

Tanı, Müşteri Sadakat Programı'nın Etkinliğini Güvenilir ve Doğru Müşteri Verisiyle Artırıyor



İŞ İHTİYAÇLARI

- » Güvenilir veriye dayanarak müşteri sadakat programlarının etkinliğini artırmak
- » Müşteri verilerini yönetme maliyetini azaltmak
- » Partner firmaların çapraz ve üst satış becerilerini geliştirmek

TEKNOLOJİ STRATEJİSİ

Informatica Veri Kalitesi'ni kapsayan Informatica Platformu kullanılarak farklı veri tabanlarındaki mükerrer müşteri verileri, hazır eşleşme kurallarıyla tespit edildi.

SAĞLANAN FAYDALAR

- » Hızlandırılmış Raporlama: 10 üye firmanın veri kalitesi raporlarını hazırlamak ve bunu firmalara sunmak 20 gün sürmekteydi, şu anda 22 katılımcı üye firmaya bu raporlar 1 günde sunulabiliyor.
- » 60 milyon müşterinin tekil ve doğru görüntüsü oluşturuldu.
- » İş birimi ve IT arasındaki iletişim problemleri azaltıldı.
- » Veri tabanı pazarlama servisinin verimliliği artırıldı.
- » Kampanya yönetimi ve hedef liste seçiminin etkinliği geliştirildi.
- » Üye firmaların çok daha etkili çapraz ve üst satış yapmaları sağlandı.

“Informatica Platform Çözümleri, veri tabanı pazarlaması sonuçlarımıza değer katıyor. Veri kalitesi ve veri tekilleştirme çözümleri ile müşteriyi daha doğru tanıma ve doğru segmentlere ayırma işlemleri artık çok daha anlamlı. Bu durum, çok daha etkili kampanya yönetimine ve derinlemesine hedef kitle seçimine imkan sağlıyor.”

Tolga Evren, Tanı Veri Teknolojileri Yöneticisi

Şirket Profili

80 bini aşkın çalışanı ile Türkiye'nin en büyük özel sektör kuruluşu olan ve Fortune 500 listesindeki tek Türk şirketi Koç Holding'e bağlı faaliyet gösteren Tanı tarafından yürütülen müşteri sadakat programlarının başlıcalarından birisi "Paro"dur. Paro, 10 farklı sektörden, 22 katılımcı üye firmayı kapsayan çok şirketli, çok sektörlü bir müşteri sadakat programıdır. Katılımcı müşteriler, katılımcı firmalardan yaptıkları satın alma aktivitelerinden puan toplamakta ve sonra bu puanları sadakat network'ündeki diğer ürün ve servisleri satın almak için kullanmaktalar.

Hedefler

Tanı, Müşteri Sadakat Programının Etkinliğini Artırıyor

Türkiye'nin öncü müşteri sadakati programı sağlayıcısı, yönettiği 60 milyon müşteri kaydının doğru, sağlıklı ve güvenilir olduğundan nasıl emin olabilir? Emin olsa bile, katılımcı firmaların farklı sadakat kartları ile programda yer alan bütün müşterilerin tekil görüntüsünü nasıl oluşturabilir? Bunlar sadakat programının ve veri tabanı pazarlama (ya da CRM hizmetleri) servislerinin etkinliğini artırmak için çalışan Tanı'yı bekleyen zorluklardı.

80 bini aşkın çalışanı ile Türkiye'nin en büyük özel sektör kuruluşu olan ve Fortune 500 listesindeki tek Türk şirketi Koç Holding'e bağlı faaliyet gösteren Tanı tarafından yürütülen müşteri sadakat programlarının başlıcalarından birisi "Paro"dur. Paro, 10 farklı sektörden, 22 katılımcı üye firmayı kapsayan çok şirketli, çok sektörlü bir müşteri sadakat programı. Katılımcı müşteriler, katılımcı firmalardan yaptıkları satın alma aktivitelerinden puan toplamakta ve sonra bu puanları sadakat network'ündeki diğer ürün ve servisleri satın almak için kullanmaktalar. Mesela, bir müşteri, Parolu kartını kullanarak bir Ford servisinden hizmet alabilir ve bu alım sonrası puan toplayabilir. Sonrasında ise, bu sadakat puanlarını katılımcı başka bir firmada, mesela Avis Rent a Car'da, kullanabilir.

