

Michael Saylor, oprichter en CEO: "Wij onderscheiden ons in reikwijdte"

"Eén beeld van de waarheid" met MicroStrategy 7i

Paul van der Linden

Michael Saylor, ceo van MicroStrategy, was op 13 maart jongstleden in Nederland voor de introductie van MicroStrategy 7i, de laatste versie van de business intelligence-productset. Het kan opmerkelijk worden genoemd dat Saylor, die in 1989 MicroStrategy oprichtte, nog steeds verbonden is aan de onderneming. Dat geeft stabiliteit. Desondanks en ondanks een indrukwekkende reeks van innovatieve prestaties gaat het deze leverancier op dit moment niet voor de wind. Maar de cijfers overtreffen al anderhalf jaar de verwachtingen van de beursanalisten, werpt Saylor tegen. Een interview.

MicroStrategy claimt de eerste te zijn geweest die begrippen als relationeel OLAP (Rolap), de BI-applicatieserver, Web, broadcast, alerts, personalisatie en closed loop BI heeft geïntroduceerd. Wellicht belangrijker -en beter te onderbouwen- is dat MicroStrategy vanaf het begin bezig is geweest met wat nu BI wordt genoemd. En dat betekent dat inmiddels een enorme investering in denkwerk, arbeid en geld is gedaan in de productset. Het bedrijf beschikt naar eigen opgave wereldwijd over zo'n 1500 klantorganisaties, verspreid over verschillende sectoren. In de telecom-sector zouden acht van de top 10-bedrijven gebruik maken van MicroStrategy-producten. In de financiële dienstverlening gaat het om zeven bedrijven uit de top 10.

MicroStrategy claimt ook de enige BI-software te hebben die werkelijk in staat is organisatiebreed te presteren. Voor wat het

waard is: Gartner zou de de technologie van deze leverancier als de meest visionaire beschouwen.

'ORGANISATIEBREED'

Ondanks al deze beweringen en verdiensten ging het de laatste tijd financieel gezien niet zo goed met MicroStrategy. Michael Saylor zit dan ook op het vinkentouw om tekst en uitleg te geven. In de afgelopen zes kwartalen zijn de verwachtingen van Wall Street overtroffen, vertelt hij. Sterker nog, over het laatste kwartaal van 2001 werd zelfs een bescheiden winst geboekt.

Wat maakt MicroStrategy nu zo anders dan de rest van de BI-spelers? Saylor: "Onderscheidend is de reikwijdte van de oplossing die wij bieden. Voor CRM, asset management, financiële analyse, risico-analyse, supply chain management, leveranciersperformance, verkoopperformance en operations analyses hebben we een keur van toepassingen." Dat levert al



MICHAEL SAYLOR: "DE PRODUCTEN VAN ONZE CONCURRENTEN WORDEN GEKOCHT VANUIT EEN 'WAAROM NIET?'-MENTALITEIT."

gauw vierentwintig aandachtsgebieden op (zie figuur 1) waarin MicroStrategy een organisatie kan helpen.

Zo krijgt de claim van organisatiebrede BI-ondersteuning tenminste een basis. Saylor geeft aan dat klanten op elk van deze gebieden kunnen beginnen en hiermee ook meteen de mogelijkheid hebben van doorgroei in de door hun gewenste richting. Zonder zich gedwongen te zien van leverancier te veranderen.

PLATFORMSOFTWARE

MicroStrategy ziet zichzelf dan ook als leverancier van BI-platformsoftware. Het BI-platform bestaat uit de eerder genoemde vierentwintig softwaretoepassingen. Hieraan gaan respectievelijk de volgende lagen vooraf: datawarehouses en datamarts, de ETL-laag en het besturingssysteem. Al deze lagen laat MicroStrategy graag aan derden over. Voor datawarehouse en datamarts kan dat IBM, Oracle, Microsoft of Tandem zijn. De ETL-laag kan door Acta, Ascential en Informatica worden ingevuld. Boven op het BI-platform vormen de *packaged BI applications* nog een laag. Hierbij valt te denken aan JD Edwards, Peoplesoft en Retek.

