



Customer Data Warehouse (CDW) společnosti Adastra je komplexní řešení zákaznického datového skladu, které vám dodá infrastrukturu nezbytnou pro úspěch v oblastech CRM, Marketing Automation či Campaign Management. CDW řeší všechny aspekty složitého procesu integrace a správy zákaznických dat. Poskytne vám čistá, integrovaná a spolehlivá data o vašich zákaznících – jak operační, tak analytická.

Náročnost problematiky	Value Proposition	Komponenty CDW
<p>Přetvořit firmu na zákaznický orientovanou je složitý proces dotýkající se prakticky všech aspektů činnosti firmy. Zahrnuje organizační změny, reengineering procesů, stejně jako sběr, analýzu a využití dat o zákaznících, tzv. Customer Intelligence. To se snadno řekne.... V praxi je ovšem Customer Intelligence nejednoduchý úkol, který ve většině případů narazí na následující problémy:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Data o každém zákazníkovi jsou roztroušena mezi řadou systémů, přičemž neexistuje jejich vzájemná integrace; ■ Často není jasné, které produkty vlastní který zákazník, případně jeho domácnost, není okamžitě zřejmé, jakými kanály zákazník produkty zakoupil atd.; ■ Neexistuje jednotná zákaznická databáze (zákaznický ODS), který by konzistentně zajišťoval aktualizaci zákaznických dat (jako např. změnu adresy) a který by automaticky registroval změny ve všech původních systémech; ■ Nejsou známy modely chování zákazníka, jako např. pravděpodobnost jeho odchodu ke konkurenci, nesplacení půjčky atd. Dokonce i zjištění, jak dlouho je občan XY naším zákazníkem, často vyžaduje manuální úsilí. 	<p>Odpovědí na tyto netriviální business požadavky je řešení zákaznického datového skladu – Customer Data Warehouse (CDW) od společnosti Adastra. S tímto řešením budete vybaveni všemi nezbytnými komponentami a procesy, díky nimž budete moci s úspěchem využívat CRM, Marketing Automation či Campaign Management. CDW se stává nezbytnou komponentou infrastruktury, která podporuje jak operativní zákaznické procesy (jako je např. cílený marketing, odhalení podvodů, nebo změna adresy zákazníka), ale i procesy strategické (např. určování hodnoty zákazníka, jeho solventnosti, úvěrové riziko, riziko jeho odchodu ke konkurenci či pravděpodobnost jeho reakce na určitou nabídku). Jádrem CDW je centrální zákaznická databáze, v níž jsou shromážděny veškeré relevantní informace o zákaznících. Jedna z jeho částí – nazývaná Customer ODS – je konstruována tak, že podporuje transakce (např. změna adresy) a zajišťuje interface/integraci s ostatními systémy vaší infrastruktury.</p>	<p>Řešení Adastra CDW se skládá z Klíčových procesů CDW a Databázových vrstev centrální zákaznické databáze CDW.</p> <p>Klíčové procesy CDW</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Identifikace zákazníka ■ Identifikace produktů/prodejců/prodejních kanálů na zákazníka ■ Householding ■ Správa zákaznických dat ■ Customer Profile (profil zákazníka) <p>Databázové vrstvy centrální zákaznické databáze CDW</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Staging Area ■ Subject Oriented Data Warehouse ■ Customer Oriented Data Warehouse ■ Customer ODS (zákaznický Operational Data Store)

Klíčové procesy CDW	Databázové vrstvy CDW	Proč vybrat řešení CDW od Adastry
---------------------	-----------------------	-----------------------------------

Společnost Adastry vyvinula metodologii pro čištění zákaznických dat a adres, unifikaci zákazníka, identifikaci zákazníka v kontextu domácnosti (householding) a identifikaci produktů/prodejců/obchodních kanálů atd. na zákazníka. Metodologie Adastry využívá pro identifikaci kmenových souborů, parsing adres a srovnávání atributů (attribute matching) systém založený na pravidlech (rule-based system). Náš systém je navržen a plně ověřen při práci s českými daty. Metodologie využívá také znalostní systémy a české adresáře pro čištění zákaznických dat a adres.

Unifikace a identifikace zákazníka

- Definuje a identifikuje konkrétní zákazníky z řady zdrojových systémů.

