



Multiform Master Data Management: una vista a 360° sui clienti, prodotti e servizi

Cecilia Cazzaniga
IM Technical Sales

IBM Information On Demand 2008
>>> Comes To You

ALLA LUCE DELL'INFORMATION ON DEMAND
Milano, 15 aprile 2008

Information On Demand

Usare tutto il valore di business delle informazioni



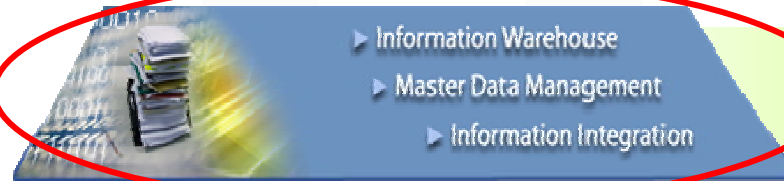
Customer & Product Profitability *Financial Risk Insight* *Workforce Optimization* *Dynamic Supply Chain* *Multi-Channel Marketing*

Strumenti per comprendere meglio le informazioni e ottimizzare le performance del business



IBM Cognos 8 Planning
IBM Cognos 8 BI
IBM Cognos TMI

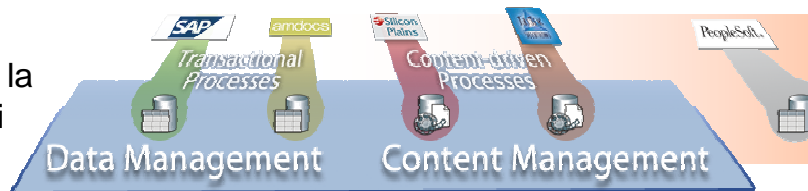
Infrastruttura SOA per distribuire informazioni complete, affidabili e tempestive



IBM InfoSphere Warehouse
IBM InfoSphere MDM Server
IBM Information Server

Architettura flessibile a protezione degli investimenti

Base solida ed efficiente per la gestione di dati e contenuti



DB2, IMS, Informix,
Optim, IBM ECM

Master Data Management (MDM)

I Processi Applicativi ed i Problemi Funzionali

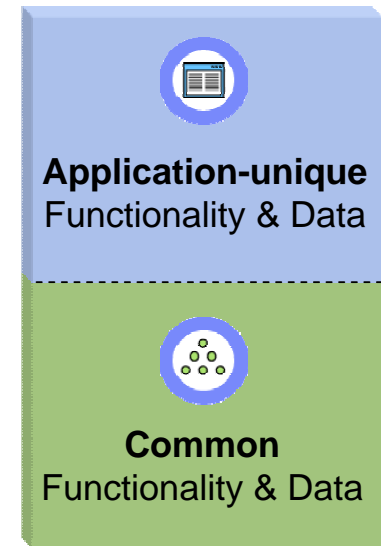
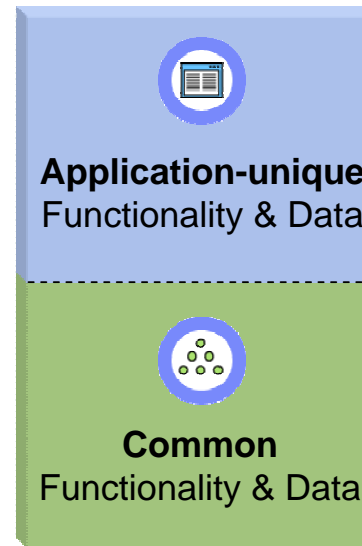
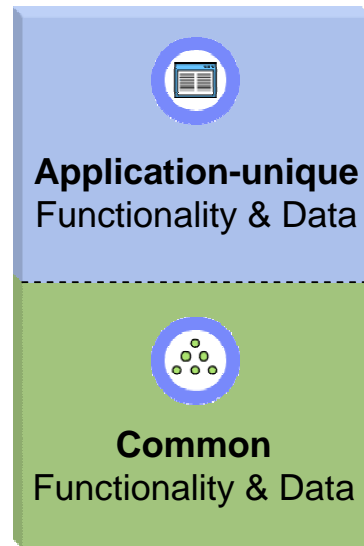


