

# Case Study

<b>Kunde</b>		Weltweit agierendes Telekommunikations- unternehmen
<b>Branche</b>		Telekommunikation
<b>Projekt</b>		Kundenmanagement
<b>Dauer</b>		12 Monate

Mit mehr als 30 Millionen Privat- und Geschäftskunden zählt der Geschäftsbereich Breitband- und Festnetz eines führenden deutschen Telekommunikations-Unternehmens auch international zu den größten seiner Art. Der strategische Schwerpunkt liegt neben dem wachstumsstarken Breitbandmarkt auf der optimalen Kundenbetreuung und -bindung im Kerngeschäft der Sprachkommunikation.

## Wie aus Daten Informationen werden

### Die Aufgabe

Die Millionen von Kundendaten lagen bei dem Telekommunikations-Unternehmen bislang in vielen verschiedenen Systemen vor. Ihre Nutzung als aussagekräftige Informationen, zum Beispiel für Marketingkampagnen, war durch diese verstreute Vorhaltung nur schwer möglich.

Zugleich verhinderte die dezentrale Datenhaltung, dass die einzelnen Fachabteilungen reibungslos auf die Informationen zugreifen und diese in ihre Arbeitsprozesse integrieren konnten.

Benötigt wurde ein zentrales Dispositivsystem, das den verschiedenen Unternehmensbereichen schnelle und detaillierte Analysen ermöglicht und dabei so flexibel ist, dass es sich stetig ändernde Firmenprozesse abbilden kann.

### Die Lösung

Decadis entwickelte in Zusammenarbeit mit dem Telekommunikations-Unternehmen ein zentrales Data - Warehouse, in dem alle Kundendaten erfasst werden.

Mit dem neuen System lassen sich durch Business Intelligence vielfältigste Informationen aus der Datenflut erzeugen und hieraus optimale Strategien ableiten.

Mehrere angebundene Data Marts dienen dazu, Schlüsselanalysen einzelner Geschäftsbereiche, beispielsweise für Kundenkampagnen, präzise und nutzerfreundlich auszuführen.

So können zum Beispiel Vertrieb und Marketing mit dem Data Mart für Relationship Management ermitteln, welche Kunden Potenziale für Schlüsselprodukte wie DSL aufweisen oder wie affin ein Kunde für ein bestimmtes Angebot sein wird.

Diese Erkenntnisse stehen dann als Basis für die Durchführung von Kundenkampagnen bereit. Vorher-Nachher-Analysen dieser Kampagnen tragen zusätzlich dazu bei, Folgekampagnen immer weiter zu verfeinern.

Die Konzeption und Schnittstellenbeschreibung von Data Warehouse und Data Marts sind so offen gestaltet, dass neue IT-Komponenten oder Datensätze des Unternehmens problemlos integriert werden können. Für künftige Veränderungen des Produktportfolios oder interner Strukturen und Prozesse ist das System so schon heute gerüstet.

Gleichzeitig sorgt die zentrale Datenhaltung für eine permanente Steigerung der Daten- und somit der Informationsqualität.

## Das Projekt

Gemeinsam mit dem Kunden analysierte das sechsköpfige Decadis-Projektteam, aus welchen Quellen Daten für Strategieentwicklungen und Kundenkampagnen benötigt werden und welche Prozesse und Systeme an Data Warehouse und Data Marts angebunden werden müssen.

Anschließend fixierte man im Dialog die fachlichen Anforderungen an das neue IT-System. Im Mittelpunkt stand hier die Frage, wie sich die vom Kunden gewünschten Funktionen mit einem maximalen Mehrwert abbilden lassen.

Im Rahmen der Systemanalyse bewertete Decadis Leistungsfähigkeit und Defizite der bereits vorhandenen Hardware- und Software-Komponenten sowie der systemischen Prozesse.

In der Konzeptionsphase entwickelte das Projektteam zusammen mit dem Telekommunikationsanbieter ein Funktionsmodell des Data Warehouse und der angebundenen Data Marts. Darüber hinaus übernahm Decadis die Datenmodellierung für das neue System.

Auch die Umsetzung des Data Marts für Relationship Management lag in den Händen von Decadis. Hier stand die Gestaltung einer flexiblen und benutzerfreundlichen Oberfläche sowie einer Schnittstellenbeschreibung, mit der auch künftige neue Daten und Komponenten einfach integrierbar sind, im Vordergrund.

Nach umfangreichen Qualitätstests konnte das neue System zwölf Monate nach Projektbeginn zur Zufriedenheit des Kunden an den Start gehen.

Decadis betreut seither den Data Mart für Relationship Management, kümmert sich um die Instandhaltung und steht den Nutzern bei allen Fragen zur Verfügung.

## Der Nutzen

Der Kunde erhielt mit diesem Projekt die Grundlage für eine deutlich wirtschaftlichere, schnellere und zielgenauere Planung und Steuerung von Kundenkampagnen.

Desweiteren wurde die Basis zur Erstellung detaillierter Kundenanalysen und statistischer Modelle (Data Mining) geschaffen und es bietet alle Möglichkeiten für ein transparentes Kampagnen-Controlling und für eine exakte Ableitung von Folgekampagnen.

**Kunde**  
Weltweit agierendes Kommunikations-Unternehmen

**Branche**  
Telekommunikation

**Aufgabe**  
Zusammenführung vieler bislang voneinander unabhängiger Datenhaltungssysteme zum effizienteren Kundenmanagement

**Kundennutzen**

- Wirtschaftlichere, schnellere und zielgenauere Planung und Steuerung von Kundenkampagnen
- Erstellung detaillierter Kundenanalysen und statistischer Modelle (Data Mining)
- Transparentes Kampagnen-Controlling und exakte Ableitung von Folgekampagnen

**Projektdauer**  
12 Monate

**Technologie**

- SAS 9.1
- DBMS Oracle
- IBM AIX 5.2
- Windows XP

**Ihr Ansprechpartner:**  
Udo Chojetzki  
Tel: 0261-96373-110

**Decadis AG**  
Viktoriastraße 15  
56068 Koblenz  
Tel: 0261-96373-0  
Fax: 0261-96373-199  
www.decadis.de