DERDE GENERATIE BI

MicroStrategy beoogt mee te groeien met de klantorganisaties. Uit de presentatie van Saylor blijkt dat het doel in 1994 bestond uit het kunnen omgaan met hon-

CRM	Asset Mgmt	Financial Analysis	Risk Analysis
<ul style="list-style-type: none"> • Customer Segment • Customer Profitability • Cross-sell/Up-sell 	<ul style="list-style-type: none"> • Channel Mgmt • Capital Budgeting • HR Allocations 	<ul style="list-style-type: none"> • P&L Reporting • Profitability Analysis • Budget Analysis 	<ul style="list-style-type: none"> • Risk Mgmt • Exceptions Mgmt • Fraud Detection
SCM	Vendor Performance	Sales Performance	Operations Analysis
<ul style="list-style-type: none"> • Inventory Analysis • Trade Fund Analysis • Distribution Cost 	<ul style="list-style-type: none"> • Service Levels • Charge-back Analysis • Sales Analysis 	<ul style="list-style-type: none"> • Market Basket • Store/Geographic • Commissions/Quota 	<ul style="list-style-type: none"> • Traffic Analysis • Compliance Reporting • Store Operations Analysis

FIGUUR 1: MICROSTRATEGY'S BI-APPLICATIES.

derd gelijktijdige gebruikers en 50 GB aan data. Vier jaar later is het doel gesteld op vijfduizend gebruikers en 500 GB aan data. In 2002 ligt de lat bij tweeduizend klanten en 50 TB (terabytes) aan data. Aantallen die zo hoog liggen, dat ze ongelofwaardig klinken. Volkomen serieus geeft Saylor echter aan dat dergelijke aantallen gebruikers in webtoepassingen zeker gehaald worden. De cijfers geven ook de ambitie aan die Saylor en de zijnen nastreven. Het huidige 7i-product is gebouwd op "1400 manjaar ontwikkeling, 4800 jaar klantervaring en vijf miljoen regels code". Hetgeen een puur webproduct heeft opgeleverd op basis van object-oriëntatie, bekende industriestandaards en open api's.

Saylor spreekt van een derde-generatie business intelligence-oplossing. Wat bedoelt hij daarmee? In de eerste plaats dat de klant alle BI-toepassingen kan betrekken van dezelfde leverancier. Maar ook dat dezelfde set technologie onder de motorkap zit van al die toepassingen. Doordat zij met elkaar samenwerken, bestaat bovendien slechts één beeld van de werkelijkheid. De gegevens uit de verschillende toepassingen spreken elkaar niet tegen. Vanuit verschillende invalshoeken resulteert steeds hetzelfde beeld. Beveiliging en performance management zijn centraal geregeld. De infrastructuur die ten grondslag ligt aan dit alles is volgens Saylor in staat *mission critical* te opereren.

Centraal in de gehele productset staat Intelligence Server, MicroStrategy's

BI-applicatieserver. Architect vormt de projectomgeving waarin ontworpen en ontwikkeld kan worden. Administrator vormt het centrale punt van waaruit de administratie plaatsvindt. In termen van gebruik zijn er vier smaken. Het gaat dan om: Agent, Web, Narrowcast Server en MDX Adapter. Agent is de applicatie-ontwikkelomgeving; Web is voor webrapportage. Narrowcast Server zorgt voor de distributie van rapporten. MDX Adapter heeft betrekking op analyses en rapportages richting Excel. SDK en Transactor maken het plaatje compleet. SDK (software developer kit) is bedoeld voor software engineers die met Java, Com of XML aan de

slag willen. Transactor heeft betrekking op de mogelijkheid van write-back en workflow. Behalve software biedt MicroStrategy ook services -lees: mensen- die organisaties tijdelijk kunnen bijstaan bij de opzet en verdere inrichting of optimalisatie van hun eigen business intelligence. Een voorbeeld hiervan is BI Technical Account Manager (zie kader).

