает человеческий мозг. Любый кусочек информации в любой момент связан с остальным набором информации, которое имеет к этой информации отноше-

Вы можете начать работу с данными с любого места, свернуть в любую сторону, найти какую-то аномалию, уйти в совершенно другое направление, о котором вы даже не думали.

ние. Может это очень сложно звучит, но это именно так. Вы можете начать работу с данными с любого места, свернуть в любую сторону, найти какую-то аномалию, уйти в совершенно другое направление, о котором вы даже не думали. Система вас в этом никоим образом не ограничит. Это то, чем мы гордимся, и основное преимущество, как я сказал, которое никто в ближайшее время не повторит.

На представленном слайде (рис. 1), может не очень скромно, но мы поставили себя в один ряд с такими компаниями как Salesforce, Apple, Google. Что объединяет все эти компании? Все эти компании устанавливают новые правила. У всех этих компаний растет не только оборот, но и количество заказчиков. Компания QlikTech росла и в кризисные 2008-2010 годы. В среднем рост был на уровне 80% в год. Хочу заметить, что такие гиганты как SAP и Microsoft в это время, в лучшем случае, оставались на месте. Некоторые компании сокращали рабочие места и теряли выручку. У нас все не так. Спросите почему? Отвечу примером. Кто проходил обучение по работе с Google? Вопрос звучит на самом деле странно. Сегодня существует тенденция, что в мир промышленных информационных технологий все сильнее притягивает то, что называется «бытовыми информационными технологиями». В мире IT уже давно зреет конфликт между тем, с чем люди работают дома на домашнем компьютере и тем, с чем они работают на своих рабочих местах в офисах. Когда человек приходит домой и включает свой компьютер, он видит высоко эффективные гибкие приложения, обладающие

функциями Plug and Play. Оказавшись на работе, человек сталкивается с приложениями уже другого класса. Эти системы не являются гибкими, они жестко регламентируют действия пользователя и требуют длительного времени на обучение. Естественно, возникает конфликт приложений. Лидеры в сегментах промышленных ИТ-решений это поняли и стали создавать промышленные технологии, близкие по своим потребительским качествам к бытовым. Salesforce.com в свое время доминировал на рынке CRM-систем и предложил внедрять облачные технологии. Технология для пользователя очень проста, нужен только браузер, с помощью которого можно подключиться к нужному ресурсу, скачать то, что необходимо и сразу приступить к работе. Это очень просто. Так же просто пользователю работать и с QlikView. С точки зрения BI, этот продукт очень простой, но это не означает, что он примитивный. Система мощная и для того, чтобы она стала простой для пользователя в ее разработку было вложено очень много инженерного труда и труда разработчиков. Чтобы мои слова не были голословными, представляю вам выдержку из аналитического отчета компании Gartner, в которой показывается график, у которого по горизонтальной оси указывается функциональность продукта, а по вертикальной оси простота его использования. Вы видите (рис. 2), где находится компания QlikTech, и где наши основные конкуренты. Поэтому мое утверждение о том, что на обучение пользователя уходит всего лишь 5 минут, в целом, соответствует действительности.

Рисунок 1.

QlikTech – представление компании

QlikView – проекты в страховых компаниях

Григорий Жуков

QlikView

Company	Metric 1	Metric 2
Salesforce.com	43% ↑ Revenue increase	60% ↑ Profit increase
Apple	Record sales & profit	88% ↑ iPhone sales
Google	31% ↑ Revenue increase	90% ↑ Or all search growth
QlikView	50% ↑ Revenue increase	45% ↑ Increase in customer count

Что объединяет эти компании ?

...они устанавливают новые правила



фото: © Alaris / www.halterstock.com

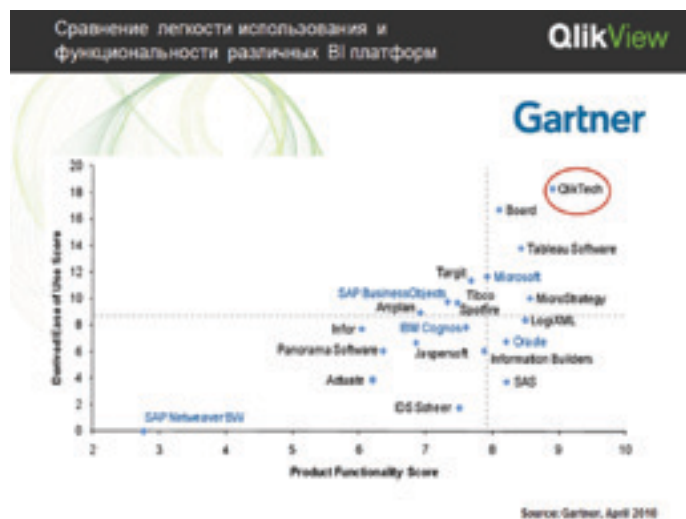
*Скорость выполнения
вычислений и объемы
данных растут даже в
небольшых организациях.*

