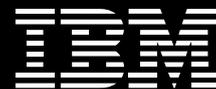
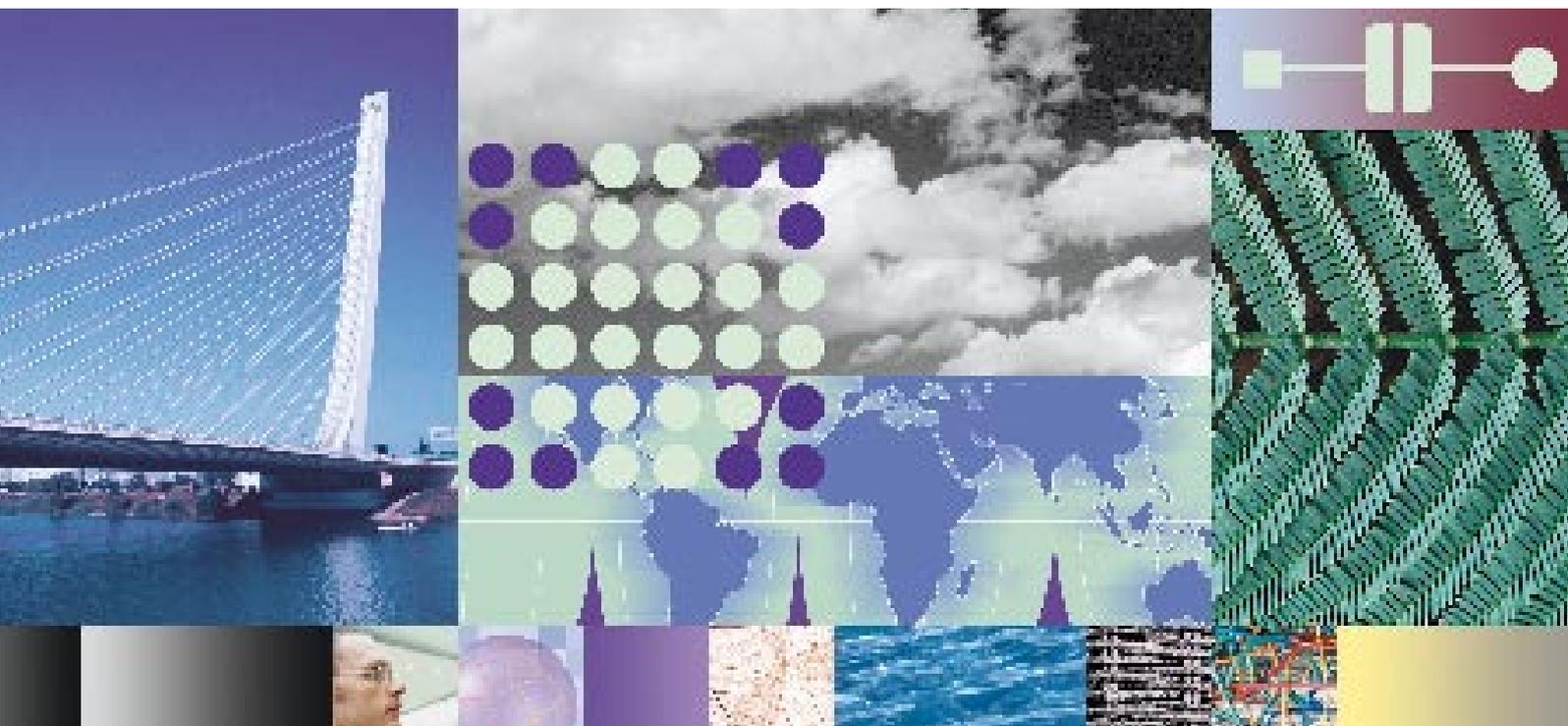


Des solutions d'intégration des données client  
pour vous aider à atteindre vos objectifs métier



**WebSphere.** software



**Vous permet d'accroître vos ventes et vous offre des opportunités  
de service en unifiant les données client sur tous les canaux**

## **Présentation d'IBM WebSphere Customer Center**

### **Solutions d'intégration des données client**

IBM WebSphere Customer Center, appartenant à la famille des produits MDM (Master Data Management), offre l'architecture stratégique nécessaire aux sociétés pour résoudre leurs difficultés de gestion des clients en entreprise et tirer profit de leurs investissements en matière de gestion de la relation client (Customer Relationship Management ou CRM).

