

KUNDENZUFRIEDENHEIT DURCH EINEN **SINGLE CUSTOMER VIEW**

White Paper
Januar 2007

Inhalt

Management Summary	i
Definition des Single Customer View	1
Die Problematik der bruchstückhaften Kundendaten	2
Die Perspektive des Kunden	2
Die Perspektive der IT	2
Die wirtschaftliche Perspektive	3
Vorteile durch die Integration der Kundendaten	4
Aus strategischer Perspektive	4
Aus vertikaler Perspektive	5
Die Aufgabe: Integration der Datensilos und Verknüpfung von Dateninseln	6
Die Nachteile bisheriger Alternativen zur Integration	6
Eine clevere Lösung: Verbundapplikationen auf Basis einer Service-Oriented Architecture (SOA)	7
Die Lösung von Sun: Sun Java Composite Application Platform Suite	9
Allgemeines	9
Die Vorteile	9
Services	10
Cross-Industry Szenarien	11
Telekommunikation	11
Gesundheitswesen	11
Behörden	12
Zusammenfassung	13
Über Sun	13
Weitere Informationen	13

Management Summary

Bestimmt wurden auch Sie schon einmal aufgefordert, ein Produkt zu erwerben, das Sie schon längst gekauft hatten, oder haben ein besonderes Upgrade-Angebot für ein Produkt erhalten, das Sie überhaupt nicht besitzen? Mit Sicherheit haben Sie aber schon einmal eine Hotline für technischen Support angerufen, wurden dabei von einem Serviceberater zum nächsten weitergeschaltet und mussten immer wieder aufs Neue exakt dieselben Fragen beantworten.

So gut wie jeder hat schon erlebt, wie die Zusammenarbeit mit einem Unternehmen aussieht, das die Integration seiner Kundendaten nicht im Griff hat. Aus persönlicher Sicht ist diese Erfahrung mehr als ärgerlich. Aus unternehmerischer Sicht birgt eine solche Situation ein enormes Gefahrenpotential mit weitreichenden Folgen: unprofessioneller Kundenservice, verpasste Chancen für Cross-Selling und Up-Selling, unzureichend fokussierte und trotzdem kostspielige Marketingkampagnen, Imageprobleme und eine Kundenbindung, die arg zu wünschen übrig lässt.

Moderne, kundenorientierte Unternehmen aller Branchen sollten dem so genannten Single Customer View höchste Priorität einräumen – ganz gleich ob es sich bei ihrem Kundenkreis um Endverbraucher, Patienten, Bürger oder Unternehmen handelt. Immer komplexer strukturierte IT-Umgebungen und die zunehmende Zergliederung der Unternehmen können nur allzu leicht dazu führen, dass man lieber alles beim Alten lässt.

Das vorliegende White Paper analysiert, welche Folgen die mangelnde Zusammenführung der Kundeninformationen hat und welche potentiellen Vorteile die Implementierung eines Single Customer View mit sich bringt. Anschließend wird das von Sun entwickelte Konzept zur Realisierung eines Single Customer View vorgestellt. Sie basiert auf einer Service-Oriented Architecture (SOA) mit Verbundapplikationen (Composite Applications); dieses Konzept vermeidet die Komplexität und die Einschränkungen älterer Strategien. Cross-Industry Beispiele von Unternehmen, die bereits ein Single Customer View implementiert haben, runden die Einführung in das Thema ab.

Kapitel 1

Definition des Single Customer View

Die meisten Unternehmen legen großen Wert darauf, möglichst viele Daten zu ihren Kunden zu erfassen. Sie führen eine konsistente Erfassung am Point-of-Sale durch, verfolgen die Entwicklung des Kaufverhaltens ihrer Kunden und halten die Ergebnisse ihrer Kundenbeobachtungen detailliert fest. Das Management der Kundendaten erfolgt über mehrere Quellen; dazu gehören unter anderem die Kontaktdaten, die Kundenwertschätzung und die Ergebnisse von Direktmarketing-Kampagnen.