Не знаю как в России, но в Европе иногда отчеты разных независимых аналитиков сильно влияют на принятия решений, потому что речь идет об инвестициях (рис. 3). Люди, которые принимают решение, они несут ответственность за правильность выбора поставщика и партнера. Для того чтобы попасть в правый верхний квадрат нужно действительно соответствовать строгим требованиям. Отчеты аналитиков компании Gartner пользуются большим уважением и спросом, потому что компания проводит серьезную работу, для каждого вывода она опрашивает минимум 300 заказчиков, задает им очень жесткие во-

просы по уровню удовлетворенности тем или иным продуктом. Поэтому мы очень гордимся тем, что компания QlikTech находится в квадрате лидеров. Стремительный рост клиентской базы нашей компании начался с 2004 года. Вы можете резонно спросить, почему компания существует с 1994 года, а рост клиентской базы начался только с 2004? Ответ очень простой, технологии «QlikView», заложенные в систему, опередили свое время. Взрывной рост клиентской базы произошел в 2004 году, потому что именно в этот год появились 64-битные операционные системы. Вычислительные мощности сер-

Рисунок 2.

Рисунок 3.



веров резко возросли, появились много-ядерные процессорные системы, и резко подешевела оперативная память. Совокупность этих факторов создала предпосылки для взрывного роста технологий In-memory Processing. И компания QlikTech начала стремительно набирать количество клиентов.

Рисунок 4 иллюстрирует концепцию нашего продукта. Все знают, что BI система в IT-ландшафте и в IT-архитектуре организации обычно находится на самой вершине. Она собирает данные из различных учетных систем, из хранилищ данных и из каких-то специализированных для конкретной области систем. Дальше эти данные обрабатываются и представляются пользователю в удобном наглядном виде. На рисунке слева описывается классический подход, когда есть источники данных, от которых никуда не денешься, есть слой ETL (Extract, Transform, Load) через который пропускаются все данные из источников. Дальше обработанные данные укладываются в какое-то хранилище, на основе которого строятся витрины данных с требуемыми уровнями представления. Какой выбор есть у потенциального заказчика, то есть у компании, которой нужна BI-система? Можно пойти к мега-вендору, у которого есть все. В этом подходе есть свои преимущества - один поставщик, один контракт, меньше сложностей с интеграцией. Хотя это вопрос очень щекотливый, потому что у мега-вендоров эти продукты, как правило, не свои, а приобретенные на стороне, о чем я уже говорил в своем докладе ранее. Поэтому говорить про сильно упрощенную интеграцию до

сих пор не приходится. Тем не менее, этот подход основывается на упрощении интеграции систем.

Существует второй подход, так называемый «Best of the fit» - «Лучший в своем классе». Здесь за основу берется все самое лучшее - ETL взяли у одного, хранилище у другого, DashBoards и кубы данных у третьего. В этом подходе тоже есть свои преимущества (каждый уровень будет представлен лучшим решением на рынке) и свои сложности (разные поставщики, разные контракты, сложности с интеграцией).

С QlikView же все обстоит достаточно просто. У нас есть один продукт, наш прейскурант это один лист формата A4. Однако в рамках этого продукта есть все. Есть технология интеграции данных из разных источников, есть запатентованная технология компрессии (сжатия) данных, которая позволяет работать с большими объемами данных в оперативной памяти. Наша технология сжатия данных несколько похожа на технологию, использующуюся в СУБД с колоночным хранением. Уровень компрессии очень серьезный и иногда достигает 90% от первичных объемов данных. Кроме технологии сжатия для работы с очень большими объемами данных у нас есть варианты проектных решений, о которых расскажет мой коллега Антон Порецков в своем выступлении. В рамках одного и того же продукта (QlikView) мы предоставляем информацию потребителю в нужном для него виде.

Типовые потребители аналитической информации в организации делят представление информации на три категории. Первая категория представления - это

Рисунок 5.



разнообразные информационные панели (DashBoards). Ими пользуются в основном руководители и топ менеджеры, которым нужна информация в компактном, наглядном графическом виде. Это разнообразные спидометры и тахометры. В идеале для них нужны вообще 2 кнопки: зеленая, которая показывает, что все хорошо и красная, которая говорит что все плохо. Руководители обычно люди занятые, часто находятся вне офиса, поэтому они выдвигают требования о том, что вся аналитическая информация должна быть доступна через мобильные устройства (iPod, iPhone, на Android-устройствах), чтобы постоянно держать руку на пульсе.

