

Life Time: Ayudar a sus miembros a lograr objetivos de salud y fitness con Informatica



“Uno de los objetivos estratégicos clave para avanzar es forjar una relación estrecha con los clientes. Con Informatica y Microsoft, podemos extraer datos de cualquier sitio y tenerlos al alcance de la mano cuando los necesitamos. Eso nos permite comprender el comportamiento de nuestros miembros y adoptar los programas y servicios adecuados para ayudarles a cumplir con sus objetivos de fitness y sus aspiraciones deportivas”.

- Brian Fisher, director de business intelligence y data warehouse de Life Time

Cuando una mujer de 45 años consigue llegar a la meta de su primera carrera de 5 km, merece la pena celebrarlo, al igual que merece la pena ayudarla a conseguirlo. Life Time (The Healthy Way of Life Company) tiene el firme compromiso de ayudar a sus miembros a lograr el éxito, razón por la que su equipo colabora tan estrechamente con ellos para ayudarles a trabajar de forma más inteligente, y no más dura, para alcanzar esos objetivos. El enfoque holístico e innovador de la empresa con respecto a un estilo de vida y envejecimiento saludables va más allá de la experiencia tradicional en un gimnasio, ya que incluye un centro de estilo de vida integral con deportes, entrenamiento personal, pérdida de peso, salud y nutrición. Gracias a los 121 centros en EE. UU. y Canadá, los miembros de Life Time pueden seguir un estilo de vida saludable, disfrutar de actividades deportivas organizadas y recibir dicho enfoque holístico.

Un imperativo estratégico clave de Life Time es ofrecer una ventaja competitiva mediante el afianzamiento de la fidelidad

de los clientes. Visión: Ofrecer una experiencia valiosa y personalizada a cada miembro individual, con un programa específico y ofertas de servicios adaptadas a sus objetivos personales. Para completar esta misión, Life Time debe asimilar una gran variedad de información sobre sus miembros, incluidos datos sobre la frecuencia con la que visitan el club, las actividades adicionales del club (como yoga y ciclismo) en las que participan, el sabor del batido que suelen comprar, los miembros de sus familias que también acuden al club y mucho más.

Cuando se gestiona correctamente, este nivel de información detallada impulsa una gran variedad de operaciones corporativas, desde eficacias operativas en aumento durante periodos de máxima actividad hasta el apoyo al estudio de mercado para ayudar a la empresa en la toma de decisiones sobre imperativos de negocios. Aquí es donde la iniciativa revolucionaria se pone verdaderamente interesante. Para que todo funcione, los analistas de marketing y ventas de Life Time necesitan tener acceso ilimitado

LIFE TIME
HEALTHY WAY OF LIFE

Necesidad empresarial:

Entender mejor los objetivos de salud de los miembros, así como sus aspiraciones deportivas, para ofrecerles formación, productos, servicios y programas que les ayuden a lograr estos objetivos.

Retos relacionados con los datos:

- Integrar y limpiar los datos de los clientes en una variedad de aplicaciones en el cloud y en entorno local, data warehouses y data marts.
- Garantizar el acceso a los datos para realizar análisis de autoservicio.
- Implementar una arquitectura de gestión de datos que ofrezca escalabilidad para responder a las exigencias operativas, así como flexibilidad para cumplir con los requisitos de negocio en constante evolución.

Pilares de la solución:

- Informatica Cloud® e Informatica PowerCenter® reúnen la información extraída de entornos de data warehouse de Microsoft, como Azure y Workday, así como una variedad de sistemas de punto de venta y aplicaciones.

Solución y resultados:

- Se esperaba ahorrar dinero, reducir las ineficacias, obtener acceso a datos pertinentes e impulsar, en general, la iniciativa principal de Life Time de entablar una estrecha relación con los clientes. El resultado fue un aumento del 2 % de los ingresos.
- Se consiguió una actividad de administración de relaciones con clientes (CRM) más personalizada, así como una mayor fidelidad y confianza de los miembros.

a datos fiables, permanentemente disponibles, contextualizados y con referencias cruzadas de todas las fuentes pertinentes. El equipo de TI de Life Time tenía la tarea de cumplir con estos requisitos, aparte de otros; una tarea nada fácil.

