

Divisão Pequenas Empresas



Sage SP aposta na visão única do cliente

DADOS RELEVANTES

Desafio

Alcançar uma visão integrada de todas as informações sobre clientes, garantindo a qualidade das mesmas, para facilitar a tomada de decisões

Benefícios

- Informações actualizadas em todo momento
- Melhor conhecimento das necessidades do cliente
- Campanhas de marketing mais eficazes
- Cumprimento da LOPD

Arquitectura

- Integração de Dados : Informatica PowerCenter®
- Qualidade de Dados: Informatica Data Quality™
- Fontes: ERP e call center
- Destino: Data warehouse

“O êxito desta iniciativa reside não só em termos conseguido uma informação mais completa e de melhor qualidade, mas também em termos disponibilizado aos utilizadores as ferramentas necessárias para utilizarem no trabalho do dia-a-dia.”

– Fernando Galvache, Director de Sistemas de Informação, Sage SP

A Sage SP, divisão de Pequenas Empresas do Grupo Sage em Espanha, é uma das empresas mais importantes de software de gestão, serviços, formação e segurança para as PME. Em 2006, o volume de facturação superou os 40 milhões de euros e a quota de mercado atingiu os 48%.

A eficácia da empresa depende em grande parte da qualidade e validade dos dados armazenados sobre os clientes, pelo que os dados dos seus 250.000 utilizadores registados são um dos activos mais valiosos da empresa. Para responder melhor às necessidades dos clientes, a Sage SP decidiu criar um sistema de decisões que é utilizado tanto pelos altos responsáveis da empresa como pelos responsáveis pelas direcções de marketing e vendas. Devido à natureza da informação gerida, o sistema expande-se à totalidade da empresa e engloba, entre outros, um data warehouse corporativo, uma plataforma de Integração e Qualidade de Dados, uma solução de Business Intelligence e uma ferramenta para a gestão de campanhas de marketing.

O Desafio

A Sage SP partiu da premissa de que a visão integrada de todas as informações que a empresa possuía sobre os clientes (vendas, pedidos de informação, respostas a campanhas de marketing, chamadas para o serviço de assistência ao cliente, etc.), lhe permitiria obter um conhecimento profundo acerca das necessidades específicas de cada um deles e, desta forma, ajustar melhor as ofertas de produtos e serviços. Assim, decidiu unificar todas as informações-chave num data warehouse corporativo e atribuir aos altos responsáveis da empresa e às direcções de marketing

e vendas a autonomia necessária para consultarem estas informações sem necessidade da intervenção do departamento de informática. Antes de iniciar este projecto, o reporting corporativo da Sage SP era realizado através da réplica do transaccional (um ERP de desenvolvimento interno) sobre o qual eram realizadas consultas SQL tratadas em Excel. As frequentes alterações no transaccional tornavam este sistema complexo e instável e não era possível consultar dados históricos.

A Sage SP identificou também um importante potencial de melhoria em relação à eficácia das suas campanhas de marketing. Por um lado, a gestão de cerca de 22 campanhas por mês e o envio de até 300.000 comunicados por fax cada semana tornavam necessária a automatização da distribuição e do seguimento das mensagens. Por outro lado, os problemas com dados errados, duplicados, incompletos e inexistentes reduziam significativamente a eficácia das campanhas.

Cinco Objetivos Essenciais

Com este projecto, a Sage SP estabeleceu os seguintes objectivos:

- Gerar as informações necessárias para a tomada de decisões estratégicas em tempo real.
- Obter uma visão única do cliente que permita oferecer um tratamento personalizado a cada cliente.
- Garantir a integridade e fiabilidade dos dados.
- Aumentar a eficácia das campanhas de marketing, através de uma melhor segmentação, um número de impactos mais elevado e a possibilidade de adequar o conteúdo da mensagem ao receptor.
- Assegurar o cumprimento das normas vigentes em matéria de protecção de dados.

A Solução

A solução implementada pela Sage SP é baseada na plataforma de Integração e Qualidade de Dados de Informatica, concretamente nos produtos Informatica PowerCenter e Informatica Data Quality. O ASTEC, o ERP desenvolvido a nível interno pela Sage SP, funciona como um sistema transaccional a partir do qual são extraídos os dados armazenados no data warehouse, depois de lhes serem aplicados os critérios de Qualidade de Dados determinados pela Sage SP. Também é utilizado como origem das bases de dados do Call Center.

