

Der Customer Data Hub: effektives Kundendatenmanagement

Weltweit agieren und lokal enge Kundenkontakte über alle Kanäle pflegen – das ist für viele Unternehmen eine große Herausforderung. Am hochdynamischen und stark umkämpften Markt sind die gezielte Kundenansprache und nachhaltige Kundenbindung wettbewerbsentscheidend. Die dazu benötigten Informationen sind zwar vorhanden, liegen aber oft in heterogenen IT-Systemen über das gesamte Unternehmen verteilt: Die Kundendaten sind fragmentiert. Will man also alle Informationen über einen Kunden einsehen, um z. B. die Profitabilität des Kunden beurteilen zu können, müssen die in verschiedenen Formaten abgelegten Daten in allen Systemen einzeln gesucht oder teuer integriert werden. Das ist zeitintensiv und – besonders wenn es um zeitkritische Aufgabenstellungen geht – ineffizient. Datensilos verhindern eine 360°-Sicht auf die Kunden und Inkonsistenzen in den Daten verwässern das Kundenbild.

Die Folge: Suboptimaler Kundenservice verärgert Kunden, Cross- und Up-Selling-Potenziale werden nicht realisiert und Compliance-Anforderungen können nicht eingehalten werden.

Die Lösung: ein zentrales Register, in dem qualitätsgesicherte Kundendaten über alle Kanäle und Organisationsbereiche hinweg zusammengefasst und kombiniert werden. Mit dem Uniserv Customer Data Hub schaffen Sie konsistente, aktuelle und verfügbare Kundenstammdaten. Unsere passgenaue und kostenattraktive Lösung unterstützt Sie dabei, unternehmensweit aktuelle und zuverlässige Kundenstammdaten zur Verfügung zu stellen. Mit dem Customer Data Hub versorgen Sie Ihre operativen und analytischen Prozesse mit den richtigen Partnerdaten und schaffen damit die Voraussetzung für Ihren geschäftlichen Erfolg.

LEISTUNGEN

Der Customer Data Hub von Uniserv extrahiert und konsolidiert Kundenstammdaten aus einer Vielzahl heterogener Datenquellen. Bevor die Informationen aber aus den unterschiedlichsten Quellen überhaupt in den Customer Data Hub integriert werden, sorgen die Datenqualitätstools von Uniserv für bereinigte, strukturierte und aktuelle Daten. So greifen bereits bei der Datenerfassung die Datenqualitätsmechanismen: Die Konsistenz der Kundendaten ist über alle Datenquellen hinweg sichergestellt. Auch externe Daten, beispielsweise aus Zukäufen oder von Datenlieferanten, können einfach, sauber und schnell importiert werden.

Dank Identity Resolution vermeiden Sie Redundanzen in Ihrer Datenhaltung und bestimmen die Identitäten Ihrer Kunden eindeutig über Prozesse und Systeme hinweg. So

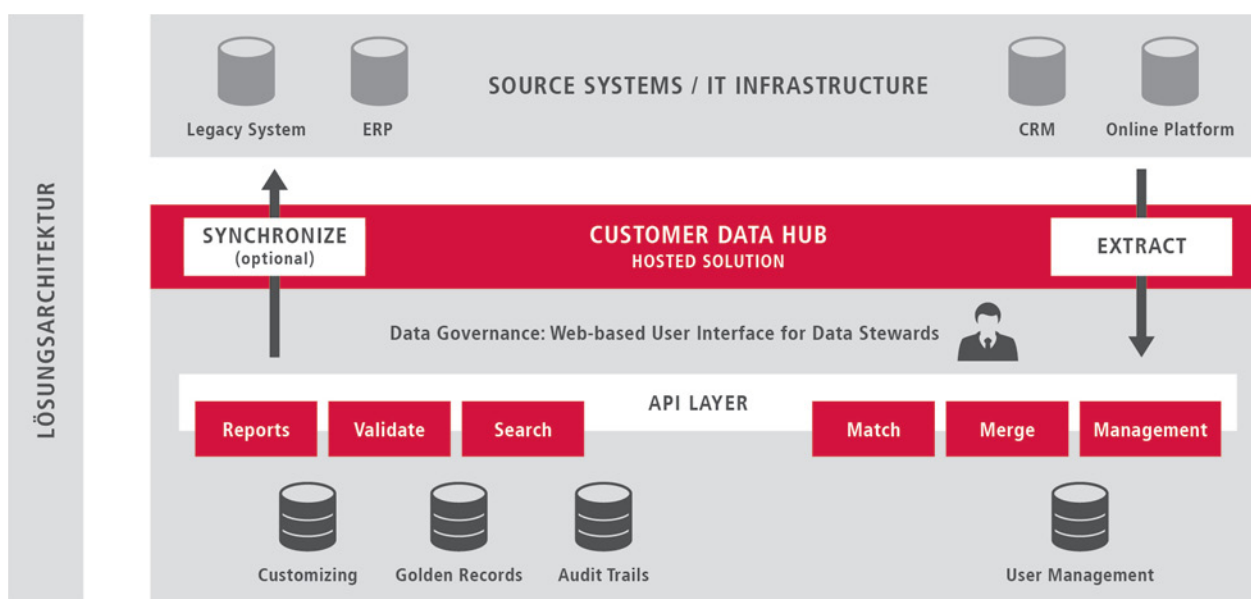
können die qualitativ optimierten Daten zu einem Golden Record bzw. Single Point of Truth (SpOT) zusammengefasst werden. Über individuelle Regelwerke kann dieser führende Datensatz automatisiert bearbeitet und ergänzt werden. Auch eine Synchronisation des Golden Record mit den Quellsystemen ist bei Bedarf möglich.

