



# Digitale Transformation

**Im Wettbewerb der zunehmend vernetzten und digitalen Welt werden schlussendlich nur jene Unternehmen überleben, die die Digitale Transformation als Chance begreifen. Wer in Zukunft Erfolg haben will, muss auf die strukturellen Herausforderungen mit intelligenten Konzepten reagieren und die Möglichkeiten der Digitalisierung und Vernetzung nutzen.**

Die Innovationen in der Informationstechnologie treiben die Digitale Transformation rasant voran: Cloud, Social Media, Mobile, Big Data und das Internet der Dinge beeinflussen dabei jedes Unternehmen in seiner Strategie, Struktur, Kultur und seinen Prozessen. Das Thema lässt keine Branche kalt – nicht zuletzt, weil dabei ganz klar der Kunde in den Fokus rückt. Und dessen Anforderungen an Unternehmen haben sich grundlegend gewandelt: Kunden erwarten im Zeitalter der Digitalisierung immer und überall kaufen zu können, ein hohes Servicelevel und Informationen, die überall in Echtzeit verfügbar sind. Dabei schätzen sie Authentizität, Transparenz und Loyalität.

Aber der Kundenservice, den Marketing, Vertrieb und Servicecenter bieten können, kann immer nur so flexibel, individuell und schnell sein, wie die IT im Hintergrund diese Prozesse auch unterstützt. Das alles verändert die Abläufe in den Unternehmen radikal: Sie müssen ihre Produkte und Fähigkeiten hinterfragen und ihre digitale Reife erhöhen, um neue Möglichkeiten zu erkennen, zu entwickeln und schnell umzusetzen. Es gilt, schnell riesige und immer noch zunehmende Datenberge auszuwerten, um auf die Bedürfnisse der Kunden – aber auch der Mitarbeiter – adäquat reagieren zu können.

Auf den Kunden bezogene Daten aus Big Data zu filtern, zu interpretieren und zu nutzen, ist somit eins der Hauptanliegen digital orientierter Unternehmen, denn nur so haben sie eine Chance, die Erlebniswelt des Kunden zu managen. Aus Big Data wird Smart Data – also die kontinuierliche Zuordnung neuer Daten und Datenquellen zu den jeweiligen Kundenprofilen und somit die Annäherung an die 360°-Sicht. Dabei kommt es vor allem auf zwei Dinge an: Integration und Geschwindigkeit. Nur wer Daten, Medien und Kanäle schneller in seine digitale Kommunikation integrieren und nutzen kann, verschafft sich einen Wettbewerbsvorteil.

Angesichts dieser fundamentalen Veränderungen kommt es darauf an, das eigene Unternehmen rechtzeitig für die Anforderungen von morgen vorzubereiten. Doch wie wird Ihr Unternehmen „digital ready“? Wir liefern Ihnen dafür die entsprechende professionelle Unterstützung. Mit unserer Komplettlösung Smart Customer MDM schaffen wir für Sie die nötigen Grundlagen für die Umsetzung der Digitalen Transformation: konsistente, aktuelle und verfügbare Kundenstammdaten, die sich effizient managen lassen. Smart Customer MDM ermöglicht die Schaffung der 360°-Kundensicht und stellt Ihnen diese für unterschiedliche Projektszenarien und Geschäftsprozesse zur Verfügung.



## MULTI-CHANNEL-MARKETING

Der Kunde von heute ist informationshungrig, preisbewusst, flexibel und mobil. Er tritt auf unterschiedlichsten Kanälen mit Unternehmen in Kontakt. Deshalb müssen Unternehmen an allen Touchpoints präsent sein, um Kunden im bevorzugten Kanal zum richtigen Zeitpunkt mit dem passenden Angebot ansprechen zu können. Smart Customer MDM fasst Kundendaten aller Kanäle zusammen und schafft durch eine umfassende Sicht auf den Kunden echte Personalisierung und Kundenrelevanz – für eine erfolgreiche Multi-Channel-Strategie.



## DATA GOVERNANCE

Um Daten in strategisches Vermögen umzuwandeln, müssen sie über eine zuverlässige und übergeordnete Data Governance organisiert und gesteuert werden. Dabei müssen Aufgaben, Rollen sowie Verantwortungen definiert, Kenntnisse über Businessprozesse zusammengeführt und darauf aufbauend Richtlinien für die Datennutzung und -pflege erstellt sowie durchgesetzt werden. Mit Smart Customer MDM schaffen Sie ein erfolgreiches Information Management, in dem die Einhaltung der definierten Richtlinien durchgehend kontrolliert wird.



## COMPLIANCE MANAGEMENT

Die wachsende Anzahl an digitalen Daten geht einher mit einer immer größer werdenden Vielzahl an gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen. Die EU-Antiterrorismusverordnung unterbindet beispielsweise Transaktionen mit terroristischen Organisationen und Personen. Mängel in diesen Bereichen führen zu signifikanten finanziellen Schäden, Imageverlust und juristischen Folgen. Mithilfe internationaler Wissensbasen, länderspezifischer Regel- und Begriffstabellen und einer unscharfen Suche bereinigen Sie mit Uniserv Ihre Daten, halten die Vorgaben ein und minimieren Geschäftsrisiken.



## CUSTOMER JOURNEY

Kunden begegnen im Verlauf ihres Alltags einer Vielzahl an Customer Touchpoints. Um die Kunden an diesen Interaktionspunkten zum Kauf anzuregen, gilt es, sie mit maßgeschneiderten und situationsgerechten Angeboten anzusprechen. Dazu müssen alle im Unternehmen vorhandenen Informationen zu einem Datensatz konsolidiert werden – dem Golden Record. Dies ist ohne entsprechende Technikunterstützung kaum mehr erreichbar. Mithilfe von Smart Customer MDM kann über individuelle Regelwerke der Golden Record automatisiert und, falls notwendig, manuell bearbeitet sowie qualitativ optimiert werden.



## LOCATION INTELLIGENCE

Mit geographischer Information veredelte Kundendaten erlauben eine Visualisierung und Analyse, die neue Einsichten und das Erkennen neuer Strukturen und Trends ermöglichen. Die Möglichkeit, Kundendaten räumlich darzustellen, birgt ein enormes Wertsteigerungspotential. In der digitalen Welt wird Location Intelligence umso wichtiger, da das mobile Internet erlaubt, Information in den Kontext von Zeit und Raum zu stellen. Smarte, durch Geokodierung angereicherte Kundendaten sind die Voraussetzung, um von der Verschmelzung von virtueller und realer Welt zu profitieren.



## PREDICTIVE ANALYTICS

Die heute angewendeten statistischen, mathematischen und linguistischen Verfahren erlauben zum einen Analysen, die aufzeigen, welche Zusammenhänge es in Daten gibt. Zusätzlich können aufgrund der Historie in Datenbeständen auch Vorhersagen über zukünftige Entwicklungen und Trends getroffen werden. Mit Smart Customer MDM erhalten Sie belastbare Daten für diese umfangreichen Analysen. Durch Anreicherung der Daten wird das einzelne Kundenbild noch schärfer. Durch die Vorhersage wahrscheinlicher Entwicklungen von Kunden- und Markttrends gewinnen Sie wichtige Erkenntnisse und konkrete Handlungsempfehlungen für zukünftige Maßnahmen.