CRM

Fatturazione

ERP

Dati e funzioni
uniche per ogni
applicazione



Dati e funzioni
comuni a tutte le
applicazioni:
Clienti, Prodotti,
Servizi

Sintomo

I dati sono inaccurati, incompleti
e in conflitto con quelli di altri
sistemi

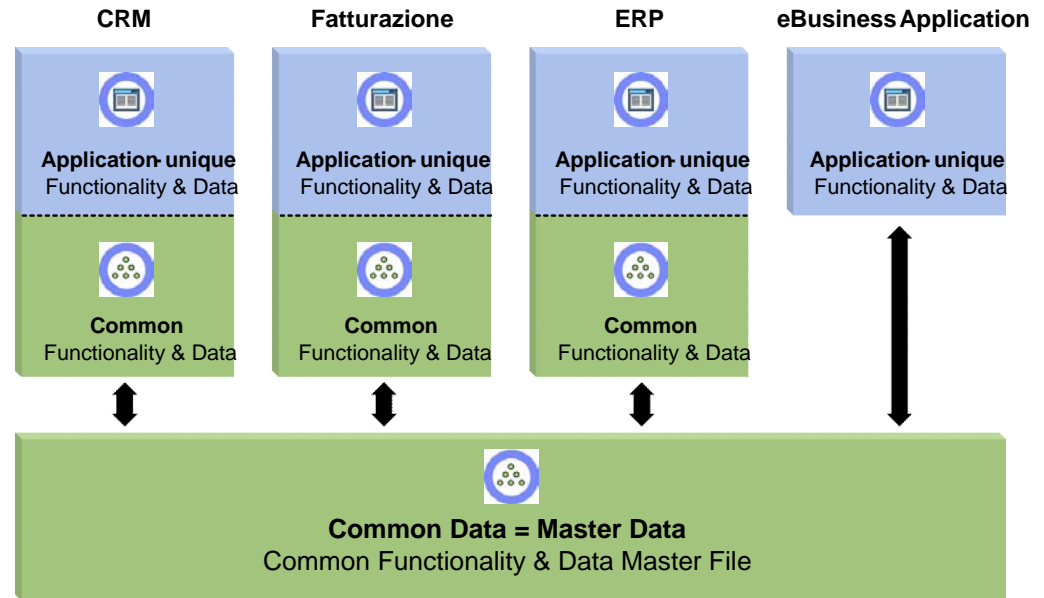
Causa

Dati e funzioni comuni sono
organizzati in "silos" diversi



Definizione di Master Data:

- Informazioni chiave che descrivono entità critiche per il business
- Informazioni di grande valore che impattano i più importanti processi di business
- Generalmente presenti in “silos”, in processi, applicazioni e reparti diversi



Definizione di Master Data Management

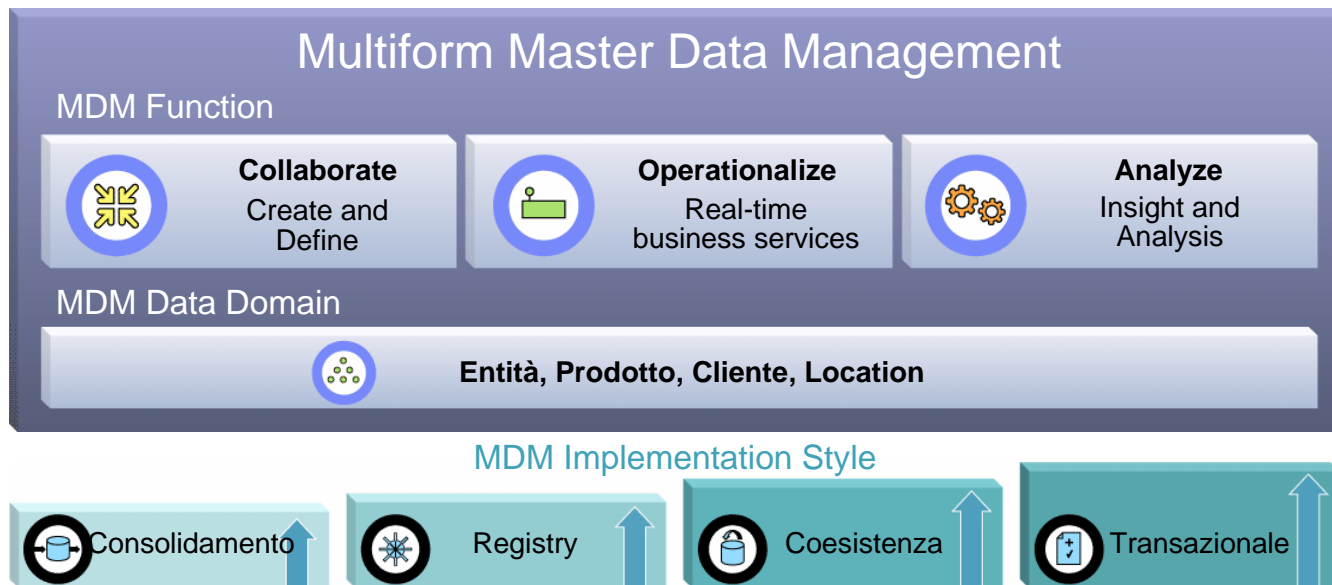
- Supporta tutte le applicazioni che creano e consumano i master data
- Contiene le funzionalità per il sistema di riferimento per i master data
- Mantiene le relazioni tra le entità master data
- Gestisce l'intero ciclo di vita dei master data
- Supporta tutti gli approcci di implementazione

La Strategia IBM: Multiform MDM



Il Master Data Management ha 3 requisiti:

1. **Dominio Dati** – Gestione master data per anagrafiche, prodotti, account e location – e mantenimento delle relazioni tra di essi
2. **Funzioni MDM** – Processi di business associati ai Master Data
3. **Approcci di implementazione** – Consolidamento, Registry, Coesistenza, Transazionale

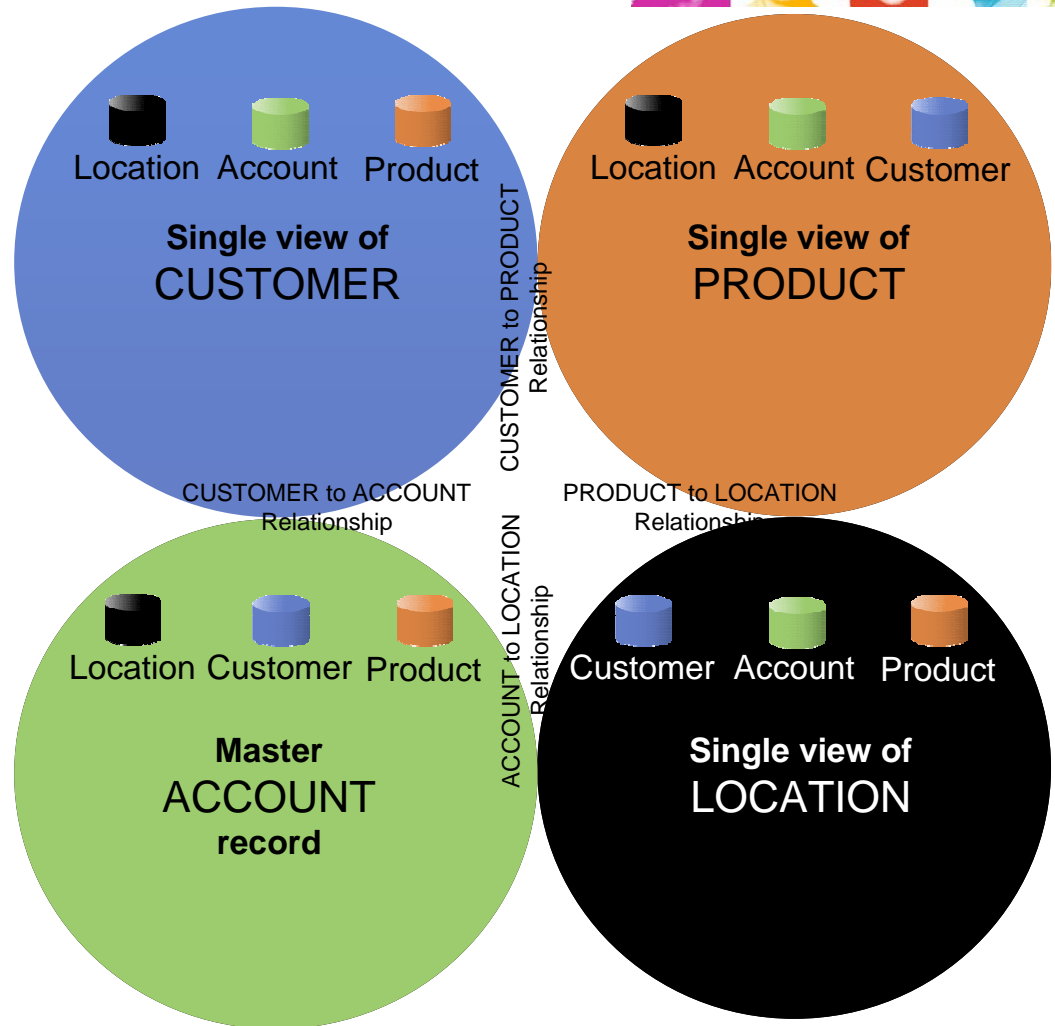


Il percorso verso il MDM inizia da un Singolo Dominio di Dati



- Molte organizzazioni cominciano il loro percorso verso il MDM con un progetto minimo e relativo ad un singolo dominio
- In aggiunta al primo dominio, spesso viene aggiunta la gestione di altri domini.
- In questi progetti isolati I dati sono replicati.

Ma i Nuovi Imperativi Industriali introducono la necessità di gestire relazioni tra I diversi domini di dati...
Perciò la tecnologia MDM deve evolvere verso la gestione di domini multipli!





- Una applicazione MDM deve gestire in profondità i dati di un singolo dominio di dati primari (cliente, prodotto, account..)