In vielen Fällen werden diese Daten allerdings weder *konsolidiert* noch *integriert*, sondern von mehreren Abteilungen bzw. Bereichen an verschiedenen Standorten in jeweils eigenständigen Systemen (sog. Silos) aufbewahrt. Sie werden niemals miteinander abgeglichen oder in konsistenter Weise aktualisiert.

Auf dieser Basis ist es vollkommen undenkbar, einen Single Customer View einzurichten.

„In der Regel befinden sich die Kundendaten auf zahlreichen Systemen einer Organisation. Auf diese Weise ist es ausgesprochen schwierig, den tatsächlichen Wert eines Kunden einzuschätzen, sein Kaufverhalten vorherzusehen und das damit verbundene Risiko abzusehen. Ohne Single Customer View tappt eine Organisation im Dunkeln und hat keine effiziente Möglichkeit für Kundenbindung, Cross-Selling oder Risikomanagement. In welcher Form auch immer: Der Single Customer View ist das A und O für das Management der Kundenbeziehungen.“

— Gartner: „*Creating the Single Customer View with Customer Data Integration*“ von John Radcliffe, 2006

Kapitel 2

Die Problematik der bruchstückhaften Kundendaten

Die meisten Unternehmen wissen, dass es ohne Single Customer View ausgesprochen schwierig ist, die Kundenzufriedenheit zu optimieren und Probleme in puncto Kosteneffizienz zu vermeiden. Nur wenige haben sich allerdings die Mühe gemacht zu ermitteln, welche direkten und indirekten Folgekosten sie durch eine unzureichende Integration der Kundendaten zu tragen haben.

Die Perspektive des Kunden

Wenn Unternehmen ihre Kunden nicht zu kennen scheinen oder sich an zurückliegende Kontakte nicht „erinnern“, hat der Kunde nur allzu leicht den Eindruck, dass er keine Wertschätzung erfährt. Dieser Eindruck untergräbt die Kundentreue und kann zu gravierenden finanziellen Folgen führen. Nach Einschätzung des Loyalty Effect, einer wegweisenden Publikation der Harvard Business School Press, ist der Gewinn eines Neukunden mit einem fünf- bis zehnmal höheren Kostenaufwand verbunden als die Pflege eines Bestandskunden; eine Steigerung der Kundenbindung um fünf Prozentpunkte kann sich in einem Gewinnzuwachs von bis zu 75 Prozent niederschlagen. Der Verlust der Kundenbindung ist also gleichbedeutend mit erheblichen Geschäftseinbußen.

Keinesfalls unterschätzen sollte man auch die Tatsache, dass sich schlechte Nachrichten im Internet in Windeseile verbreiten. Ein einziges negatives Kundenerlebnis oder ein einziger Bericht über ein Unternehmen, das einen Stammkunden nicht mit der gebotenen Sorgfalt bedient hat, erreicht im Handumdrehen unzählige weitere Kunden oder Interessenten.

Die Perspektive der IT

Planung und eine ineffiziente IT-Infrastruktur hin. Der Einkauf, die Administration, das Management und die Wartung zahlreicher unterschiedlicher Systeme, auf denen Kundendaten gespeichert werden, können beträchtliche Summen verschlingen. Wenn eine solche Infrastruktur die Integration und den bestmöglichen Einsatz der Kundendaten geradezu verhindert, ist dieses Investment alles andere als eine optimale Lösung für das betroffene Unternehmen.

Die wirtschaftliche Perspektive

Wenn der Single Customer View fehlt, kommt es nicht nur zu einem Verlust der Kundenbindung und einem hohen Kostenaufwand für eine ineffiziente IT-Infrastruktur. Das betroffene Unternehmen muss auch zusätzliche Kostenbelastungen und den Verzicht auf wertvolle Businesschancen in Kauf nehmen.

- **Chancen für Cross-Selling und Up-Selling:** Wenn ein Unternehmen nicht genau weiß, was seine Kunden bereits zu einem früheren Zeitpunkt gekauft haben, kann es keine informierten Prognosen zu künftigen Kaufentscheidungen anstellen. Es hat keine Möglichkeit, Werbungs- und Direktmarketing-Kampagnen sinnvoll zu fokussieren, und investiert wertvolle Mittel in Werbung, die die betreffende Zielgruppe überhaupt nicht erreicht. Vollkommen undenkbar ist auch, das Potential des Kunden durch Cross-Selling und Up-Selling auszuschöpfen. Letztlich haben die Kundenzufriedenheit und die Markentreue unter allem zu leiden.