Les analystes industriels ont identifié "le problème de fond des projets CRM" et sont venus à la conclusion qu'ils présentaient une faible qualité, exhaustivité et disponibilité des données client. WebSphere Customer Center permet aux entreprises de résoudre ce problème de fond en offrant une vue unique du client faisant autorité ainsi que des processus métier pour gérer les données client partagées au niveau du front et du back office. Contrairement à des fichiers d'information client (Customer Information Files ou CIFs) existants, qu'ils soient autonomes ou d'arrière guichet, WebSphere Customer Center est un middleware temps-réel orienté service qui gère les transactions et les processus métier centrés sur le client, tout en mettant l'accent sur de "nouveaux" processus et savoir-faire client en entreprise, tels que l'historique d'interaction, les notifications d'événements, les règles en matière de vie privée et d'accès aux données personnelles, les relations client (particuliers, entreprise, fournisseur) et les profils de rentabilité de la clientèle. WebSphere Customer Center a été créé et conçu dans le but de faire partie intégrante des environnements d'architecture orientée service (SOA).





Pour passer d'un modèle centré sur le produit à un modèle métier centré sur le client, beaucoup d'entreprises ont investi considérablement dans les solutions CRM mais nombre de ces initiatives n'ont pas réussi à atteindre les résultats escomptés. La raison principale est que les middleware CRM traditionnels sont largement capables de prendre en charge un canal donné ou une fonction de ventes (comme les centres d'appel ou l'automatisation de la force de vente), mais ils ne sont pas conçus pour faire face à la complexité de la gestion client au niveau de l'entreprise. Par conséquent, les initiatives CRM s'évertuent à surmonter les difficultés liées à la synchronisation des données, à l'évolutivité et à l'intégration multicanal et de nombreuses entreprises sont contraintes de procéder à des modifications et à des extensions onéreuses. Le vrai problème réside dans le fait que, malgré le temps et les ressources significatives déjà investis dans les solutions CRM, de nombreuses entreprises souffrent encore d'une vision encore trop étroite de l'entreprise et de l'absence d'un environnement de mise à jour de leurs clients, ce qui donne lieu à un service incohérent entre les canaux, à des opportunités manquées de ventes croisées et incitatives et de multiples versions de la confiance client.

WebSphere Customer Center résout ces difficultés en offrant aux solutions CRM, aux canaux et systèmes back office existants au sein des entreprises une vue client unifiée et un service de mise à jour. En connectant ces systèmes à un hub client d'entreprise, WebSphere Customer Center offre une vue unifiée du client sur l'ensemble des silos métier et produit. Il offre cette vue unique et cet environnement de mise à jour à tous les canaux et middleware CRM, permettant ainsi l'intégration et un service client cohérent. Cette solution aligne également ces systèmes multicanal sur des systèmes back office multiproduit en temps-réel, fournissant "une fois pour toutes" un traitement du client et une source unique de la confiance client au sein de l'entreprise.

### **Fournir un service client cohérent sur l'ensemble des canaux**

WebSphere Customer Center améliore le service client, la satisfaction et la fidélité en fournissant à tous les canaux une vue client unifiée et un environnement de mise à jour

### **Obtenir une vue du client unique et cohérente**

WebSphere Customer Center identifie le client et toutes les données relatives à celui-ci et les partage avec tous les systèmes opérationnels afin d'améliorer les processus métier. WebSphere Customer Center identifie et supprime les clients en double qui se trouvent dans les systèmes opérationnels, permettant ainsi de réduire de manière significative les erreurs et les coûts. WebSphere Customer Center conserve également des métadonnées concernant les données client détenues dans d'autres systèmes source afin de gérer et synchroniser les données client au sein de l'entreprise.

### **Augmenter le chiffre d'affaires**

Par l'unification de l'information client sur l'ensemble des données métier et produit, WebSphere Customer Center permet d'identifier les clients et les ménages à forte valeur et de leur proposer des services ainsi que des offres commerciales personnalisés. WebSphere Customer Center permet également aux entreprises de répondre aux événements client en temps réel en notifiant les parties intéressées ou les systèmes CRM des opportunités de ventes croisées et incitatives.

### **Réduire les dépenses d'exploitation**

WebSphere Customer Center fournit une fois pour toutes un traitement du client sur l'ensemble des unités et systèmes métier. Contrairement aux solutions d'intégration de données client simples qui fournissent seulement une "vue" sur le client, WebSphere Customer Center administre les données client de façon centralisée afin de créer des économies d'échelle et permettre de réduire de façon considérable les coûts de traitement.

### **Reduire les dépenses informatiques**

WebSphere Customer Center réduit les coûts de déploiement CRM en dissimulant la complexité du back office et en fournissant un point unique d'intégration des données client. Ceci peut permettre de réduire les coûts d'intégration du middleware, de maintenance et de mise à niveau et simplifie la complexité architecturale.