Multi-domain Relationship Management

- Una applicazione MDM deve gestire e far leva su relazioni complesse tra dati di vari domini per una migliore comprensione dei master data

Multiform Master Data Management

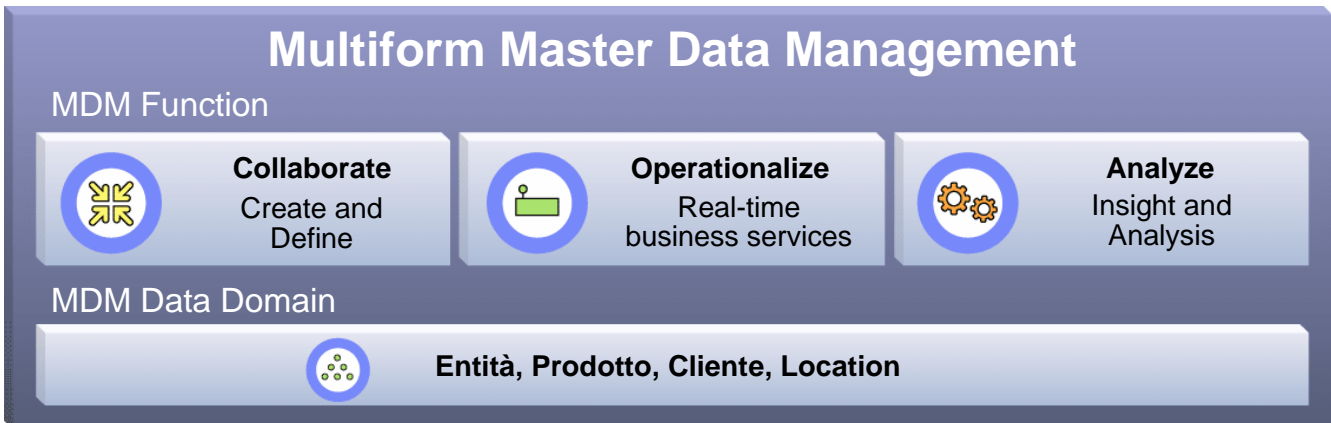
Indirizzare i Problemi più critici



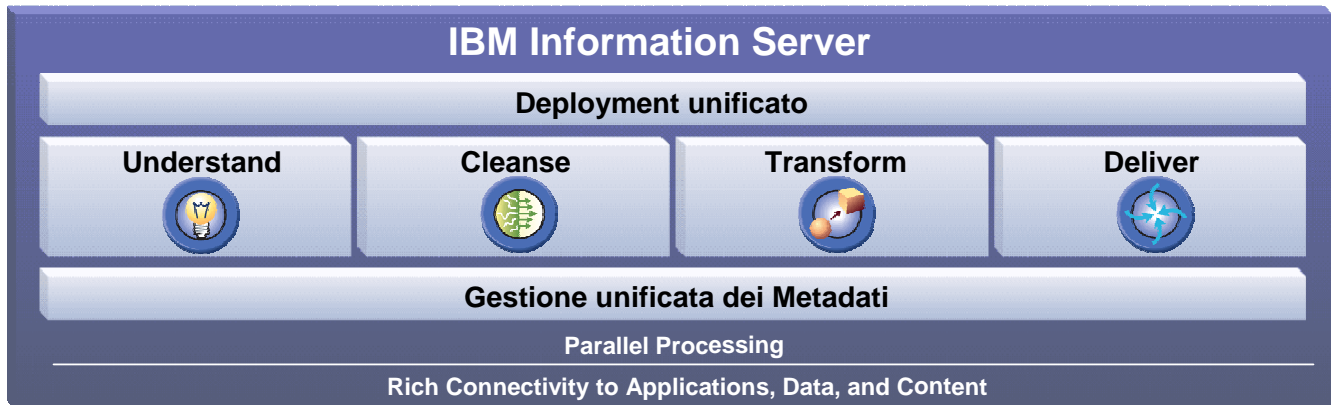
Focus su problemi di business critici e "information intensive"



Multiform MDM gestisce domini dati critici per i processi di business



Multiform MDM fa leva su dati integrati, bonificati e standardizzati con IBM Information Server



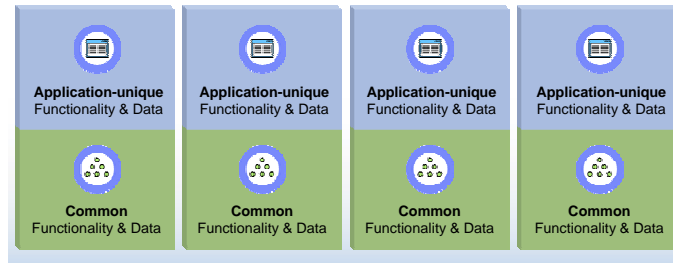
Industry Models & Assets

Multiform Master Data Management

Molteplici Utenti e Molteplici Modi di Utilizzo



Applicazioni Operazionali di Business

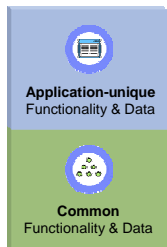


Operational Data Usage

Real-time SOA data access



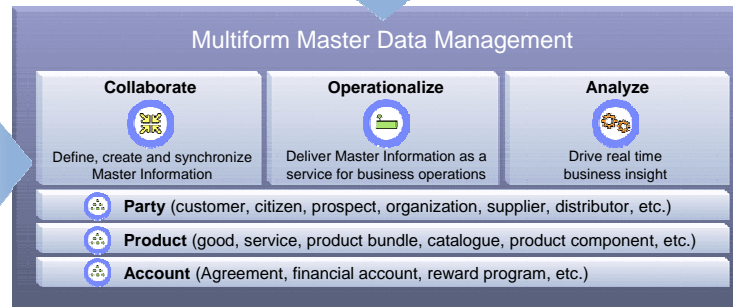
Collaborative Data Usage



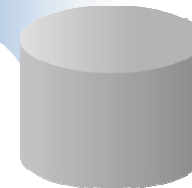
Administrators, trading partners, etc.