„Der Traum eines jeden Händlers liegt darin, die Kunden mit 1-zu-1 Marketing-Kampagnen anzusprechen, die ihr jeweiliges Kaufverhalten berücksichtigen. Dafür benötigt der Händler allerdings einen Single Customer View für mehrere Kanäle.“

— *Retail Week, Technology: Multi-Channel, März 2006*

- **Angekratzter Ruf des Kundenservice:** Wenn die Kundendienstmitarbeiter keine konsolidierte Übersicht zu früheren Interaktionen, gekauften Produkten usw. des Kunden zur Hand haben, können sie die Kunden nicht wirklich sinnvoll unterstützen. Ob es dabei um technischen Support, Sonderpreise und Rabatte für besonders gute Kunden oder andere kundenorientierte Maßnahmen geht, spielt dabei keine Rolle: Die Nachricht, dass der Kundenservice des Unternehmens zu wünschen übrig lässt, macht im Nu die Runde.
- **Produktivität der Mitarbeiter:** Die im Kundenservice tätigen Mitarbeiter sind genauso frustriert wie die Kunden, wenn sie immer wieder die gleichen Dinge erfragen oder ihre Gesprächspartner um Geduld bitten müssen, während sie die benötigten Daten aus verschiedenen Quellen zusammentragen.

Kapitel 3

Vorteile durch die Integration der Kundendaten

Bruchstückhafte Kundendaten verursachen Probleme, ein Single Customer View dagegen eröffnet neue Chancen. Hinter diesen Chancen steckt wesentlich mehr als die Behebung von Problemen, die durch das Fehlen des Single Customer View entstanden sind. Ein Single Customer View kann Tür und Tor zu neuen Möglichkeiten öffnen, die sich in Form von Wettbewerbsvorteilen konkretisieren. Einige Beispiele dafür:

Aus strategischer Perspektive

Mit einem Single Customer View kann ein Unternehmen nicht nur den Kundenservice, sondern auch die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung verbessern, aber auch die Effizienz seiner IT deutlich steigern. Damit sind die Weichen für ein Plus von Wachstum und Gewinn gestellt.

Ein gutes Beispiel ist die Expansion des Geschäftsgebietes. Wenn ein Unternehmen seine Betriebsabläufe für mehrere Standorte oder Länder optimieren möchte, muss es sicherstellen, dass die Kunden von den Niederlassungen genau so zuverlässig bedient werden wie von der Firmenzentrale. Sind die für einen Single Customer View erforderlichen Systeme und Technologien vorhanden, kann das Unternehmen neue Geschäftsgebiete erschließen und sich darauf verlassen, dass das Management der Kundenerlebnisse, aber auch das Tracking des Kaufverhaltens problemlos möglich sein werden – sowohl auf individueller Basis als auch in Bezug auf einzelne Standorte und das jeweilige kulturelle Umfeld.

Der Single Customer View erleichtert auch die Kommunikation mit den Partnern und ermöglicht zusätzliche strategische Geschäftschancen – zum Beispiel das Joint Selling über das Kundennetz der Partner, kundenspezifische Angebote und „Paketlösungen“ mit Produkten mehrerer Anbieter, besondere Rabatte auf bestimmte Partnerprodukte usw.

Auch in Bezug auf die Einhaltung von Compliance- und Datenschutz-Vorschriften kann der Single Customer View eine wichtige Rolle spielen. Unternehmen, die alle Interaktionen mit ihren Kunden nachvollziehen können, haben es wesentlich leichter, die Anforderungen von Sarbanes-Oxley, Gramm-Leach-Bliley, dem Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA) sowie der Europäischen Datenschutzrichtlinie zu erfüllen.