No total, o volume de dados existente no transaccional é de 24 GB e no data warehouse é de 4 GB (1.200.000 registos). A ferramenta de gestão de campanhas utiliza os dados armazenados no data warehouse para os processos de segmentação, envio e seguimento de campanhas. Por último, uma capa analítica permite a apresentação de dados aos utilizadores em relatórios KPI (Indicadores-Chave de Negócio pelas siglas em inglês), quadros de comando, alarmes, etc.

Mais de 100 indicadores de negócio compõem 23 KPI, entre os quais se destacam:

- Índice de renovação
- ARPU (average revenue per user)
- Clientes activos
- Clientes fidelizados
- Clientes que repetem uma compra
- Contratos de manutenção
- Estatísticas de vendas
- Sell In
- Sell Through

Os Resultados

Datos de Clientes com Melhor Qualidade

Efectivamente à política de Qualidade de Dados que a Sage SP tem seguido, foram normalizados os nomes e apelidos dos clientes, os nomes das empresas e os dados relativos às moradas, foi reduzido o número de erros nas moradas de um 25% para um 2% e foi garantida a total correspondência dos endereços de correio electrónico a domínios existentes. Estas melhorias na qualidade dos dados permitiram ao departamento de marketing duplicar a eficácia das campanhas de marketing por telefone e fax, cuja taxa de eficácia passou de 40% para 95%.

Maior Conhecimento do Cliente

A Sage SP conta agora com uma visão unificada de todos os dados dos clientes, o que lhe permite oferecer um serviço melhor e gerir com maior rapidez e precisão as consultas formuladas ao serviço de assistência ao cliente, conseguindo um grau mais elevado de fidelização do cliente. Além disso, o conhecimento mais completo das necessidades e comportamentos do cliente facilita as operações de up-selling e cross-selling, uma vez que os comerciais podem ajustar as suas ofertas às características particulares de cada cliente.

Cumprimento da LOPD

A aplicação de políticas de Qualidade de Dados garante que o tratamento dos dados responde às normas estabelecidas na Lei Orgânica de Protecção de Dados (LOPD). Em particular, o sistema implementado pela Sage SP garante a precisão e actualização dos dados, um dos aspectos mais significativos desta lei. Da mesma forma, a visão unificada de todas as informações de cada cliente permite a gestão eficaz dos pedidos de cancelamento e rectificação de dados efectuados pelos clientes (as chamadas listas Robinson), uma vez que em uma única operação é possível cancelar ou modificar todas as informações que a empresa possui sobre um cliente.

Rápido Acesso às Informações Para a Tomada de Decisões Estratégicas

Os utilizadores empresariais podem obter relatórios em apenas alguns minutos, com a garantia de que as informações contidas são totalmente actualizadas, completas e fiáveis. Cada direcção estabeleceu KPI próprios, o que permite ajustar os relatórios às necessidades específicas de cada perfil de utilizador. Até ao momento, foram desenvolvidos mais de 40 relatórios e 6 quadros de comando, que são distribuídos de forma automática com uma frequência diária ou mensal, consoante o conteúdo.

A automatização dos processos de carga com a ferramenta Informatica PowerCenter garante que os KPI definidos globalmente, assim como os que podem ser definidos em cada departamento, respondam à coerência e integridade que a Sage SP precisa.



Informatica em Portugal: Rua Carlos Testa 1, 4B, 1050-046 Lisboa
Telefone: +351 21 352 71 33, Fax: +351 21 352 71 43. www.informatica.com/pt

Sede central mundial: 100 Cardinal Way, Redwood City, CA 94063 (Estados Unidos da América)
Telefone: + (1) 650.385.5000. Fax: 650.385.5500. Número gratuito nos Estados Unidos: 1.800.653.9871 www.informatica.com

Sucursais da Informatica no mundo: Alemanha · Austrália · Bélgica · Canadá · China · Coreia · Espanha · Estados Unidos · França · Irlanda · Japão · Países Baixos · Portugal · Reino Unido · Singapura · Suíça

© 2008 Informatica Corporation. Todos os direitos reservados. Impresso em Portugal. Informatica, o seu respectivo logotipo e The Data Integration Company são marcas comerciais ou marcas comerciais registadas da Informatica Corporation nos Estados Unidos e em várias jurisdições em todo o Mundo. Todos os outros nomes de companhias e de produtos são nomes comerciais ou marcas comerciais registadas pelos respectivos proprietários.