Tanı'nın hizmet sunduğu 22 katılımcı üye firmanın her birinin kendine özel veri modelleme, segmentasyon, kampanya yönetimi, hedef kitle analizleri ve raporlama ihtiyaçları bulunmaktadır. Tanı bu ihtiyaçları karşılayabilmekte fakat farklı yapıdaki muhtelif veri kaynakları, Tanı'nın, sadakat programındaki aktivitelerinde kullanacağı verinin, doğru ve tutarlı olduğundan emin olmasını zorlaştırmaktaydı. Farklı sistemlerden gelen veriler kaçınılmaz olarak

mükerrer isimler, adresler, hatalar veya eksiklikler içeriyordu. Dahası, müşteri verisi böylesine çeşitli firmalardan toplandığından Tanı'nın tekil ve doğru müşteri görüntüsüne ulaşması oldukça zordu. Bu tekillleştirilmiş görüntü olmadan, analizlere veya iş zekasına harcanan zaman çok da efektif olamazdı...

Proje Uygulama Süreci

Türkiye'nin öncü Müşteri Sadakat Programı ve CRM hizmetleri uzmanı Tanı Pazarlama ve İletişim Hizmetleri A.Ş., 22 katılımcı üye firmanın 200'den fazla kanalından topladığı veriyi hedef kitleyi segmentlere ayırmak, üye firmalarının çapraz ve üst satış imkanlarını artırmak amacıyla kullanırken, bu veriyi yönetmek için INFORMATICA Platformunu da kullanıyor.

Başarılı müşteri sadakat programları; doğru, tutarlı ve güvenilir veriye dayanır. Koç Holding'e bağlı faaliyet gösteren Tanı, sadakat programına katılan 22 katılımcı üye firmadan topladığı verinin kalitesini, doğruluğunu ve değerini artırmak için Informatica Platformu'nun bir bileşeni olan Informatica Veri Kalitesi çözümünü seçti. Tanı, müşterinin tekil görüntüsüne ulaşmak amacıyla veri tekillleştirilmesini de bu platformla yapmaktadır. Ölçeklenebilir ve sınıfının en iyilerinden biri olan çözüm, 60 milyon müşteri kaydını yönetmekte ve firmanın verisine güven duymasını sağlamakla birlikte, elde edilen güvenli, kaliteli ve tekillleştirilmiş verilerin kullanımı ile katılımcı firmaların, müşteri sadakat programlarında çok daha etkili segmentasyon, derinlemesine hedef kitle seçimi, kampanya yönetimi ve çapraz satış aktiviteleri yürütmelerini sağlamaktadır.

İş Birimi için İş Birimi tarafından yürütülen bir Veri Kalitesi Programı

Tanı, problemi 2 aşamada ele aldı ve işe veri kalitesiyle başladı. Tanı, Informatica

Veri Kalitesi projesini hayata geçirmeden önce, veri kalitesinin ölçülmesi gibi veri yönetimi veya iş birimine veri kalitesi raporları sağlama aktivitelerini, tamamen yönetimi zor olan SQL kodları ile yapmaktaydı. Aynı zamanda Tanı'nın veri yöneticileri, IT'nin desteği olmadan yeni bir veri kalitesi raporu geliştiremiyor ve analiz etmekte zorlanıyordu.

"Tanı'nın müşteri sadakat programları ve veri tabanı pazarlama servisleri sadece ve sadece her bir müşterinin tekil, doğru ve güncel görüntüsüne sahip olabilirsek başarılı olabilir, Informatica Veri Kalitesi bu konuda bize çözüm sunuyor. Informatica, veri kalitesi için açık bir yol haritasına sahip ve teknolojinin kendisi, hem yazılım ekibi hem de iş birimleri için kolay kullanım imkanı sağlıyor"
-- Enis Başşğmez, Veri İş Stratejileri Yöneticisi, Tanı.