Aus vertikaler Perspektive

Die Definition des „Kunden“ ist von Branche zu Branche verschieden. Die Möglichkeiten zur Verbesserung des Kundenservice durch einen Single Customer View sind jedoch für alle Industrien gleichermaßen relevant.

- **Gesundheitswesen:** Eine sichere, effiziente Behandlung der Patienten setzt voraus, dass die richtigen Personen die richtigen Informationen zur richtigen Zeit bekommen. Zudem stehen Krankenhäuser und Kliniken unter einem gewaltigen Kostendruck. Der Umstieg auf den „Single Patient View“ eröffnet ihnen die Möglichkeit, mit einer einzigen Lösung beide Ziele zu erreichen.
- **Behörden:** Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung haben besonders viele Möglichkeiten, ihren Kundenservice über den Single Customer View zu verbessern. Die Implementierung von Self-Service Portalen für den Bürger erleichtert unzählige Vorgänge – von der Verlängerung des Führerscheins über die Büchersuche im Bestand öffentlicher Bibliotheken bis zur Eintragung im Wählerverzeichnis.
- **Telekommunikation:** Der enorme Wettbewerbsdruck zwingt jeden Anbieter, sich durch die Qualität seines Kundenservice besonders zu empfehlen. Die Vielzahl der Produkte, Services, Partnerschaften und Lieferkanäle unterstreicht die Notwendigkeit des Single Customer View und erschwert zugleich seine Umsetzung.
- **Handel:** Die Koordination zahlreicher Stores, Callcenter, Kampagnen und Lieferkanäle wird durch den Single Customer View wesentlich einfacher. Das individuelle Kaufverhalten gibt wichtige Hinweise für die Fokussierung spezifischer Werbekampagnen. Der Kundenservice kann schneller reagieren und besser auf den einzelnen Kunden eingehen. Der Stellenwert des jeweiligen Kunden ist unmittelbar ersichtlich und liefert dem Kundenservice wichtige Hinweise für seine Tätigkeit.
- **Finanzdienstleistung:** Kreditinstitute, Versicherungen und Investmentbanken greifen immer stärker in die traditionellen Geschäftsbereiche anderer Anbieter ein. Um ihre Kunden kompetent zu bedienen, müssen sie die Kundendaten für alle Portfolios und Finanzprodukte integrieren können. Der Single Customer View liefert in Echtzeit einen nahtlosen, über die einzelne Organisation hinausgehenden Transaktionsfluss. So kann jeder Anbieter maßgeschneiderte Servicepakete für seine Premiumkunden schnüren, aber auch mit Hilfe einheitlicher Policies und Berechtigungen festlegen, welchen Service der einzelne Kunde erhält.

Kapitel 4

Die Aufgabe: Integration der Datensilos und Verknüpfung von Dateninseln

Welche Vorteile der Single Customer View zu bieten hat, wissen die meisten Unternehmen sehr gut einzuschätzen. Allerdings haben viele von ihnen keine klare Vorstellung von den technologischen Aspekten, die bei der Umstellung auf den Single Customer View berücksichtigt werden müssen. Die folgenden Abschnitte erläutern zunächst, welche Umstände die Integration der Kundendaten zu einer komplexen Aufgabe machen, und präsentieren anschließend ein neues Konzept, das bereits etlichen Kunden von Sun Microsystems hervorragende Ergebnisse geliefert hat.

Die Nachteile bisheriger Alternativen zur Integration

Einer unzureichenden Integration der Kundendaten haben viele Unternehmen schon vor Jahrzehnten den Kampf angesagt. Das Problem nimmt seinen Lauf, sobald die Kundendaten auf einem Zweitsystem gespeichert werden. Meist werden die Daten auf hunderte von Systemen verteilt, die keineswegs über einheitliche Betriebssysteme, Datenbanktechnologien, Speichersubsysteme, Dateiformate usw. verfügen.

Eine plattformübergreifende Datenkonsistenz versuchte man mit unterschiedlichen Mitteln zu erreichen. Die Palette dieser Mittel reicht von strikten IT Governance Policies über die Point-to-Point Integration zwischen den Systemen bis zur manuellen Synchronisierung der Aufzeichnungen verschiedener Systeme. Die Intensivierung der Datenverteilung, unzureichende Middleware-Infrastrukturen, steigende Betriebskosten und höhere Kundenerwartungen haben diese Ansätze zum Scheitern gebracht.