Вторая категория - это так называемая Ad-hoc аналитика, то есть аналитика по запросу. В таких задачах пользователю нужно каждый раз смотреть на данные под новым углом, в новом разрезе. Анализировать информацию таким способом может не только человек, у которого в названии должности написано «аналитик». Это может быть человек с любого бизнес-направления - директор по продажам, финансовый директор, директор по персоналу и так далее. Это может быть любая роль в организации, на которой человеку нужно проанализировать какой-то набор данных и на основании его принять какое-то решение. В этом случае может быть востребована система BI, и эта система должна быть проста для потребителя, потому что компания не будет инвестировать в обучение десятков сотрудников работе с BI системой.

Более того, мы идем еще дальше и предлагаем использовать технологию так называемой «социальной аналитики», в которой к принятию решений привлекается «коллективный разум» организации. Для иллюстрации этой технологии я обычно привожу следующий пример. Допустим, вы выбираете какой-то ресторан или отель, чтобы поехать в отпуск. Существует огромное количество поисковых систем, помогающих сделать вам выбор. Вы вводите необходимые параметры и получаете огромный список вариантов, в которых указаны «звездность» отеля, меню, средний чек в ресторане, расстояние от аэропорта, описание инфраструктуры и так далее. Посмотрев на предложенный список вариантов, вы сможете принять решение? Наверное, нет. Что вы сделаете следующим шагом для выбора конкретного варианта? Скорее всего, спросите друзей

или пойдете в блоги читать комментарии тех, кто был в конкретной гостинице, тех, кто ел в этом ресторане, посмотрите общее количество положительных и отрицательных отзывов. Если среди авторов комментариев есть какой-нибудь авторитетный блогер или человек, которого вы знаете, вы, наверняка, ему напишете или позвоните. И только после того, как вы с ним виртуально или реально посоветовались, вы примете решение. А теперь вопрос, почему в бизнесе должно быть иначе? Наверное, не должно, потому что каждый человек является носителем каких-то уникальных знаний и опыта. Это опыт разных компаний, люди приходят из разных мест. Кто-то силен в одной области, кто-то - в другой. При принятии решений нужно подключать коллективный разум. Технологии, которые мы предлагаем, позволяют совместно работать над информацией. У пользователей есть доступ к ней через всевозможные мобильные устройства, они могут проводить совместные сессии, когда два человека работают с одним и тем же приложением, в реальном времени обмениваются мнениями и многое другое.

Третья категория представления аналитической информации - это фиксированная отчетность. На сегодняшний день еще никто не ушел от регулярной внутренней и внешней отчетности. Любая BI-система должна уметь это делать, соответственно мы тоже это умеем. Возвращаясь к простоте решения QlikView, приведу еще один отчет Gartner о совокупной стоимости владения BI-системы.

Рисунок 5. Первая колонка - это, так называемый, «мега-вендор», четвертая - это «самодостаточные» BI-поставщики, к которым относится компания QlikTech. Что означают эти цифры? В первой строке указываются размеры первоначальных инвестиций. Для технологий «мега-вендеров» первоначальные инвестиции в расчете на одно рабочее место составляют 433\$ (по состоянию на апрель 2010 года), а для технологии QlikView примерно 220\$. Совокупная стоимость владения за 5 лет составляет 855\$ и 522\$, соответственно. Информация такого рода важна для акционеров, которые положительно оценивают прозрачность расходов. Используя эти цифры можно более точно рассчитать экономический эффект от проекта и удовлетворенность заказчика. Всегда возникает вопрос: «Как вы считаете?». Отвечаю - не мы считаем,

считают наши заказчики. Каждый заказчик знает: какова была цель проекта, ради чего он затевался и знает начальные условия проекта. Задачи могли быть разными: компания не зарабатывала или теряла деньги, или не могла понять, где она зарабатывает или теряет. Очень большое значение имеет понимание со стороны заказчика того, что на самом деле ему нужно. Успешность проекта зависит не только от качества продукта, но и от отраслевой экспертизы, от понимания рынка исполнителем. Поэтому мы надеемся, что сотрудничество и партнерство с компанией Витасофт, которая понимает потребности страхового рынка, даст нужные результаты. Все результаты должны быть измеримы, где-то в деньгах, где-то во времени, где-то они еще в чем-то. На западных рынках системой QlikView пользуются многие представители страхового рынка, это и страховые компании, работающие в разных сегментах и страховые брокеры. В моих презентациях есть описания задач, их решения и результаты. О примере использования QlikView на страховом рынке России расскажет Евгений Гришина. В компании «АльфаСтрахование» система работает не первый год. Евгения расскажет, почему была выбрана эта платформа, как проходил проект внедрения, и какие результаты были достигнуты в компании.

В завершение хочу сказать, что у меня нет цели, на этой конференции продавать нашу систему, наши продукты. Моя цель - решать ваши задачи. Для того, чтобы эти задачи решались успешно, нужны три составляющие:

- ♦ мощный и гибкий инструмент;
- ♦ отраслевая экспертиза;
- ♦ возможность сослаться на конкретный мировой опыт, чтобы подчеркнуть из него лучшие практики.

Спасибо большое.