İş biriminin ihtiyaçları doğrultusunda yine, çoğunlukla iş birimi tarafından yürütülen bir veri kalitesi programı için Tanı, KOMTAŞ Bilgi Yönetimi'nin partnerliğinde Informatica Veri Kalitesi çözümünü uygulamaya aldı. Ölçeklenebilir ve sınıfının en iyilerinden biri olan veri kalitesi çözümü, iki farklı amaca hizmet için kullanıldı; bir, yaygın veri kalitesi sorunlarının tespit edilmesi ve düzeltilmesi; iki, bir kalite endeksi oluşturulması ve müşteri verisinin günlük bazda senkronize edilmesi.

Tolga Evren ve takımı öncelikle her bir müşterinin ad, soyad ve e-posta adresi gibi anahtar demografik bilgilerini profillendirdi. Daha sonra kalite değerlerini skorlandırdı, iş ihtiyacına göre müşterilerin veri kalitesi endekslerini hesapladı ve veriyi, veri ambarına depoladı. Informatica Veri Kalitesi, raporlama amaçlı bir model oluşturmak ve iş birimlerine verinin kalitesiyle ilgili çok çeşitli dashboardlar sunabilmek amacıyla kullanıldı.

Sonuçlar

Veri yönetiminin maliyeti de azalıyor.

Daha önce Tanı'nın hizmet verdiği firmalara sunulan Veri Kalitesi Raporları, firma bazında minimum 2 adam/gün sürerken ve toplamda sadece 10 firma için ve ancak 3 ayda bir sunulabilirken, Informatica Veri Kalitesi çözümü ile süreç tamamen otomatize edilebilmiş, iş birimleri tarafından yönetilebilir ve hizmet verilen 22 firmaya raporlar çok daha kaliteli görseller ve içerikle, sadece 1 günde sunulabilir hale gelmiştir.

Tanı, Informatica Veri Kalitesi çözümü ile 60 milyon müşteri kaydının çok daha güvenilir ve değerli bir hale getirilmesini sağlamış ve şu anda yetkin veri analizi ekibi ile daha değerli ve kaliteli hale getirilen bu veriden daha etkili çapraz ve üst satış fırsatları yaratabilmektedir.

Raporlama Zamanı 20 Günden 1 Güne İndi

Tanı Veri İş Stratejileri Yöneticisi Enis Başeğmez'e göre; fayda sadece iyileştirilmiş veri kalitesi değil; fayda organizasyon içinde artmış olan çeviklik. Informatica kullanmadan önce, veri kalitesi skorlarını manuel olarak yapıyorduk ve her bir veri kalitesi raporunu oluşturmak 2 adam/gün sürüyordu ve bunu sadece 10 firma için yapabiliyorduk. Dolayısıyla veri kalitesi raporlarını hazırlamak toplamda 20 adam/gün sürüyordu ve bu çalışmayı, sadece her bir çeyrek dönem için yapacak kaynağımız vardı. Şimdi ise, Informatica Veri Kalitesi çözümünü kullanarak, 22 katılımcı üye firma için veri kalitesi raporlarını ayın ilk günü sağlayabiliyoruz. İş hızlı, otomatize. Veri sorunlarını anında görebiliyor ve ona uygun aksiyonları alabiliyoruz. Tekil müşteri görüntüsüne sahibiz, sadakat programlarındaki verilerimiz iyileşmiş durumda ve veri tabanı pazarlama servislerimiz bu gelişmelerden faydalanır durumda. Bir diğer önemli iş ise veri tekilleştirilmesi. Her gün, yaklaşık 50.000 yeni veya güncellenmiş müşteri kaydı oluşturuluyor ve hali hazırdaki 60 milyon kayda ekleniyor. Tanı'nın tekilleştirme işlemi günlük güncellenen verileri mevcuttaki 60 milyon kayıtle eşleştiriyor. Müşterinin, elde edilen verilerle oluşturulan "altın

kaydı", kampanya yönetimi gibi pazarlama programlarının, hedef liste seçiminin, veri madenciliğinin, segmentasyonun, raporlamanın ve çağrı merkezi operasyonlarının temelini oluşturuyor.

Evren, "Veri tekilleştirme işleminin kritik faydası, artan verimlilik" diyor. "Veri tabanı pazarlama servisi sonuçlarımız daha iyi, bu da çok daha etkili kampanya yönetimi ve hedef liste seçimini beraberinde getiriyor. Müşteri sadakat programındaki üye şirketler bu güvenilir veriyi çok daha etkili çapraz ve üst satış için kullanabiliyorlar."