Heute haben etliche Unternehmen ein „Siloproblem“: Ihre Geschäftsbereiche bzw. Abteilungen verfügen über jeweils eigene Systeme und Netzwerke, die nur für spezifische Aufgabenbereiche eingesetzt werden und unterschiedliche Plattformen sowie Technologien nutzen. Aus dieser Struktur entwickelten sich mehrere kaum miteinander integrierte Datensilos, die den Datenaustausch mit anderen Datenspeichern im selben Unternehmen beträchtlich erschweren. Fusionen und Übernahmen sorgen für zusätzliche Komplexität, weil die Silos der beteiligten Firmen miteinander korreliert werden müssen und auf diese Weise „Silos für Silos“ entstehen.

Vor diesem Hintergrund griff man zu Alternativen in Form von Data Warehouses, Portalen und Business-to-Business (B2B) Verbindungen. Jede dieser Alternativen war mit individuellen Einschränkungen und Herausforderungen verbunden. Seit einiger Zeit gehen manche Unternehmen dazu über, jeden Silo unabhängig von den übrigen webfähig zu machen. Auf diese Weise sind diese Systeme zwar innerhalb kurzer Zeit über das Web adressierbar, die Webpräsenz ist jedoch in vielen Fällen stark zergliedert, was den Kunden die Navigation nicht unbedingt erleichtert. Eine weitere Problematik dieses Konzeptes liegt darin, dass die Funktionen mehrerer Silos nur mit größten Schwierigkeiten zusammengeführt werden können und die Einführung neuer Mehrwertdienste alles andere als eine einfache Aufgabe ist.

In den vergangenen Jahren wurden Lösungen für Enterprise Application Integration (EAI) immer beliebter. Sie ermöglichen die Kommunikation und Interoperabilität mehrerer Applikationen, die auf Systemen unterschiedlicher Hersteller ablaufen. Auf diese Weise kann ein Unternehmen verschiedenartige Informationssysteme in neue Applikationen integrieren, neue Mehrwertdienste einrichten und dynamisch auf Veränderungen reagieren. So könnte beispielsweise der Schalterangestellte eines Kreditinstituts den Kunden nicht nur daran erinnern, dass ein Kredit neu verhandelt werden muss, sondern ihm auch gleich ein spezifisches Angebot unterbreiten und die Transaktion veranlassen – mit positiven Auswirkungen auf die Geschäftszahlen und die Kundenzufriedenheit. Allerdings bietet auch EAI keine optimalen Voraussetzungen für die Integration der Kundendaten, da keine Geschäftsprozesse adressiert werden und in der Regel auch keine Möglichkeiten für eingebautes Business Process Management zur Verfügung stehen.

Eine clevere Lösung: Verbundapplikationen auf Basis einer Service-Oriented Architecture (SOA)

Seit kurzer Zeit gibt es ein neues Konzept für die Umsetzung eines Single Customer View: so genannte Verbundapplikationen („composite applications“), die mehrere Services miteinander kombinieren und auf einer standardbasierten SOA aufsetzen. Dieses Konzept vermeidet die Nachteile seiner Vorgängermodelle, denn es adressiert nicht nur die technologischen Erfordernisse der Datenintegration, sondern auch die für die Businessprozesse relevante Anforderung, dass die richtigen Daten zur richtigen Zeit den richtigen Personen zur Verfügung stehen müssen.

Allgemeines zur SOA

Die Service-Oriented Architecture (SOA) ist ein neues Architekturkonzept, das die Integration und das Management der Daten für Legacy-, Packed- und neue Applikationen ermöglicht. Die Realisierung einer SOA repräsentiert den ersten wichtigen Schritt auf dem Weg zum Single Customer View. Dieser Schritt stellt sicher, dass vorhandene IT-Ressourcen auch künftig genutzt werden und neue Funktionen in Verbundapplikationen ohne großen Zeitaufwand entwickelt werden können. Die Integration eigenständiger Silosysteme, die Straffung der Businessprozesse und die Korrelation der IT mit den Businessprozessen sorgen dafür, dass alle Kundendaten im gesamten Unternehmen zur Verfügung stehen.