Solución

Como cliente fiel de Informatica PowerCenter, Life Time confía en Informatica para que sus datos estén siempre limpios y sean accesibles. Concretamente durante los últimos años, esto se ha traducido en un enfoque respecto a la tecnología en el que se prioriza el cloud. Life Time consultó con Informatica cuál era la mejor forma de abordar los retos de la gestión de datos en constante evolución, incluida la mejor forma de integrar todos los datos de los clientes, ya fuera en el cloud o en un entorno local; cómo transferir esos datos a Microsoft Azure; cuál era la forma más inteligente de ampliación para cumplir con las exigencias operativas, ofrecer un autoservicio de acceso a los datos, así como un apoyo al gobierno de datos continuo.

Informatica sugirió aumentar la arquitectura de datos existente de Life Time con conectores de Informatica Cloud y Microsoft Azure SQL Data Warehouse. De esta forma, Life Time podrá obtener una visión integral muy detallada de cada miembro de Life Time que combina los programas, actividades y productos que consume, así como información sobre suscripciones, información de puntos de venta suplementarios y datos de socios, entre

otros. Esta información reside en el cloud al igual que en aplicaciones del entorno local (como inscripción y punto de venta), en una variedad de entornos de data warehouse (incluidos un data warehouse financiero, el data warehouse empresarial de Life Time y un data warehouse universal basado en Microsoft Azure), así como muchos otros data marts de autoservicio. La existencia de varios niveles de superposición de datos necesaria en estos entornos significa que la información del cliente debe ser dinámica y estar bien organizada, de forma que pueda llegar a su destino y generar datos fiables. Informatica ha aceptado el reto de llegar hasta la meta.

Ventajas principales

- Life Time asigna los programas y servicios adecuados a sus miembros gracias a una mejor comprensión de los comportamientos individuales y de los objetivos de salud y fitness de cada uno.
- Se están llevando a cabo proyecciones de mercado más rápidas y documentadas, en función de un análisis de los ingresos obtenidos por cada miembro y del punto de venta.
- Un enfoque de priorización del cloud aumenta las eficacias operativas.
- Gracias a las fuentes de gestión de datos escalable de Informatica y Microsoft Azure se cumple con las exigencias del negocio.
- Las sencillas herramientas de gestión de datos de Informatica conceden a los analistas de marketing y ventas el acceso a información limpia y organizada, independientemente del tipo de datos o de su origen.

“Uno de los objetivos estratégicos clave para avanzar es forjar una relación estrecha con los clientes”, explica Brian Fisher, director de business intelligence y data warehouse de Life Time. “Con Informatica y Microsoft, podemos extraer datos de cualquier sitio y tenerlos al alcance de la mano cuando los necesitamos. Eso nos permite comprender el comportamiento de nuestros miembros y adoptar los programas y servicios adecuados para ayudarles a cumplir con sus objetivos de fitness y sus aspiraciones deportivas”.

Acerca de Life Time

Life Time apuesta por ayudar a sus miembros a llevar una vida sana y feliz con sus más de 140 centros en 39 de los principales mercados de los EE. UU. y Canadá. Life Time, única marca nacional de Healthy Way of Life, ofrece una experiencia sin igual tipo resort deportivo, así como actividades enfocadas al entretenimiento, la vida y el envejecimiento saludables, que van más allá del mero fitness y engloban todo un estilo de vida para individuos, parejas y familias de cualquier edad.



La transformación digital está cambiando nuestro mundo. Como uno de los líderes en la gestión de datos de cloud empresariales, estamos listos para proporcionarle la previsión que necesita para hacer realidad nuevas oportunidades de crecimiento. Le invitamos a explorar todo lo que puede ofrecerle Informatica y a liberar el potencial de los datos para impulsar su próxima disrupción inteligente.

Sede central mundial José Echegaray 8, Parque Alvia - Edif. 3, PB 3, 28232 Las Rozas, Madrid Tel: +34 91 743 10 74
Número gratuito en Estados Unidos: 1.800.653.3871

IN05_1118_03227

© Copyright Informatica LLC 2018. Informatica, el logotipo de Informatica, Informatica Cloud y PowerCenter son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Informatica LLC en los Estados Unidos de Norteamérica y en otros países. La lista actualizada de marcas comerciales de Informatica se encuentra disponible en esta web: <https://www.informatica.com/es/trademarks.html>. Otros nombres de empresas y productos pueden ser nombres comerciales o marcas comerciales de sus respectivos propietarios. La información de esta documentación está sujeta a cambios sin previo aviso y se proporciona "TAL CUAL", sin garantía de ningún tipo, expresa ni implícita.