KLANTEN

MicroStrategy richt zich op de Global 2000. Volgens Saylor is de helft hiervan al klant. Hij onderscheidt drie dimensies: hoeveel van deze organisaties zijn al klant, welk deel van de applicaties die ze kunnen bouwen zijn al gebouwd en hoeveel gebruikers zijn er? Om tot de conclusie te komen dat de business nog met een factor honderd kan groeien. Zorgen dat klanten succesvoller zijn en meegroeien is het motto. De 7i-versie moet daarbij helpen. Volgens Saylor heeft de nieuwe release de featureset van BO, Cognos en MicroStrategy in zich verenigd. In de toekomst kunnen nog meer eindgebruiker-features, rapportage en applicaties worden verwacht. Het geheel moet hierdoor *sexier* worden. Daarnaast zullen meer Unix-varianten worden ondersteund (Sun, IBM,

Pendse en 'PC Magazine'

OLAP-goeroe Nigel Pendse wordt door Saylor erbij gesleept om toch maar vooral duidelijk te maken dat MicroStrategy een echt onderscheidende productset biedt. Volgens Saylor heeft Pendse verklaard dat organisaties die MicroStrategy gebruiken meer BI-gebruikers hebben dan welk ander BI-tool dan ook. Het product wordt daadwerkelijk gebruikt, op een schaal die andere BI-softwaretools niet is gegund. Ook zouden MicroStrategy-klanten beschikken over de grootste databases. Of je daarmee gelukkig moet zijn, is nog maar de vraag, maar het wordt uiteraard uitgelegd onder het kopje: 'het kan'. Het hoogste succespercentage in termen van niet-stopgezette projecten en de meest loyale en tevreden klanten worden door Pendse eveneens in het MicroStrategy-mandje gelegd.

Wie nog niet overtuigd is van de superioriteit van MicroStrategy wordt verwezen naar *PC Magazine*, dat MicroStrategy in augustus 2001 heeft uitgeroepen tot "editor's choice". Overwegingen die hierbij een rol hebben gespeeld: makkelijkste om te gebruiken, grootste reikwijdte van ingebouwde analytische rapportage, laat de interne werking het beste zien, kan met de grootste datatabellen omgaan en beschikt over alle componenten om een dataquerysysteem te laten werken. Brio, Cognos en Chrystal Decision waren partijen die in deze race achterbleven.

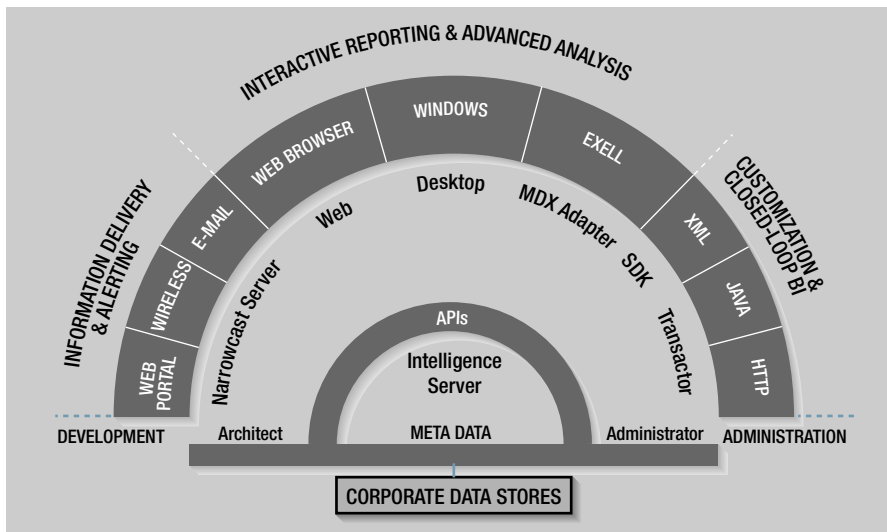
Technical account manager

Technical account managers zijn de oplossing voor het gesignaleerde tekort aan BI-deskundigheid in het bedrijfsleven, meent MicroStrategy's ceo. Ingehuurd door een organisatie, stellen zij de behoeften daarvan vast. Vervolgens zorgen zij voor toepassing van een methodologie. Audits en benchmarks kunnen onderdeel zijn van de aanpak. Specialisten worden voor een aantal uren of een dag ingeschakeld. Transfer van technologie maakt BI-teams productiever. Faciliteren en meekijken is hier de aanpak in plaats van zelf doen. Op deze wijze kunnen ook meer organisaties worden ondersteund, die vervolgens op eigen kracht verder kunnen

Hyperion nemen volgens Michael Taylor nicheposities in. Voor SAS zijn dat de statistische toepassingen en voor Hyperion de financiële applicaties.