Identifikace produktů/prodejců/prodejních kanálů na zákazníka

- Identifikuje vztahy zákazník-produkt, zákazník-prodejní místo, zákazník-obchodní zástupce a další.

Householding

- Identifikuje zákazníky a produkty v kontextu domácností. Toto je volitelná komponenta řešení CDW.

Správa zákaznických dat

- Zajišťuje čištění a aktualizaci zákaznických dat (např. změna adresy), aktualizace jsou automaticky zapisovány do všech původních systémů.

Customer Profile (profil zákazníka)

- Profil zákazníka je vygenerován na základě výše uvedených procesů. Obsahuje klíčová data o zákazníkovi, jeho vlastnictví produktů atd. Volitelně může obsahovat i analytická data, která jsou výsledkem nasazení technik Data Mining, např.:
 - Behaviorální segmentace
 - Profitabilita zákazníka v určitém období (čtvrtletí)
 - Potenciál zákazníka v určitém období (rok) (např. wallet share, life-time-value)
 - Skóre zákazníka pro kreditní riziko (behaviorální)
 - Skóre zákazníka udávající jeho pravděpodobnost odchodu ke konkurenci (Churn, Attrition)
 - Pravděpodobnost zákazníka spáchat podvod (Fraud)
 - Pravděpodobnost, že zákazník koupí určitý produkt
 - Atd.

Staging Area

- Je výsledkem první fáze procesů datové transformace (ETL). Obsahuje kopii zdrojových zákaznických dat a jejím cílem je podpora dalších transformací, čištění a reconciliace dat.

Subject Oriented Data Warehouse

- Představuje datový sklad orientovaný na produkt a ukazatel výkonu. Hlavním úkolem jeho tvorby je definovat dimenze produktu a upravit jim procesy a datové toky.

Customer Oriented Data Warehouse

- Tato vrstva obsahuje data o zákaznících (identifikované unikátní zákazníky) a behaviorální data agregovaná na základě definovaných obchodních pravidel. Její tvorba zahrnuje komplexní transformaci dat odrážející všechny výše uvedené klíčové procesy CDW.

Customer ODS (Operational Data Store)

- Slouží jako rozhraní k systému kontaktního CRM a Campaign Managementu. Představuje centrální úložiště dat pro integraci (EAI) s provozními systémy. Zahrnuje profil zákazníka – statická zákaznická a behaviorální data agregovaná na úrovni zákazníka. V Customer ODS je možné zapisovat změny zákaznických dat.

Proč vybrat řešení CDW od Adastry

Uspořádá vaše zákaznická data

- Řešení CDW pokrývá všechny aspekty problematiky integrace a analýzy zákaznických dat. Získáte s ním robustní a škálovatelnou infrastrukturu, která bude růst společně s potřebami vaší společnosti.

Sníží riziko implementace

- CDW je ověřené řešení. Společnost Adastry navrhla a implementovala již více než stovku řešení DW a Customer Intelligence. Naše hluboké a praktické zkušenosti sníží riziko implementace vašeho řešení.

Ochrání vaše stávající investice

- Modularita řešení CDW vám umožní získat komponenty, které schází ve vaší infrastruktuře, či postupně vystavět řešení v krocích s měřitelnými výsledky.

Technologie je hotová a ověřená

- Systém Purity.360 byl vyvinut v roce 2002 a je dále rozvíjen (v současnosti probíhají práce na 3. release). Jedná se o otevřený serverový systém založený na technologii J2EE. Systém byl úspěšně nasazen u mnoha významných zákazníků Adastry a je denně používán, většinou jako součást ETL procesů. Jedna z komplexních implementací proběhla např. ve Všeobecné úvěrové bance v Bratislavě.

Umožní využít Data Mining jako „denní chleba“

- Jakmile budete mít potřebnou infrastrukturu, analytické zpracování dat pomocí Data Miningu se stane operativní záležitostí. Budete tak mít čerstvá analytická data – například pravděpodobnost odchodu zákazníka nebo reakce na určitou nabídku.

Technologie je až na druhém místě

- Společnost Adastry není závislá na určité platformě. Dodáváme řešení na takové technologické platformě, která vám vyhovuje nejlépe a která bude chránit vaše původní investice.