### **Réduire les coûts et le temps de fusion et d'acquisition**

WebSphere Customer Center offre un "chassis" client qui permet une intégration rapide des systèmes de front et back office des entreprises rachetées. En fournissant un hub d'intégration ouvert non lié à un fournisseur, WebSphere Customer Center permet d'ajouter en toute sécurité de nouveaux canaux et systèmes back office.

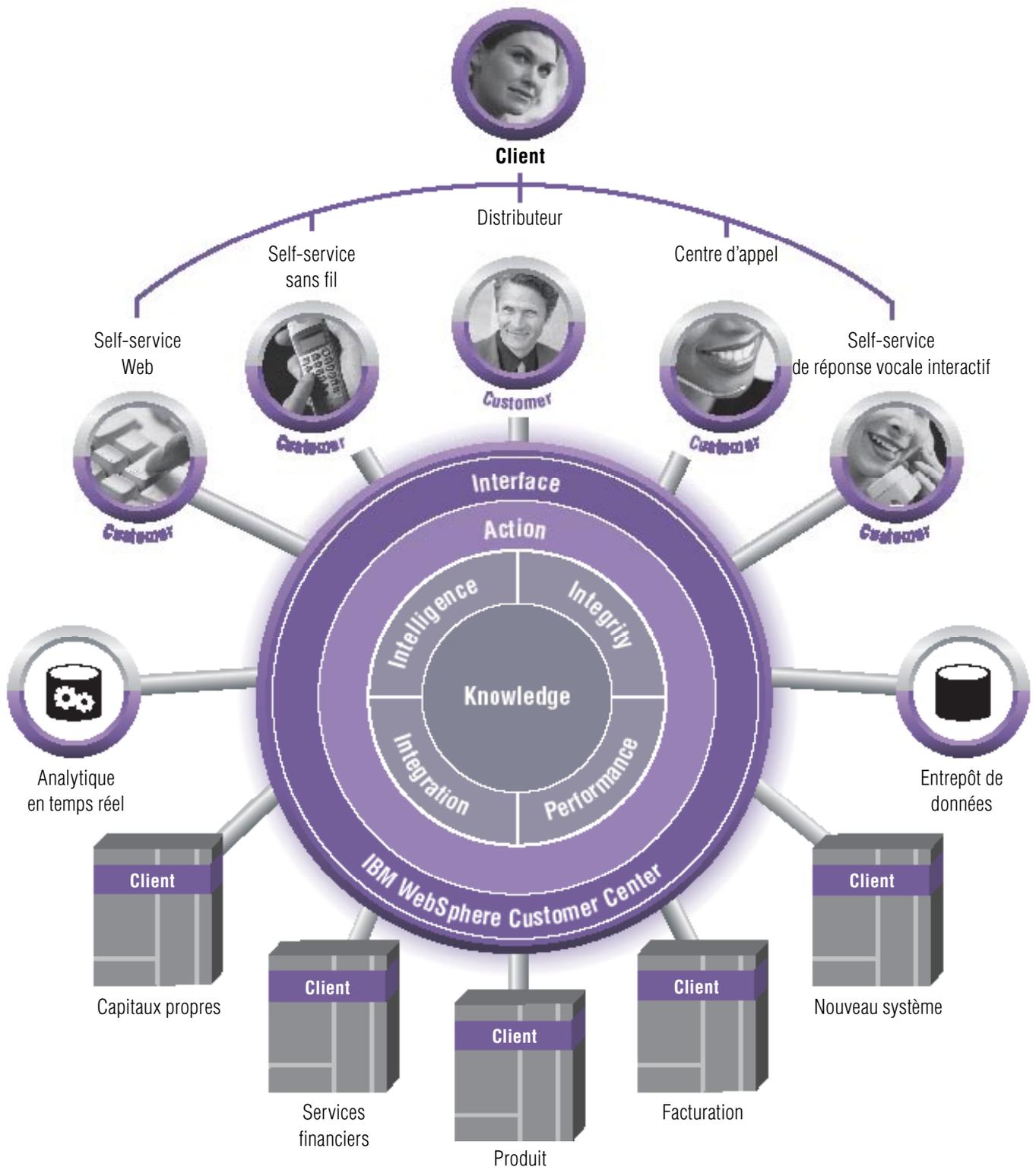
### **Se conformer aux exigences légales et relatives à la vie privée**

WebSphere Customer Center prévoit un emplacement central pour établir un suivi des données relatives à la vie privée et pour gérer les exigences légales. En établissant de manière centralisée un suivi des sollicitations privilégiées par exemple, WebSphere Customer Center s'assure que les campagnes marketing ne sont pas envoyées aux clients qui ont fait retirer leur nom de la liste de diffusion, évitant ainsi les dépenses inutiles de publipostage et de télémarketing ainsi que les éventuelles amendes relatives à la vie privée.