In het verleden heeft MicroStrategy slechts eenmaal technologie aangekocht. Het ging hierbij om de TeraCube van NCR, die de MDX-adapter is geworden in de MicroStrategy-productset. De blueprint onder deze set komt van Saylor, die hem in 1992 heeft ontwikkeld.

Pratend over het filterconcept raakt



FIGUUR 2: PRODUCT-ARCHITECTUUR ROND DE 7i-RELEASE.

HP). De ontwikkelingslaag wordt aangepakt, zodat eenvoudiger en sneller applicaties gemaakt kunnen worden. Ook zal het straks makkelijker zijn de software over te zetten naar een ander platform.

Saylor ziet in elke sector een groei-markt. In de retail gaat het volgens hem om het vermijden van verlies en schade, zoals door fraude. In de financiële sector is *customer profitability* van het grootste belang. Saylor: "Men bepaalt dus welke activiteiten geld opleveren." Ook *electronic bill presentment* en analyse zijn onderwerpen die de aandacht hebben.

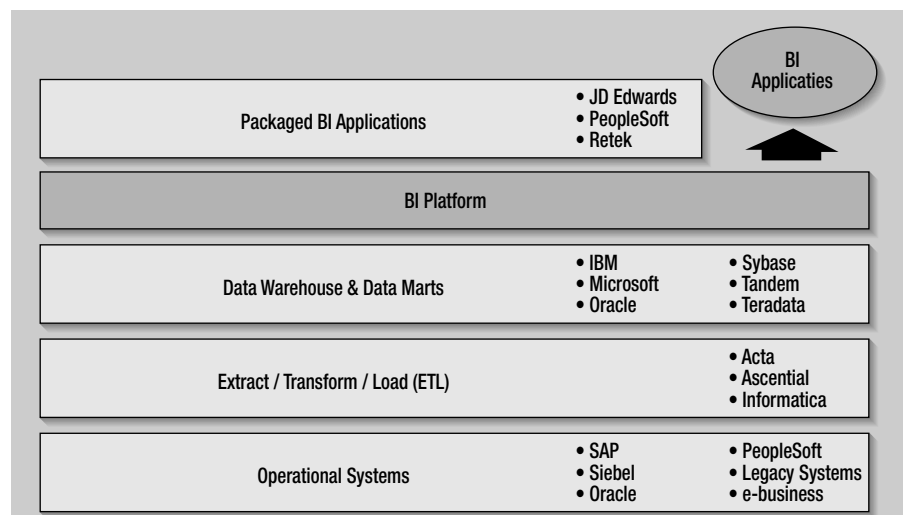
MARKTPOSITIE

Saylor geeft aan dat MicroStrategy sterk is op organisatieniveau. Op afdelingsniveau is het slechts één van de vier mogelijke keuzen, maar op hoger niveau de enige keuze, aldus Saylor. De BI-markt is meer concurrerend aan de onderkant. Business Objects bijvoorbeeld is meer aanwezig aan de onderkant van de markt en heeft daar een voordeel. Aan de bovenkant gaat het om de technische criteria. De klanten kijken kritischer naar de keuze die zij gaan maken. In dit deel van de markt onderscheidt MicroStrategy zich.

Saylor: "Andere producten worden gekocht vanuit een 'waarom niet?'-mentaliteit. Ze zijn goed gedistribueerd, gemakkelijk te kopen en eenvoudig te gebruiken. MicroStrategy-gebruikers hebben een

reden waarom zij ons kiezen, en dat is een technische." Zo past MicroStrategy volgens Saylor beter bij een organisatie zoals Ahold, waar implementaties over meerdere locaties gaan en uitbreidbaarheid en schaalbaarheid belangrijk zijn.