Verbundapplikationen auf einer SOA

Die Kombination einer SOA mit Verbundapplikationen beschleunigt die Entwicklung neuer Applikationen durch die Verwendung bereits vorhandener Ressourcen. Im Gegensatz zur engen Koppelung oder der Systemabhängigkeit früherer Entwicklungstechniken basiert dieses Konzept auf Industriestandards. Sie ermöglichen Applikationen mit loser Koppelung, bieten mehr Flexibilität und erlauben die mehrfache Verwendung der Komponenten.

Die Entwicklung der Verbundapplikationen erfolgt prozesszentrisch auf der Grundlage von SOA-Prinzipien. Sie kombiniert die Vorteile einer kundenspezifischen Entwicklung mit den Pluspunkten einer Packaged Application durch die Erweiterung von vorhandenen Applikationen und Prozessfragmenten der Silo-Applikationen. Dabei werden die Businessprozesse einer eigenen Ebene zugeordnet, so dass Änderungen entweder an den Prozessen selbst oder an einem der Systeme vorgenommen werden, die sie unterstützen.

Dieses prozessgesteuerte Konzept ermöglicht die Integration der Kundendaten aus mehreren Quellen und verbessert die Abstimmung der IT-Funktionen mit den Businesszielen auf unternehmensweiter Basis, damit das Unternehmen flexibler agieren kann.

Kapitel 5

Die Lösung von Sun: Sun Java Composite Application Platform Suite

Verschiedene Produkte und Services von Sun erleichtern Unternehmen die Realisierung einer SOA-Plattform mit Verbundapplikationen für den Single Customer View. Dreh- und Angelpunkt des Konzepts ist die Sun Java Composite Application Platform Suite (Java CAPS).

Allgemeines

Java CAPS liefert eine umfassende Integrationsplattform für die Entwicklung und das Management von Verbundapplikationen auf einer SOA-Basis. Die Verwendung und Zusammenführung der enthaltenen Kundendaten ermöglicht einen Single Customer View.

Über die serviceorientierte Prozessintegration kann eine Single-View Verbundapplikation auf Kundendaten zugreifen, die von CRM-, ERP-, Finanz- und Legacy-Applikationen bereitgestellt werden. Eine intelligente Datenstandardisierung und entsprechende Algorithmen sorgen dafür, dass die auf diese Applikationen verteilten Kundendaten erkannt werden, verlinken die in Silos abgelegten, applikationszentrischen Kundenidentitäten zu einer universellen Kunden-ID und richten einen Masterindex für die Kunden ein.

Während des Hochladens in die Single-View Applikation werden die Kundendaten bereinigt und zu einem Single Best-Record View zusammengezogen. Dieser View kann die Qualität der Sourcedaten verbessern, die wichtigsten Kunden identifizieren und Programme dazu erstellen. Außerdem kann er als Grundlage für kundenzentrische Services einer neuen Generation fungieren.

Die Implementierung dieses Integrationskonzepts für die Kundendaten ist mit einem relativ geringen Risiko verbunden und kann auf inkrementeller Basis in beliebigem Tempo umgesetzt werden.

Die Vorteile

Java CAPS sorgt dafür, dass Ihr Unternehmen von folgenden Vorteilen profitieren kann:

- Zusammenführung vorhandener Backend-Services (z.B. Abrechnung) zu einem einheitlichen Kundenerlebnis
- Integration vorhandener und kundenspezifischer Applikationen inklusive Sharing von Daten und Informationen
- Zentraler Einstiegspunkt für den Online-Selfservice
- Geringere Betriebskosten durch einen einzigen Verarbeitungsprozess für alle Geschäftsbereiche
- Identifikation der wichtigsten Kunden und Verwendung dieser Informationen durch die operativen Systeme