### **Elasticité opérationnelle**

WebSphere Customer Center est conçu pour prendre en charge des millions de dossiers client dans un environnement propice à de nombreuses transactions

*“WebSphere Customer Center permet également aux entreprises de répondre aux événements client en temps réel en notifiant les parties intéressées ou les systèmes CRM des opportunités de ventes croisées et incitatives.”*



*Le logiciel WebSphere Customer Center d'IBM est l'unique solution d'intégration de données client axée essentiellement sur la gestion opérationnelle de transaction des données client*

WebSphere Customer Center est le seul hub d'intégration de données client axé essentiellement sur une gestion opérationnelle de transaction des données client. WebSphere Customer Center est le leader reconnu dans l'intégration des données client pour les raisons suivantes :

- *WebSphere Customer Center est un hub client fiable. Il contient plus de 480 services métier prêts à être utilisés. Ces services gèrent à la fois des processus métier client complexes et des requêtes et mises à jour de données client simples ; cela permet à WebSphere Customer Center d'être un hub de processus métier pour les transactions centrées sur le client.*
- *WebSphere Customer Center contient des actions (services métier) qui sont à la fois réactives et proactives. WebSphere Customer Center réagit aux requêtes des middleware et canaux et répond par des données client exploitables et en temps-réel. WebSphere Customer Center identifie de manière proactive les événements client et répond en temps-réel,*

*alertant les autres middleware de l'événement détecté.*

- *WebSphere Customer Center est un hub client intelligent. Il contient plusieurs composants métier logiques pré-intégrés afin de gérer les règles métier, la détection et la gestion d'événements, les règles relatives à la vie privée et à la sécurité, la validation des données et le traitement des doublons suspects. WebSphere Customer Center apporte son intelligence aux transactions opérationnelles, y compris l'aptitude à en déduire une perception du client en temps-réel et de gérer les événements client.*
- *WebSphere Customer Center est conçu pour être implémenté au sein d'une SOA et est un parfait middleware orienté service.*
- *WebSphere Customer Center contient une fonctionnalité d'intégration sophistiquée et n'est lié à aucune CRM frontale et à aucun système back office.*
- *WebSphere Customer Center est développé selon une technologie leader (Java™ 2 Platform, Enterprise Edition [J2EE] Enterprise JavaBeans [EJB]).*

- *WebSphere Customer Center peut se vanter d'implémentations avec quelques unes des entreprises faisant partie des plus grandes du monde et travaille avec leurs multiples systèmes de customer-facing et systèmes dorsaux de traitement.*
- *WebSphere Customer Center gère les nouvelles données client d'entreprise et les processus métier: les profils de vie privée, les préférences des clients, l'historique d'interaction intercanal, les relations client, les profils de valeur, le traitement des doublons suspectés, les notifications d'événements entre autres.*
- *WebSphere Customer Center exploite la perception et la connaissance du client. Il gère la perception du client au sein du service marketing, comme les données sur les particuliers, les indices de la valeur du client, les indicateurs de rentabilité, leur versatilité, etc, et injecte ces enseignements tirés du client dans les processus opérationnels.*

#### **Pour plus d'informations**

Pour en savoir plus sur le logiciel WebSphere Customer Center d'IBM, rendez-vous sur le site Web à l'adresse suivante :

[ibm.com/software/data/masterdata/launch.html](http://ibm.com/software/data/masterdata/launch.html)

*“WebSphere Customer Center contient une fonctionnalité d'interaction sophistiquée et n'est lié à aucune CRM frontale et à aucun système back office.”*



**Compagnie IBM France**

Tour Descartes - La Défense 5  
2, avenue Gambetta  
92066 - Paris La Défense Cedex  
Tél. : 0810 011 810

[ibm.com/services/fr](http://ibm.com/services/fr)

IBM Belgium

Avenue du Bourget/Bourgelaan, 42

b- 1130 Brussels

[ibm.com/services/fr](http://ibm.com/services/fr)

La page d'accueil d'IBM se trouve sur :

**[ibm.com](http://ibm.com)**

IBM, the logo IBM, [ibm.com](http://ibm.com) et WebSphere sont des marques d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Java et toutes les marques basées sur Java sont des marques de Sun Microsystems, Inc. aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les autres raisons sociales, noms de produit et noms de service peuvent être des marques ou des marques de service de leurs propriétaires respectifs.

Imprimé aux Etats-Unis d'Amérique  
11-05

© Copyright IBM Corporation 2005  
Tous droits réservés