De *shake-out* van de BI-markt heeft een nieuwe situatie opgeleverd. De markt bestond voorheen uit 25 tot 30 spelers. In de OLAP-categorie ondersteunt Oracle het product Express niet meer. Hyperion schippert tussen applicaties en OLAP-product en Cognos worstelt met haar strategie. Business Objects (BO) is hier sterk. Zwakkere spelers -Actuate, Brio, Sagentstaan op het punt te verdwijnen. In de high-end van de markt bevindt zich MicroStrategy, terwijl de middle-end wordt bevolkt door BO en Cognos. SAS en



FIGUUR 3: MICROSTRATEGY IN DE BI-MARKT.

Praktijkcase: NovaStore (Novartis Pharma)

“Uiteindelijk ging het heel snel”

Een van de Nederlandse klanten van MicroStrategy is Novartis Pharma in Arnhem. Zij koos versie 7.0 voor de presentatie-omgeving van haar datawarehouse, dat is gerealiseerd met behulp van MS SQL Server.

Novartis Pharma B.V. is een farmaceutische organisatie die actief is in 140 landen en zich bezighoudt met research en ontwikkeling van producten voor bescherming en verbetering van de gezondheid. Novartis Pharma zegt ernaar te streven met innovatieve geneesmiddelen artsen in staat te stellen ziekten te genezen en te voorkomen, en daarmee een bijdrage te leveren aan het verbeteren van de kwaliteit van leven van patiënten.

Jan Eijnhoven (logistiek manager) is projectleider geweest van het NovaStore-project, waarvan de 'kick-off' begin 2000 plaatsvond. In de eerste helft van dat jaar heeft men Distritheek een vooronderzoek laten doen, vertelt Eijnhoven. Op basis van de uitkomsten kregen twee bedrijven het verzoek een offerte uit te brengen voor hulp bij de bouw van het datawarehouse. “Uiteindelijk kozen we voor Distritheek. Daarna moesten we nog een pakket kiezen waarvoor, na analyse en een pilot, de voorkeur uitging naar MicroStrategy. Financiële gegevens, verkoopgegevens en bezoeken van de buitendienst moesten in het datawarehouse gecombineerd worden.”

Om al deze gegevens in het warehouse te krijgen wordt gebruik gemaakt van verschillende aanleverende gegevensbronnen. Zeker waar het gaat om salesinformatie is bij Novartis sprake van meerdere bronnen, die ook op verschillende punten worden onderhouden.

Eijnhoven: “In de eerste fase, die eind 2001 gereed moest zijn, ging het er in eerste instantie om dat rapporten beschikbaar kregen op het gebied van onze sales, buitendienst en kosten. In de tweede fase

stond het combineren van de informatie centraal. We wilden in één rapport sales- en bezoekeninformatie kunnen presenteren aan het management.”

Begin eerste kwartaal 2001 begon de bouw en korte tijd later, in mei, is NovaStore live gegaan. “Het is uiteindelijk allemaal heel snel gegaan.”

HERPOSITIONERING

Na oplevering van de eerste fase is de tweede fase *on-hold* geplaatst. Besloten werd eerst in huis de nodige technische kennis van systemen en rapportage op te bouwen, om de afhankelijkheid van derden te verkleinen en de kosten te drukken. Verder is het noodzakelijk de rapporten verder af te stemmen op de informatiebehoefte van de gebruikers. Nu is er nog teveel sprake van data in plaats van informatie. Dat betekent dat momenteel sprake is van een herpositionering. De vraag: ‘Wat gaat het systeem in de toekomst betekenen?’ staat hierbij centraal.