Im Rahmen von Data Governance unterstützen webbasierte Data Stewardship Interfaces Sie dabei, entsprechende Regelwerke, Richtlinien, Workflows und Prozesse zu definieren und zu verwalten: Zum Beispiel können Stammdatensätze zusammengeführt (merge), Stammdaten auf ihre Ursprungselemente zurückgeführt (unmerge), Beziehungen und Hierarchien dargestellt und alle Veränderungen an den Stammdaten nachvollzogen werden. Die erreichte

Datenqualität wird langfristig unterstützt. Beispielsweise regelt die Zuweisung entsprechender Berechtigungen an die jeweiligen Nutzer, wer auf welche Daten lesend und schreibend zugreifen darf. So steuern und koordinieren Sie Ihr leistungsstarkes Master Data Management im Rahmen Ihrer Data-Governance-Initiative mit belastbaren Kundenstammdaten.

Mit dem Customer Data Hub gehören aufwändige Programmierungs- und Anpassungszeiten sowie langwierige Wartungen der Software der Vergangenheit an. Die Einführung des Customer Data Hub erfordert kein komplexes Integri-

onsprojekt und keine Veränderungen der vorhandenen Datenmodelle. Die auf dem Prinzip der Lean Integration basierende Vorgehensweise ermöglicht es, schnell erste operativ nutzbare Ergebnisse vorzuweisen und schrittweise weitere Kundendatendomänen in die MDM-Lösung einzubeziehen. Dies reduziert die Kosten, das Projekt bleibt schlank und das Projektrisiko ist kalkulierbar. Die schnelle Implementierung des Customer Data Hubs, die hohe Skalierbarkeit und unser gezielter Umgang mit den Daten bringen schon nach den ersten drei Monaten einen handfesten Mehrwert. Der ROI ist also zeitnah nachvollziehbar.



VORTEILE

- ▶ Kostenoptimierte und schlanke Lösung: schnelle Implementierung durch fokussierten Ansatz und standardisierte Methoden
- ▶ Schneller ROI
- ▶ 360°-Kundensicht: verbesserte Prozessqualität durch konsolidierte und zuverlässige Kundenstammdaten über alle Funktionsbereiche, Applikationen und Datenbanken hinweg
- ▶ Umsatzsteigerung durch verbessertes Cross- und Up-Selling, optimierte Kundenbindung und zielgerichtete Kundenansprache
- ▶ Verbesserung der Produktivität der Mitarbeiter
- ▶ Ganzheitliches, verlässliches Datenqualitätskonzept und Unterstützung der betrieblichen Data Governance
- ▶ Einhaltung nationaler wie internationaler Richtlinien: Compliance, KYC, Reporting

UNISERV GmbH

Rastatter Str. 13, 75179 Pforzheim, Deutschland, T: +49 7231 936-0, F: +49 7231 936-3002,
E: info@uniserv.com, www.uniserv.com © Uniserv GmbH, Pforzheim, All rights reserved