Business Applications

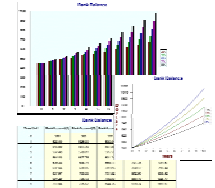
Definire e creare master data



Analytical Data Usage



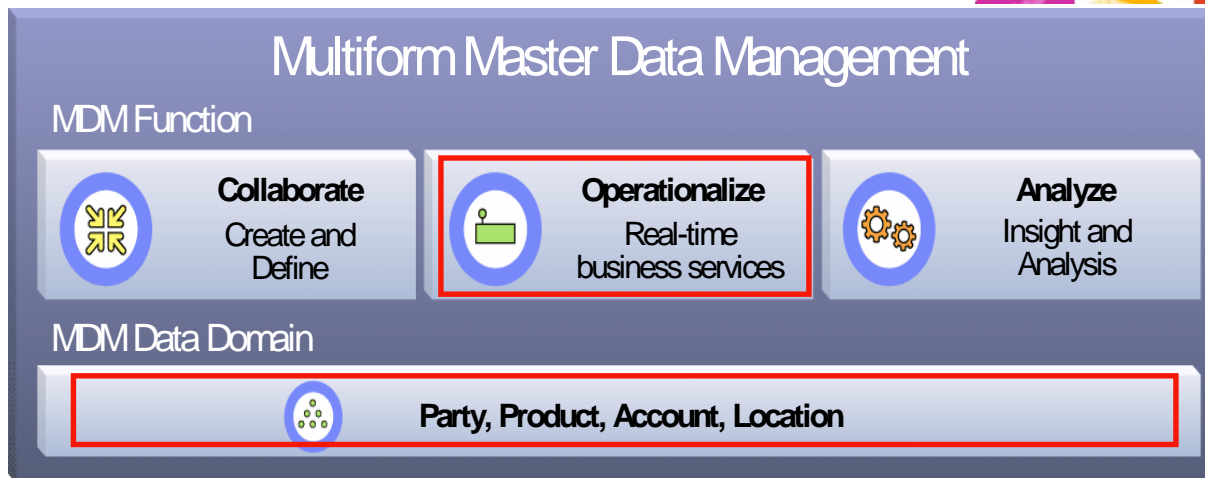
Data Warehouses



Reporting & Analytics

Analizzare master data

Soluzioni IBM MDM per la Customer Data Integration (CDI)



- Gestione del master record completo dei dati dei clienti per tutti i sistemi e i canali
- Supporta tutte le transazioni e la logica di business
- Fornisce dati cliente accurati e completi a tutti i processi che li richiedono
 - Migliora e differenzia il servizio ai clienti
 - Aiuta a incrementare il fatturato grazie al “cross-selling” e la gestione degli eventi
 - Può acquisire dati “nuovi” sui clienti (preferenze di privacy, eventi particolari, interazioni multicanale, ...)
 - Facilita il rispetto delle normative da parte dell’azienda



➤ **Azione**

- 100% service oriented – tutte le funzioni sono “business service” per gestire il “master customer profile”
- Più di 700 business services

➤ **Integrità**

- Componenti per la qualità dei dati integrate nei business services MDM
- Eliminazione dei duplicati, regole di validazione
- Interfaccia utente di Data stewardship

➤ **Intelligenza**

- Regole di Business – rilevazione e notifica di eventi
- Gestione delle modifiche ai dati critici

➤ **Data Governance**

- Privacy, data security & governance – gestione dei ruoli per un accesso granulare

➤ **Conoscenza**

- Modello che gestisce gerarchie anche complesse
- Mantiene l’ “audit trail” sui master data

IBM InfoSphere MDM Server

Non più Isole di Informazioni Cliente

Automatizzazione della gestione del ciclo di vita del cliente



Jane Smith...