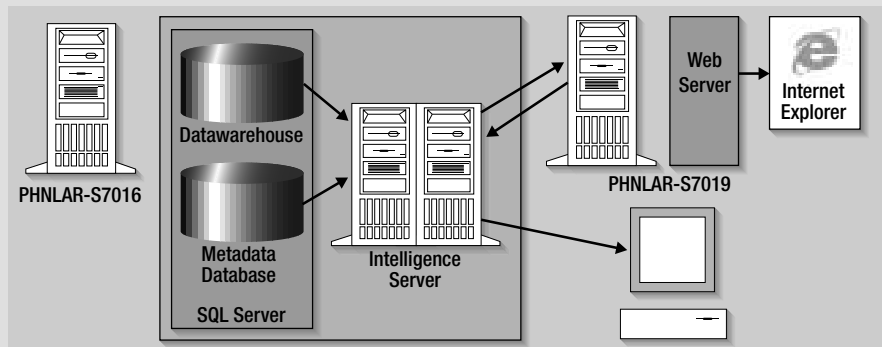
De bouw van de rapporten in de eerste fase had Novartis uitbesteed. Martijn Verstraaten (manager Business Planning & Analysis) voegt toe: “Nadeel hiervan is dat de kennis hiervan later nog moet worden overgedragen aan het NovaStore-team. We zijn nu met de laatste eindjes bezig.” Het gaat hierbij ook om de technische kennis

van Distritheek die overgedragen wordt aan de IT-afdeling van Novartis. Dit zijn zes mensen, van wie gemiddeld 1 à 1,5 persoon met NovaStore bezig is, maar niet *dedicated*.

Eijnhoven en Verstraaten willen het beheer binnenshuis houden. De verdere ontwikkeling van het datawarehouse kan met externe partners geschieden.

De datawarehouse-omgeving kent drie servers: een productie-, een ontwikkel- en een webserver. Naast vijftig webgebruikers zijn er een tiental desktopgebruikers. Desktopgebruikers kunnen analyses doen en rapportages bouwen. De webgebruikers krijgen standaardrapporten voorgeschoteld. Ze beschikken over een drill-functie en kunnen resultaten opslaan als een My Report of gegevens downloaden naar Excel. Shared reports worden beheerd door de analisten. De bezoekgegevens zijn interessant voor het management van de buitendienst. Markets is interessant voor de marketingafdeling en het management. Marketing kijkt dagelijks naar de salesinfo. Hierbij gaat het om tien tot vijftien personen uit de groep van vijftig webgebruikers. In totaal telt de Nederlandse Pharma-divisie 220 personen.

De presentatie is naar de mening van Verstraaten bij MicroStrategy beperkt. Als voorbeeld noemt hij de mogelijkheden die het management heeft om bij de verschillende strategieën flows (grafisch) door te



FIGUUR 4: NOVARTIS' DATAWAREHOUSE. “HET PROJECT HEEFT POSITIEF GEWERKT OP DE ORGANISATIE.”

klikken naar rapporten. Eindhoven voegt toe dat het ook te maken heeft met de opbouw van de Project-views. Sales, field force- en market-informatie zijn beschikbaar en worden gegroepeerd. De koppeling tussen sales- en market-informatie is reeds gemaakt, maar die met bezoekgegevens ontbreekt nog. Ook analyses naar regio en postcodegebied moeten nog gerealiseerd worden.

TEGENVALLERS

Verstraaten: "Een werkbare frontend realiseren is best moeilijk. De wensen binnen het managementteam zijn zeer specifiek. Waarschijnlijk moeten we toch grijpen naar een tool als Visual Basic, wat veel handwerk oplevert."

Wat Eindhoven en Verstraaten is tegenge-

vallen, zijn de kosten. "Die waren toch hoger dan ingeschat." Een tweede tegenvaller deed zich voor tijdens de laatste fase van de uitrol, waarin rapporten gemaakt en getest moesten worden. Het team werd geconfronteerd met de wereldwijde reorganisatie van MicroStrategy. Hierdoor viel de ondersteuning weg en moest de realisatie van rapporten door Distritheek worden overgenomen. Omdat deze een voorname-lijk technisch insteek heeft, werd de overdracht richting organisatie alsmede de inbedding moeilijker.

