

Die Basis kundenzentrierter Geschäftsmodelle

In diesem Beitrag:

- Die Information als strategischer Aktivposten
- Die Bedeutung der Datenqualität
- Die Gesamtsicht auf den Kunden



Der Kunde als Objekt der Begierde

Im Zuge der Kundenfokussierung gewinnen Master Data Konzepte immer mehr an Bedeutung. Sie helfen, die weit gestreuten Datensammlungen über Kunden, Produkte, Lieferanten und Accounts an einem zentralen Ort zusammenzuführen (Master) und dort zentral verfügbar zu machen.

Infos zum Autor

Urs Christen

Der Autor ist Senior Speciality Sales bei IBM Schweiz für den Softwarebereich Information Platform & Solutions.

Die Informationen über die Unternehmenskunden entwickeln sich je länger je mehr von der blossen Information zu strategischen Aktiva. Datenintegration, Datenqualität und Master Data Management bilden eine zentrale technische Basis zur Umsetzung kundenzentrierter Geschäftsmodelle. Die Geschäftsbereiche und die Geschäftsleitung erwarten heute von der IT, dass kundenrelevante Daten zur Verfügung stehen – schliesslich müssen Um-

satz- und Profitabilitätsziele innerhalb der gesetzten Fristen erreicht werden. Kunden-Touchpoints wie ein Call Center, ein Online Shop oder Online Portal sowie Aussendienstmitarbeiter brauchen die für einen Geschäftsvorgang relevanten Daten auf Knopfdruck. Dies dauert mit klassischen Suchanfragen in operativen Systemen viel zu lange. Einstweilig und pragmatisch hat man sich vielerorts mit Zwischen-Datensammlungen behelfen (Operational Data Stores,



ODS). Nun stehen verschiedene solcher ODS für verschiedene Abteilungen pro Anwendung voneinander getrennt bereit. Die neuen Geschäftsmodelle verlangen aber nach einer Gesamtsicht auf den Kunden und nicht mehr aus einer abteilungs- oder produktbezogenen Perspektive. Deshalb unternehmen Firmen grosse Anstrengungen im Bereich der Datenintegration, Datenqualität und im Master Data Management – die Resultate sind aber vielfach wiederum fragmentierte Datensammlungen und weitere redundante Daten. Dutzende Schnittstellen stellen eine weitere komplexe Herausforderung an die Informatik dar.

Die «Super Datensammlung»

Benötigt wird eine «Super Datensammlung», die alle relevanten und im Tagesgeschäft benötigten Information in Sekundenschnelle verfügbar macht – ein Master Data Management System (MDM). Zudem muss das System so flexibel sein, um hinsichtlich neuer Kundenberührungspunkte effizient erweitert zu werden und ohne ein grosses Projekt mit entsprechend langem «time to market» aufsetzen zu müssen. Die Wege dahin sind je nach Maturität der vorhandenen Systeme und IT-Architekturen verschieden.

In der Praxis zeigen sich zwei wesentliche Umsetzungsszenarien: Der Einsatz eines vorkonfektionierten Master Data Management Systems oder der eigene Aufbau einer Master Datenbank mit Zuhilfenahme von Datenintegrationswerkzeugen. Letzteres wird vor allem dann eingesetzt, wenn schon ein bestehendes, selbst entwickeltes System weiterverwendet werden soll, dieses aber serviceorientierter ausgerichtet werden soll. Die Einführung eines eigenen MDM Systems

rechnet sich, wenn noch kein zentrales Mastersystem vorhanden ist oder ein solches aufgrund des Alters und der Komplexität durch ein Standardprodukt abgelöst werden soll.

Die Datenqualität sichern

Strategisch weitgehend unbeachtet blieb bisher das Thema «Datenqualität». Man begnügte sich mit periodischen manuellen Bereinigungen durch Temporärarbeitskräfte und dem Einsatz von Adress-Abgleichs-Werkzeugen. Diese arbeiten auf einer simplen Ja/Nein-Übereinstimmungslogik. Graubereiche müssen deshalb manuell entschieden werden – eine unlösbare Aufgabe bei Zehntausenden von Einträgen. Typischerweise sind 4-6 Prozent Dubletten vorhanden – in als «gut» bewerteten Datenbeständen.

Diese zu finden und zu beseitigen ist die Aufgabe eigentlicher Data Cleansing Softwareprodukte, die unter Zuhilfenahme von mathematischen Modellen eine intelligente Logik zur Verfügung stellen. So kann die Bereinigung neben Namen und Adressen auch auf Produkte und andere Daten ausgeweitet werden. Werden nun Master-Daten-Bestände neu geschaffen, so ist der Datenqualität entsprechend viel Aufmerksamkeit zu schenken. Dazu gehört auch die Organisation finanzieller Ressourcen und die Anpassung von Prozessen.

Für kundenzentrierte Geschäftsmodelle stehen heute IT-Integrations-Werkzeuge bereit, um Master Daten unter Berücksichtigung moderner Datenqualitätssicherungs-Werkzeuge nachhaltig zur Verfügung zu stellen. Dank ihnen gelingt es, die gesetzten Geschäftsziele effektiv zu unterstützen. □

