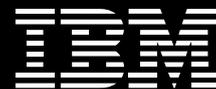


Des solutions d'intégration des données client
pour vous aider à atteindre vos objectifs métier



WebSphere. software



Une vision à 360° de vos données clients pour développer vos ventes et vos opportunités.

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 les fonctions pour tirer plus de profit des investissements en matière de gestion de la relation client (Customer Relationship Management ou CRM).

Les analystes et consultants en entreprise 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. A la différence des systèmes de gestion de données client autonomes ou intégrés, WebSphere Customer Center est une plateforme logicielle temps-réel orientée services. Elle 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 des interactions, les notifications d'événements, les règles de respect des données privées, les relations client (particulier, 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 services (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 trop limitée de leurs clients et de l'absence d'un environnement de mise à jour de leurs données client, ce qui donne lieu à un service incohérent entre les canaux, à des opportunités manquées de ventes croisées et promotionnelles et de multiples interprétations sur la fidélité de leurs clients.

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 métiers et produits. 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 en temps réel les données des systèmes back-office et les systèmes attachés aux différents canaux de vente. Elle fournit, en une seule opération, un traitement des données client via ces différents systèmes. Elle se positionne comme la source unique de données de référence sur les clients.

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 pour leur 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 les autres 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 fort potentiel pour leur adresser des offres commerciales personnalisées. 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 promotionnelles.

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 bénéficier d'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 la maintenance et de mise à niveau et simplifie la complexité de l'architecture.

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

WebSphere Customer Center offre un environnement opérationnel 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 communications marketing 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.

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 promotionnelles.”

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

- *WebSphere Customer Center est un hub client complet. 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 ; pour les transactions centrées sur le client, cela permet à WebSphere Customer Center d'être un hub pour les processus métier.*
- *WebSphere Customer Center offre un catalogue de services métier qui sont à la fois réactives et proactives. WebSphere Customer Center réagit aux requêtes des différents systèmes 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 applications de l'événement détecté.*

- *WebSphere Customer Center est un hub client intelligent. Il intègre plusieurs composants métier logiques 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 un profil du client en temps-réel et de gérer les événements client.*
- *WebSphere Customer Center est conçu pour être implémenté au sein d'une architecture orientée services.*
- *WebSphere Customer Center contient des fonctions d'intégration sophistiquée et n'est lié à aucune solution CRM frontale et à aucun système back office particulier.*
- *WebSphere Customer Center est développé sur Java™ 2 Platform, Enterprise Edition [J2EE] Enterprise Java Beans [EJB].*
- *WebSphere Customer Center accueille et gère les nouvelles données client et les processus*

métier : la segmentation de la clientèle, les préférences des clients, l'historique d'interaction intercanaux, les relations client, les profils de valeur, le traitement des doublons, les notifications d'événements.

- *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

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



Compagnie IBM France

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

ibm.com/services/fr

IBM Belgium
Avenue du Bourget/Bourgelaan, 42
b- 1130 Brussels

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

ibm.com

IBM, le logo IBM, 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