Gebruikersvriendelijkheid voor de eindgebruiker is het derde punt dat achteraf tegenvalt. Eindhoven: "Met name het drillen. Niet zozeer wat wel of niet kan, maar vooral de manier waarop." Veel technische problemen deden zich voor met het aantal pages (selectiecriteria) per rapport. "Een ander nadeel is de lay-out van rapporten in

de webomgeving. Heb je een rapport dat bestaat uit drie kolommen, dan worden die over de hele pagina uitgesmeerd. Je mist in de webomgeving duidelijk de functionaliteit die je in de desktop-omgeving wel hebt (headers vastzetten, kolommen verwijderen, meerdere sorteermogelijkheden enzovoort). We hebben onlangs wel vernomen dat binnen versie 7i de functionaliteit verbeterd zou zijn. We zijn benieuwd!"

Meevallers waren er uiteraard ook. Als positief ervoer Novartis Pharma de doorlooptijd van het datawarehouseproject. Maar ook de support van MicroStrategy -zolang die er was- werd goed bevonden. Verstraaten: "Het project heeft positief gewerkt op de organisatie. Met name waar het gaat om cross-functioneel werken en de mogelijkheid zaken projectmatig op te pakken." ●

Saylor helemaal enthousiasast. Filters en metrics kunnen gebruikt worden om te bepalen wat 'goede klanten' zijn. Filters worden bepaald door metrics en metrics weer door filters. Deze concepten kunnen overall gebruikt worden: in rapportages, als triggers en om te bepalen tot welke data iemand toegang heeft.

Desgevraagd noemt Saylor BO de grootste concurrent wereldwijd. Cognos en Hyperion komt hij minder vaak tegen. Wel behoort BO tot een ander marktsegment. Saylor ziet een overlap van zo'n 20% tussen MicroStrategy's en BO's producten. ERP- en CRM-leveranciers ziet hij weinig

tot geen impact op de BI-markt hebben.

Michael Saylor maakt vervolgens een onderscheid tussen applicatie- en platform-leveranciers. Saylor: "Applicatieleveranciers, zoals SAP en Siebel, maken gebruik van een standaard workflow, een standaard manier om dingen te doen. Zodra je hiervan afwijkt, werkt het niet. Heb je een eigen manier om de dingen te doen, dan sluit dat niet aan op hun software. Als je een unieke werkwijze hebt op bijvoorbeeld CRM-gebied moet je niet Siebel gebruiken, maar MicroStrategy. Een voorbeeld hiervan is de Fleet Bank."

Saylor vervolgt: "Een combinatie van

applicatie- en platformorganisatie werkt niet. Elk vereist een andere *mindset*; daardoor kun je ze niet combineren. MicroStrategy is een *platform company*. Maar wie applicaties nodig heeft die *customizable* zijn, moet ook bij ons zijn." ●

CRM

De afgelopen twee jaar heeft Saylor een explosie in het toepassen van risico-, verlies- en fraudepreventie geconstateerd. CRM kan worden verdeeld in drie lagen: ten eerste het contacteren van de klant en het afsluiten van verkooptransacties. De tweede laag bestaat uit het beantwoorden van vragen als: 'levert de verkoop ook geld op?'. In de derde laag zitten vragen als: 'welk risico loop ik als ik aan deze klant verkoop?' en 'moet ik de balans aanpassen?'. Deze laatste categorie vragen is het moeilijkst te bepalen en het meest bewerkelijk. Het verbaast niet dat MicroStrategy meent dit varkentje heel goed te kunnen wassen. ●

Drs. P.F.H. van der Linden (P.vanderLinden@Synergetics.nl) is principal consultant bij Synergetics, The Management Information Company.

BI-trends

Michael Saylor bespeurt in de business intelligence-markt de volgende trends.

- Retailers gaan ook klantinformatie gebruiken. Transactielogs voeden datawarehouses, waardoor deze groter worden en de artikel/winkel-insteek verandert in een klant/transactie-insteek.
- Consolidatie: van veel kleine databases naar een kleiner aantal grotere databases. Daarnaast worden minder toolsets gebruikt.
- Een explosief groeiend Web. Pure webtoepassingen ontstaan; organisaties willen Windows-code noch Java applets, maar slechts pure html. Hierdoor ontstaan meer user counts. De scope van BI neemt hierdoor enorm toe. Dit resulteert in veel meer gebruikers en veel meer gegevens (in de Terabyte-range). Voorbeelden hiervan zijn W.H. Smith en Vodafone.