

COMPUTERWELT 06 23.03.2007

PRAXISREPORT

ZEIT- UND EREIGNISNAHE KENNZAHLEN

Wissen, was der Kunde will

Mit dem von Confirm implementierten Datawarehouse ist Hutchison 3G in der Lage, Kundendaten besser und rascher auszuwerten sowie flexibel auf Anforderungen des Marktes reagieren zu können.

WIEN – »Der Mobilfunkmarkt hat sich zu einem Markt mit Fokus auf eine möglichst starke Kundenbindung entwickelt«, betont Jan Trionow, CTO bei Hutchison 3G Austria. »Dementsprechend stehen bei uns der Kunde und sein Nutzungsverhalten im Vordergrund.« Um möglichst schnell und flexibel auf die ständigen Veränderungen im Markt reagieren zu können und den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden, benötige das Management vor allem zeit- und ereignisnahe sowie jederzeit zugängliche Kennzahlen und Informationen über die Kundenakzeptanz und die Qualität des Contents. Gemäß diesen Vorgaben konzipierte Confirm Business Consulting ein individuelles Datawarehouse und unterstützt den Mobilfunkanbieter gleichzeitig beim Aufbau eines eigenen Business-Intelligence-Teams.

den gerecht zu werden, benötige das Management vor allem zeit- und ereignisnahe sowie jederzeit zugängliche Kennzahlen und Informationen über die Kundenakzeptanz und die Qualität des Contents. Gemäß diesen Vorgaben konzipierte Confirm Business Consulting ein individuelles Datawarehouse und unterstützt den Mobilfunkanbieter gleichzeitig beim Aufbau eines eigenen Business-Intelligence-Teams.

»Unsere Zusammenarbeit mit Hutchison 3G Austria startete bereits im Februar 2003, also noch vor dem Endkundenstart in Österreich. Mittlerweile hat sich das Datawarehouse zu einem strategischen Projekt innerhalb der IT entwickelt«, erläutert Confirm-Geschäftsführer Arno Fortmann. Das System bietet neben einer tagesaktuellen, ganzheitlichen Sicht auf den Kunden auch Möglichkeiten für strategische und operative Reportings. »Das Datawarehouse wird in near-real-time geladen – auf Knopfdruck stehen alle relevanten Informationen bereit. Ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, wenn man bedenkt, dass es bei ähnlichen Informationssystemen zum Teil üblich ist, Wochen auf vergleichbare Daten zu

warten«, erklärt Kurt Teichenthaler, Head of Business Support Systems bei Hutchison 3G Austria. Das Team von Confirm zeichnete für die Projektleitung, die Architektur sowie das Design verantwortlich. Realisiert hat Confirm das zwei Terabyte umfassende Datawarehouse auf Basis einer Oracle Datenbank in Kombination mit der Data Mining Technologie des SAS Institutes, OLAP-Analysen von Hyperion und Reporting-Lösungen von Business Objects. Auch heute wird Hutchison 3G Austria von Datawarehouse-Experten der Confirm in der laufenden Weiterentwicklung unterstützt. Hutchison 3G Austria verfügt damit über ein echtes Unternehmens-Datawarehouse, an das alle Departments angebunden sind. Die

Lösung ist ein lebendes System – neue Themen und Prozesse werden ständig implementiert. Die Umstellung des CRM-Systems im vergangenen Jahr war eine der Herausforderungen, denen sich das Datawarehouse-Team bei Hutchison 3G Austria bereits erfolgreich gestellt hat. Die ebenfalls bereits erfolgte Integration von gewissen Finanzdaten sowie Case-Management-Informationen sind nur zwei weitere Beispiele. »Dank der durchgängigen Datawarehouse-Lösung werden Entscheidungsprozesse und laufende Adaptierungen unseres Angebotes an aktuelle Kundenanforderungen wesentlich beschleunigt. Damit sind wir selbst innerhalb der Hutchison 3G Gruppe Vorreiter«, freut sich Jan Trionow. [pioli]

»Um möglichst schnell auf die Veränderungen im Markt reagieren zu können, benötigt das Management vor allem zeit- und ereignisnahe zugängliche Kennzahlen und Informationen über die Kundenakzeptanz.«
Jan Trionow, CTO Hutchison 3G Austria.