- L'indirizzo del cliente viene aggiornato dal Call Center
- L' "Event Management" scopre il cambio d'indirizzo
- Il cambio d'indirizzo è un evento che può interessare le vendite
- La politica di privacy del cliente viene gestita dal sistema
- Il Marketing viene automaticamente informato che bisogna far partire un'azione per la ritenzione del cliente

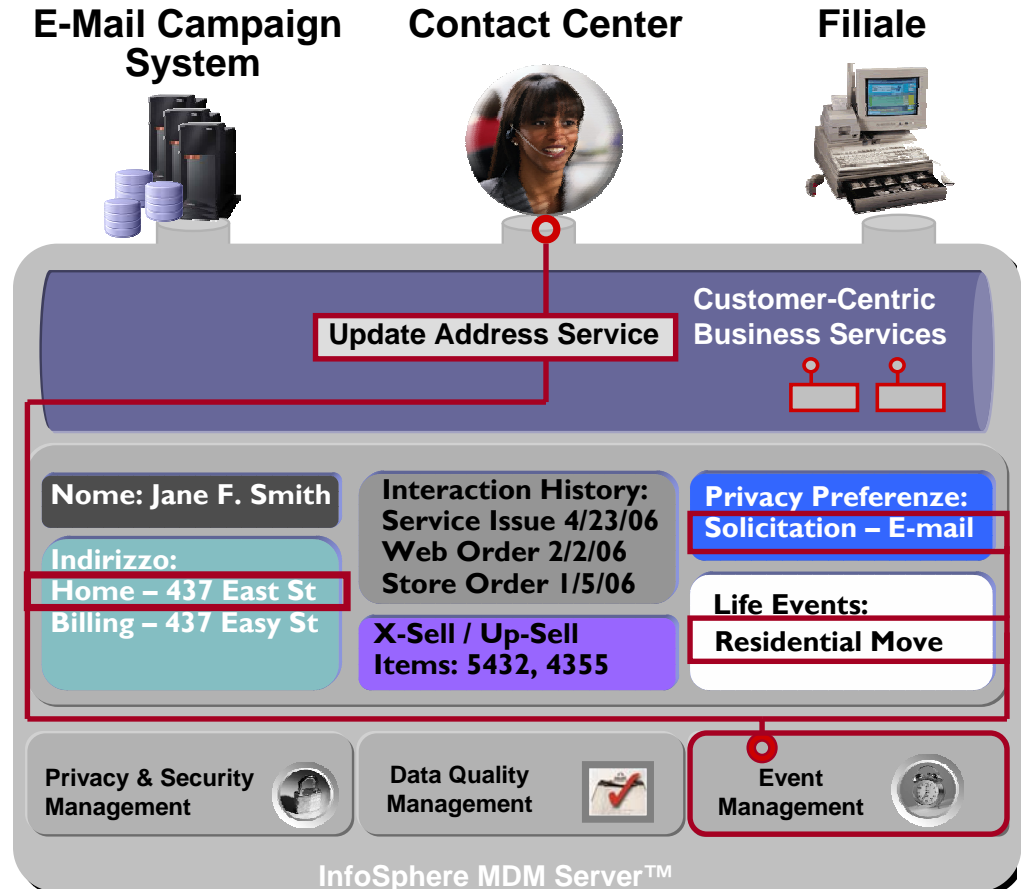
E-Mail Campaign System



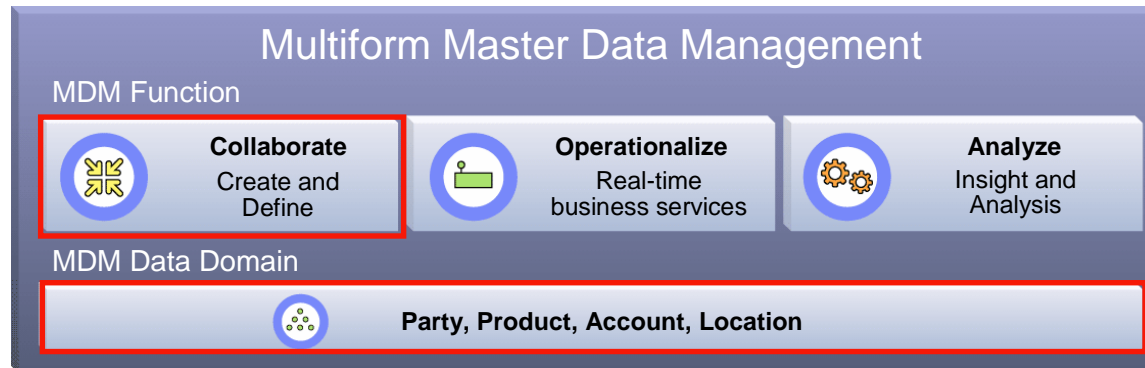
Contact Center



Filiale

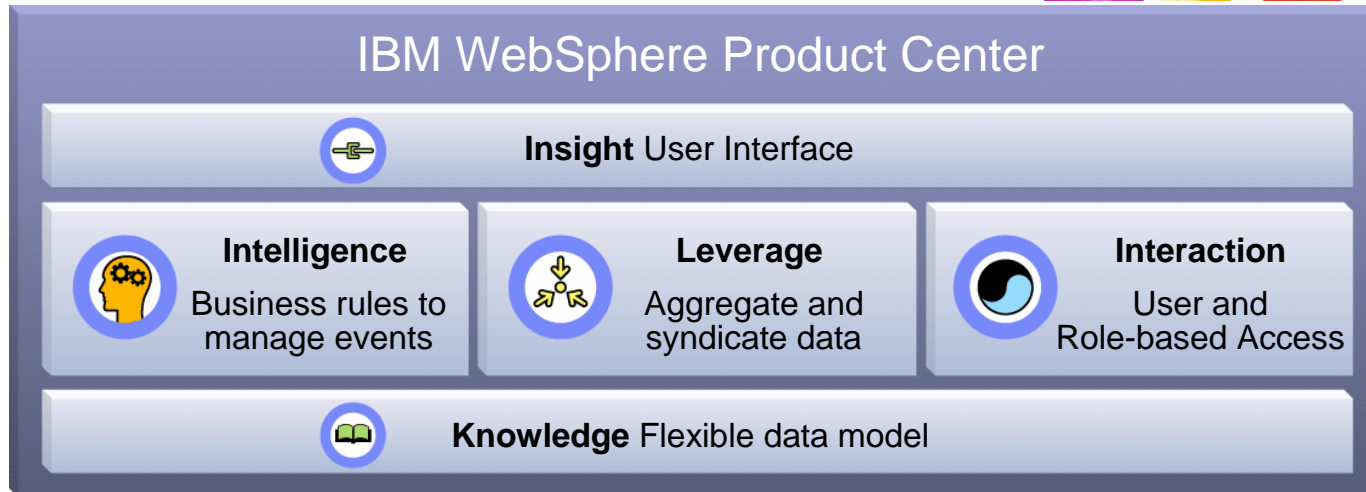


Soluzioni IBM MDM per il Product Information Management (PIM)



Le iniziative strategiche contano su informazioni accurate sui prodotti:

- Nuovi prodotti
 - Siti B2B e B2C
 - Strategia multicanale
 - Efficienza operativa
 - Servizio clienti
 - Gestione di partner e fornitori
 - Comunicazioni ai dipendenti
 - Pubblicazione di materiale aggiornato
- **La Sfida:** manca un unico repository di informazioni sui prodotti
- **La Soluzione:** creare una fonte unica di informazioni usando una soluzione di Product Information Management (PIM)



- Modello dati flessibile
- Allineato ai Processi di Business per riflettere le esigenze di interazione con informazioni sui prodotti da parte di sistemi e persone
- Integrazione Dati e Syndication: possibilità di collegarsi a sistemi esterni, partner e fornitori
- Privilegi di accesso granulari per la massima accuratezza e integrità delle informazioni
- Interfaccia utente Web per la massima facilità di accesso attraverso l'intera organizzazione