Her Adımda Katma Değerli Öneri ve Yetkinliklerini Sundular

Informatica Türkiye resmi distribütörü, veri yönetimi ve analitik uygulamalar alanında uzman KOMTAŞ Bilgi Yönetimi'nin sağladığı katma değerden söz edilmezse hikaye tamamlanmış olmayacak. Tanı, KOMTAŞ Bilgi Yönetimi ile çok uzun zamandır veri yönetimi sorunlarıyla ilgili olarak çalışıyor ve veri kalitesi projesi bu zamana kadar ki en katma değerli projelerden biri. "KOMTAŞ Bilgi Yönetimi, projenin her safhasında çok aktif rol aldı," diyor Evren. "Veri yönetimindeki teknik tecrübeleri çok değerli ve bize her adımda kaynak, rehberlik ve çözüm sundular."

Bir sonraki aşama

Veri, Tanı'nın işi için anahtar konumunda ve merkezinde. Tanı, veri yönetimi konusunda uzmanlaşmış öncü firmalardan biri. Dolayısıyla, bir sonraki adım, veri kalitesi uygulamasını genişleterek, bir Master Data Management (MDM) merkezine dönüştürmek ve ayrıca Büyük Veri'nin sağladığı iç görü ve değeri kullanmak amacıyla bu konuya eğilmek.

www.
komtas.
com

KOMTAŞ Bilgi Yönetimi Hakkında

'Veri Analizi' konusunda uzman, bağımsız bir bilgi teknolojileri şirketi olan KOMTAŞ Bilgi Yönetimi, 1989 yılından itibaren sistem entegratörü olarak kazandığı bilgi, beceri ve deneyimi dünyanın en büyük teknoloji sağlayıcıları ile kurduğu stratejik işbirlikleriyle güçlendirerek veri ve istihbarat analizi çözümleri sunmaktadır.

'Veri Odaklı' organizasyonların veri yönetimi ve analitik uygulama ihtiyaçlarına uygun çözümler sunan KOMTAŞ Bilgi Yönetimi, bilgiye dayalı kritik iş süreçlerinizin, merkezi yönetimi, kontrolü ve farklı bölümlerde kullanımı için size yetenek ve değer kazandırır. Tüm kurumsal yatırımlarınızı (ERP, CRM, Finansal ve Operasyonel Sistemleri) destekler ve geliştirir. KOMTAŞ Bilgi Yönetimi, Kurumsal Veri Entegrasyonu ve Veri Kalitesi, Kurumsal Kimlik Çözümleme, Adres Yönetim Sistemi, Bilgisayar Destekli Denetim, Suç Gelirlerinin Aklanması, Suistimal ve Dolandırıcılıkla Mücadele, Kriminal Suç Analizi, Mali Yönetim ve Muhasebe alanlarında Türkiye ve EMEA bölgesinde lokal ihtiyaçlara özgü çözümler sunmakta, bu alanda AR-GE faaliyetleri yürüterek dünyada öncülük edecek teknolojiler üzerine çalışmaktadır. Müşteri portföyü; kamu kurum ve kuruluşları ile bankalar, telekom şirketleri, perakende devleri ve büyük ölçekli özel sektör oyuncularından oluşan KOMTAŞ Bilgi Yönetimi'nin sahip olduğu en önemli değerlerden biri kurum ihtiyaçlarına özel oluşturulan çözüm metodoloji uygulama ve proje yönetimi kabiliyetidir.

İSTANBUL

Yıldız Posta Caddesi
Dedeman İş Hanı No: 48
Kat: 10 D: 23 34349
Esentepe - İstanbul
T. +90 212 288 47 30 (pbx)
F. +90 212 274 22 32

ANKARA

ODTÜ Teknokent Ostim Merkezi
Uzay Çağı Caddesi 78 Sokak
No: 6 / 1-16 06734
Ostim Ankara
T. +90 312 385 11 42
F. +90 312 385 11 82

LONDRA

KOMTAŞ UK Ltd. Venture
House, 2 Arlington Square,
Bracknell Berkshire, RG12
1WA, UK
T. +44 1344 746688
F. +44 1344 746689