Kapitel 6

Services

Consulting-Experten von Sun und seinen Partnern beraten die Kunden zu allen Aspekten rund um die Entwicklung, die Einführung und das Management von EIA- und Verbundapplikationen in einer Service-Oriented Architecture. Das SOA-Konzept von Sun beinhaltet folgende Leistungen:

- Technologieexperten und Architekten mit langjähriger SOA-Erfahrung begleiten die Integration der SOA in Ihre Umgebung.
- Ein pragmatisches SOA-Konzept, das auf langjähriger konkreter Erfahrung und Best Practices basiert, ermöglicht die gezielte Umsetzung der Businessziele.
- In den vertikalen Industrien gewonnene Erfahrung verkürzt die Einführungszeit, verringert das Projektrisiko und ermöglicht eine branchenspezifische Problemlösung.
- Ein direkter Wissenstransfer bietet optimale Voraussetzungen für eine reibungslose Implementierung und ein langfristig erfolgreiches Management.
- Die Sun SOA Repeatable Quality (RQ) Methode ermöglicht die Realisierung einer SOA auf iterativer und inkrementeller Basis.

Kapitel 7

Cross-Industry Szenarien

Die folgenden Szenarien basieren auf konkreten Erfahrungen der Kunden von Sun. Sie erläutern anhand von Beispielen, wie Unternehmen mit Hilfe von Java CAPS einen Single Customer View realisiert haben. Bei den „Kunden“ kann es sich um Endverbraucher, Patienten oder Bürger handeln.

Telekommunikation

Situation

Ein großer internationaler Telekommunikationskonzern hatte Probleme mit der Zufriedenheit seiner Kunden, weil im Rahmen der Kundenkontakte häufig fehlerhafte oder inkonsistente Kundendaten Verwendung fanden. Ein Single Customer View sollte den Kundenservice und die Kundenbindung verbessern, aber auch ein effizienteres Konzept für die Applikationsentwicklung ermöglichen, um die Markteinführung neuer Services zu beschleunigen. Auch auf die Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der Kundenservice-Systeme sollte sich der Single Customer View positiv auswirken.

Lösung

Java CAPS kümmert sich jetzt um die Integration und das Management der Businessprozesse für alle Systeme – inklusive Kundenservice-Applikationen, Auftragsbearbeitung, Finanzwesen und Netzwerkmanagement. Die Implementierung deckt sowohl die inländischen Systeme als auch das paneuropäische Netzwerk des Konzerns ab.

Vorteile

Die Java CAPS Implementierung liefert einen Single Customer View inklusive Echtzeit-Zugriff auf integrierte Kundendaten. Zugleich hat sie dazu beigetragen, die Genauigkeit der Daten zu verbessern und die IT-Kosten zu senken. Mit Hilfe der Java CAPS Lösung konnte der Konzern außerdem neue Partnerkanäle erschließen, die Effizienz verbessern und Umsatzzuwächse erzielen.

Gesundheitswesen

Situation

Ein führender Healthcare-Anbieter musste die Präzision und Konsistenz der am Point-of-Care bereitgestellten Patientendaten verbessern. Dazu wurde ein Single Customer View benötigt. Das Management von ambulanten und stationären Leistungen, Krankenhäusern der Grundversorgung sowie einer Forschungseinrichtung und die Betreuung von über 65.000 Mitgliedern und 5.000 Ärzten erfordern sichere Datenzugänge inklusive Datenschutz und die Zusammenführung der Daten von unterschiedlichen Systemen.

Lösung

Java CAPS hat die Legacy-Systeme miteinander integriert und dafür gesorgt, dass Daten mit Hilfe von Webtools schneller, aber auch kostengünstiger an die Anbieter weitergeleitet werden können. Die Lösung konnte inkrementell eingerichtet werden, ohne dass es erforderlich war, die Infrastrukturbasis zu restrukturieren oder Legacy-Systeme zu verändern.