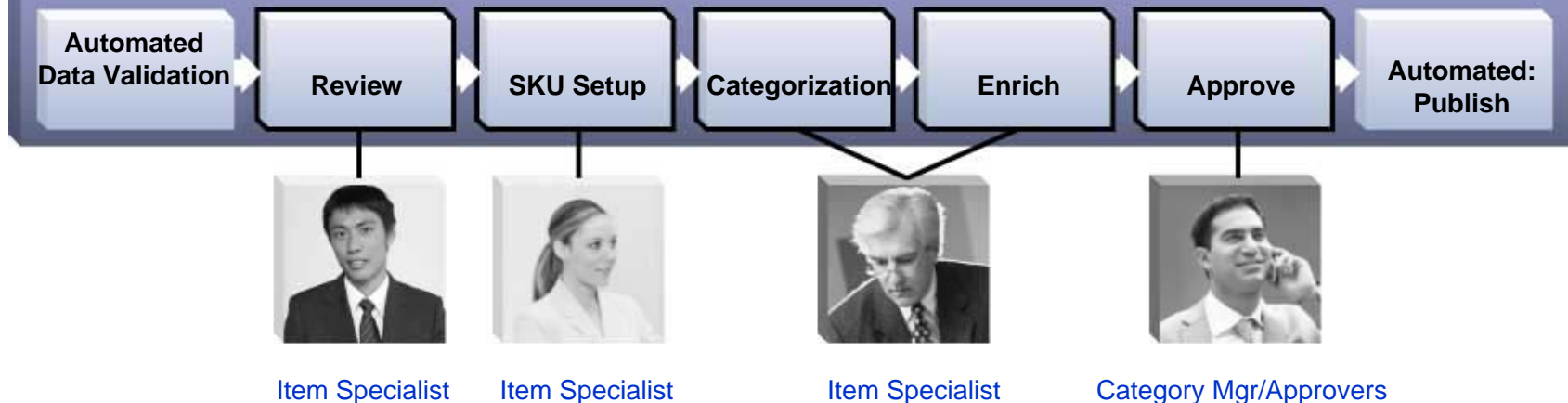
IBM WebSphere Product Center

Introduzione di un Nuovo Prodotto

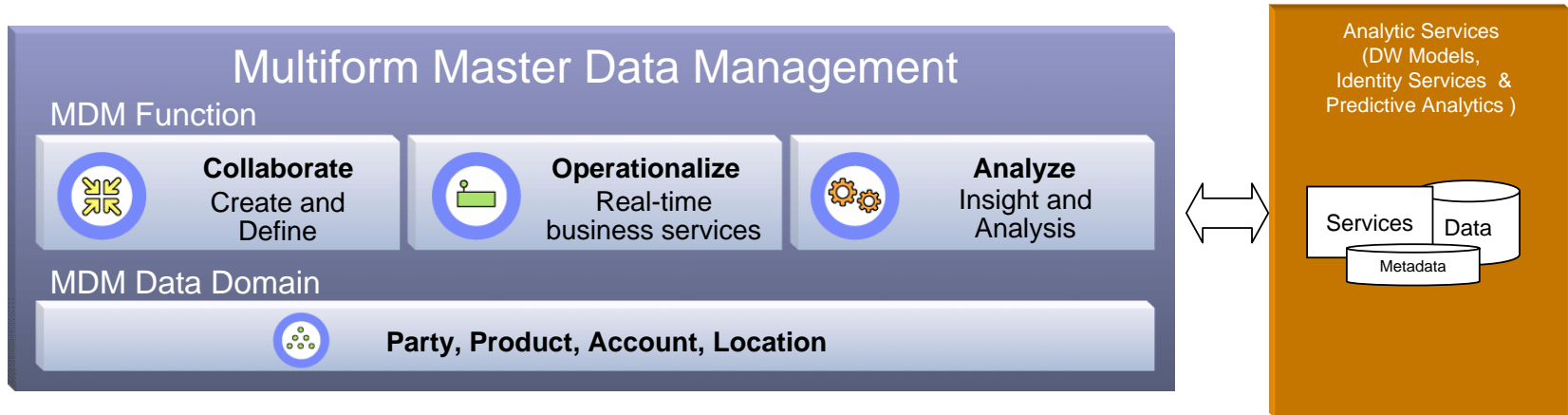


- I **Processi di Business** assicurano che tutti i reparti e sistemi coinvolti possano rivedere, arricchire e approvare le informazioni sui nuovi prodotti
- Le informazioni vengono **aggregate** da fonti esterne (es. fornitori) e interne (es. sistema prezzi) e quindi **pubblicate** sui sistemi appropriati (es. Applicazioni fornitori, web site, ...)
- I responsabili del Business rivedono e aggiungono dati sui nuovi prodotti in base ai loro **privilegi di accesso**
- I nuovi prodotti hanno tutti i necessari attributi richiesti per un'efficace introduzione basata su un **modello dati flessibile**

New Product Introduction Workflow



Master Data Management e Data Warehousing



- MDM e DWH sono complementari
- MDM si differenzia dal DWH per due caratteristiche: latenza e feedback
- MDM e DWH hanno Use Cases diversi:
 - *MDM fornisce la fonte più attendibile che si può utilizzare in modo collaborativo a supporto dell'ambiente transazionale, e garantisce il rilascio di informazioni di qualità al DWH*
 - *Un sistema DWH è una raccolta multidimensionale di dati transazionali storicizzati che può utilizzare i Master Data per determinare trend e previsioni*
 - *L'introduzione di un MDM arricchisce gli ambienti DWH esistenti migliorando l'integrità dei dati e chiudendo il "gap" con i sistemi transazionali*



Il Multiform MDM mette a disposizione funzionalità per gestire attività che hanno un grande impatto su processi di business critici, e aiuta concretamente a:

Aumentare il fatturato e la fidelizzazione dei clienti

- Cogliere le opportunità di “cross-sell” e “Up-Sell”
- Identificare I clienti più profittevoli per fornirgli un trattamento personalizzato

Ridurre i costi

- Ridurre il “time to market” nell’introduzione di nuovi prodotti
- Automatizzare i processi per una maggior efficienza

Aumentare la flessibilità

- Rispondere alle esigenze dinamiche del business con un’architettura SOA
- Supportare le nuove iniziative strategiche come M&A con una piattaforma integrata







Rispettare le normative e ridurre l’esposizione ai rischi

- Catturare e gestire dati nuovi come le preferenze di Privacy
- Scoprire frodi e rischi in maniera proattiva

Cosa forniamo ai nostri Clienti



Approccio Iniziale al MDM

Funzioni	Domini	Approcci Implementativi	Referenze	Valore di Business
Operational	Customer Party Account	Co-existence Transactional		Streamline new business process to increase revenue and retention
Operational Collaborative	Customer Party	Registry Transactional		Capture preferences to increase customer retention and revenue
Operational	Guest Location Party	Registry Co-existence		Enhance customer identification and service across all hotels and brands
Operational Collaborative	Customer Supplier	Consolidation Co-existence		Enhanced sales and executive planning via complete relationship understanding of customers and suppliers
Operational Collaborative	Customer Account Party	Registry Transaction		Increased ability to cross-sell/up-sell, while reducing IT related costs
Collaborative	Product Location Supplier	Co-existence Consolidation		Automated and streamlined New Product Introduction processes



Thank
YOU

IBM Information
On Demand 2008
>>> Comes To You

ALLA LUCE DELL'INFORMATION ON DEMAND

Milano, 15 aprile 2008

