



内部大数据学院：高级分析 时代的决胜利器



单纯依靠外招科技数据人才无法全面支持数字化转型。领先资管公司需要提升组织数字商来助力转型，打造总部大数据学院是一个重要抓手。本文将探讨大数据学院的关键价值与成功实践，以期为志在推进大数据规模化应用的资管公司提供启示。

随着人工智能（AI）兴起，金融机构领导者面对一系列重要机遇。如何把握机遇、实现大数据高级分析的规模化应用，利用新技术在新环境下脱颖而出，也成了随之而来的挑战。为应对挑战，各企业管理者、业务人员、分析团队和终端使用者均需调整思路，转变工作方式，以有效利用高级分析为切入点，进一步展开数据挖掘、敏捷开发和跨学科团队合作。

企业通常会招聘大量具备上述能力的新型人才，直接为我所用。招聘虽能快速填补需求缺口（如在大数据高级分析实践之初提供所需要的人力资源），但在满足后续人才需求方面却效果不佳。企业若想创建稳定的分析技术团队，最好的方法是挑选已掌握大量相关知识的现有员工并对他们进行培训。外部机构的培训产品尽管种类繁多，但对企业而言，这些产品可能存在设计不全面、针对性不强、框架衔接性不高等诸多问题。然而，为了推动业务、分析和运营专家展开深入持久的跨职能协作和敏捷实践，这些设计要求至关重要。

根据我们的经验，为有效地实现技能升级，实现向 AI 的全速转型，打造一个全面、定制化的内部“大数据学院”才是企业的最佳选择。

在本文中，我们将探讨设立大数据学院的重要意义和原因，并分享六

个最佳实践案例。

我们的经验表明，在企业内部设立大数据学院，为员工提供定制化的科技、数据和人工智能相关培训行之有效。大数据学院通过聚焦以下三方面，打造出能有效推动数字商提升的组织机制：

大数据学院的运作没有固定模板可以照搬。每一家企业在资源、规模以及对人工智能和大数据高级分析的需求各不相同，因此，各企业内大数据学院的组织架构也会存在差异。

例如，某全球金属制造商为有效指导公司的人工智能和大数据高级分析转型，首先将关注点放在开发领导力培训计划上。原因是该公司许多业务和运营部门高管起初对人工智能和大数据高级分析转型计划持怀疑态度，或因感觉转型不在自身舒适区而不予支持。在培训计划的推动下，他们后来都成了转型的强力拥护者，带领企业降低了旗下 15 家工厂的运营成本。

我们曾经合作过的一家美国保险公司的情况则有所不同。这家公司的领导者已经十分熟悉人工智能和大数据高级分析并进行了相关投资，因此，该公司将第一批能力建设目标设定为大约 25 名数据工程师和数据科学家。这些技术专家需要接受敏捷开发培训、跨职能团队培训和业务培训，以便与销售团队在新体系中更默契地配合，帮助销售人员更好地理解客户需求。

尽管没有单一的学院模板，但成功的学院案例给了我们几个关键思路：

- 1) 学院与战略目标同步；
- 2) 向每个利益相关者提供量身定制的学习计划

(从最高层开始，贯穿整个组织)；3) 解决所有重要的技能差距，而不仅仅是技术差距；4) 促进在职学习，激励参与活动，并保持培训目标的长期相关性。

通过整合分析，我们发现以下最佳实践可从根本上改变公司获取转型价值的速度、深度和规模。企业若考虑不周，则可能引发多米诺效应，例如，如果将学院视为独立个体而非变革的推动者，组织将难以确定培训对象和所需课程。

若能将大数据学院的技能建设与公司的人工智能和大数据高级分析转型路线图结合，则培训效果将事半功倍。通过明确阐述新技能的作用，企业可确保自己拥有合适的人才和技能来推进公司战略转型，并从能力建设中展示切实价值。

为解决产能低效问题，某工业公司利用其学院让公司领导者、业务人员和分析团队做了充分准备，将人工智能和大数据高级分析嵌入日常运营。得益于此，领导者深入了解了人工智能和大数据高级分析的工作原理，加大了持续改进制造模式的力度。与此同时，分析团队逐步将关注点从单纯的“可以应用在哪里”（例如神经网络等特定人工智能技术可以在哪些环节应用）转移到“最值得应用在哪里”上。

该公司由学院培训的团队利用 AI 预测最佳操作参数，如识别机器参数设置与产品缺陷率的联系，推动利润增长了 10%。这些专家团队在 18 个月里，利用十几个 AI 工具提高并优化了工厂多个单元的产量和吞吐量，提

升了能源效率，最终创造出数千万美元的利润。

某大型零售集团的大数据学院，以推动全公司范围内的人工智能转型、赶上网购浪潮为目标。学院创建之初，经验老道的决策者和不同岗位的工作人员对人工智能都不甚了解，他们只是抱着存疑的态度在公司内部小范围应用。短短 6 个月后，该学院提升了 1000 多名员工的技能，并持续每周为 150 名新员工提供培训。在该公司的转型路线图上，已有超过 40% 的人工智能工具被投入使用，息税前利润增长了 70%。

董事会、高管、业务和职能部门、技术团队和终端使用者等各个层面需要相互配合，辅以“技术翻译”专家的专业知识，才能带来大规模影响。数字化转型涉及人群广、范围宽，因此，学院通常会提供一个分阶段、可持续的精简学习机制。

以某欧洲领先资产管理公司的数字技能培训计划为例，该培训计划提升员工的数字化熟练度及数字技能，培训计划分为三个层级：1) 基础课，了解组织转型蓝图及基础知识，明白数字化技能提升目的；2) 选修课，领导并参与组织数字化转型革新；3) 精英课，设计和推进组织的数字化转型革新。不同岗位的员工被推荐参与不同层级的数字培训课程，公司还设立了成功标准和关键绩效指标，方便跟踪各级培训的有效性。另一美国领先资管机构，要求所有新入职的分析师必须学习 Python 课程，将编程技能作为员工的必备能力。

在选择需接受培训的终端使用者时，大多数公司通常会优先考虑那些

对人工智能或者大数据高级分析需求高的员工，如门店经理或知识工人；再逐步拓展至对新型人工智能或者大数据高级分析工具需求较低的一线员工。例如前文提及的零售集团计划为包括门店收银员在内的全体 4 万名员工提供培训，以达到全方位的变革成效。

通常，“技术培训”是高管们对大数据学院的第一设想。学院提供的基础课程固然重要（例如帮助高管学习人工智能或高级分析，从而跟上快速的技术变化），但要使项目成功，组织和文化变革更为关键。

在人工智能和大数据高级分析转型之初，影响学习计划最重要的因素包括：

（从激发一线员工到价值捕捉与创造）保持吸引力。

成功的学院还将课堂理论与实际工作相结合，让学员在实践中学习，同时推进公司的改革议程。这种教学方式通常包括以下两个方面：

第一，在课堂上，学院以实际项目作为实践案例，引导学员学以致用。例如，在学习识别人工智能商机的知识后，某亚洲电信运营商的领导者们

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33682