Vorteile

Mit Hilfe von Java CAPS und Entwicklungstools von Sun konnte die Healthcare-Organisation Daten von unterschiedlichen Systemen auf der Unternehmensebene zusammenführen. Die unternehmensweite Verfügbarkeit der Patientendaten sorgt dafür, dass die Klinikmitarbeiter besser informiert sind, wenn sie Entscheidungen treffen müssen. Außerdem hat die Java CAPS Lösung einen Beitrag zur Senkung der Wartungs- und Supportkosten geleistet und den Investitionsschutz für die vorhandenen Legacy-Systeme verbessert.

Behörden

Situation

Die für die Energieversorgung zuständige Verwaltungsabteilung eines städtischen Ballungsraums in den USA wünschte sich einen „Single Point of Contact“, um alle Accounts der Tochterunternehmen eines Konzerns einheitlich anzeigen zu können und die Historie einzelner Accounts zu verfolgen, wenn sich Veränderungen ergaben. Bis dato gab es keine automatische Zuordnung der Töchter zu den Mutterkonzernen. Wenn die Kontinuität der Daten nicht gegeben war, hatte die Abteilung keine Möglichkeit, alle Kundenprobleme im Rahmen eines einzigen Calls zu adressieren. Außerdem sollte ein Selbstbedienungsbereich für die Kunden installiert und eine Lösung gefunden werden, um die insgesamt 3,8 Mio. Kunden des Energieversorgers über Rabatt- und Energiesparangebote zu informieren.

Lösung

Die Abteilung implementierte Java CAPS als Integrationsplattform für die Zusammenführung ihrer unterschiedlichen Systeme und Applikationen. Diese Lösung lieferte einen Single Customer View und sorgte für die Konsistenz der Kundendaten – unabhängig davon, ob es sich bei den Kunden um Privatpersonen oder Unternehmen handelte.

Vorteile

Heute kann die Abteilung mehr als 150.000 Service-Aufzeichnungen pro Tag verarbeiten. Mit Hilfe einer Businesslogik werden aktive und inaktive Aufzeichnungen, kommerzielle und private Kunden sowie Neueinträge und Updates unterschieden. Die vollständige Sichtbarkeit und der Abgleich der eingehenden Service Accounts mit den Parent Accounts hat den Kundenservice qualitativ verbessert. Fehlerhafte Transaktionen kommen nicht mehr vor. Auch Mitmachprogramme zum Thema Energiesparen kann die Abteilung ihren Kunden jetzt anbieten.

Kapitel 8

Zusammenfassung

Ein Single Customer View ist heute kein Luxus und erst recht kein bloßer Wunschtraum mehr, sondern eine absolute Notwendigkeit. Unternehmen jeglicher Größe und Ausrichtung haben die Erfahrung gemacht, dass sie unzulängliche Kundendaten erheblich teurer zu stehen kommen als sie vermutet hätten. Immer deutlicher tritt auch zu Tage, dass der Single Customer View wesentlich mehr Chancen bietet als viele Unternehmen zunächst angenommen hatten.

Die Kombination von Verbundapplikationen mit einer auf Standards basierenden SOA liefert Unternehmen einen Single Customer View und verbessert die Flexibilität ihrer Applikationen. Java CAPS kann den Umstieg zu diesem neuen Konzept erleichtern. Diese umfassende Integrationsplattform ermöglicht die Echtzeit-Konnektivität der Applikationen, die Synchronisierung der Daten und den Einsatz von prozesszentrischen Verbundapplikationen. Die durchgängige Integration der Kundendaten deckt alle neu entwickelten und zum Bestand gehörenden Applikation ab. Auf diese Weise kann Java CAPS die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung durchgreifend verbessern.

Über Sun

Seit der Gründung im Jahr 1982 bildet die Vision von Sun Microsystems Inc., "The Network is the Computer", das Fundament der Unternehmensphilosophie: die Bereitstellung umfassender Lösungen basierend auf offenen Standards und leistungsfähiger Computersysteme für alle Wirtschaftsbranchen und den öffentlichen Bereich.

Weitere Informationen

Detaillierte Informationen über die Realisierung eines Single Customer View mit Produkten, Serviceleistungen und Technologien von Sun erhalten Sie auf sun.com/singlecustomerview. Über Java CAPS informieren Sie sich bitte auf sun.com/software/javaenterprisesystem/javacaps.

