



TAVOLA ROTONDA DATA MANAGER

Su questo interessante
tema, con particolare
riferimento alle possibili
soluzioni, Data Manager
ha chiamato i protagonisti
dell'offerta a partecipare
a una tavola rotonda
i cui principali risultati
vengono ora presentati
al lettore

DM – Per approfondire un tema come quello del Bpm & BI è utile partire dalle esperienze concrete, dalle best practices nelle banche. Quale esempio reale può aiutare il lettore a capire meglio?

Paolo Crini, direttore marketing e sviluppo business, Teleap (www.teleap.it)

La difficoltà nel creare una visione unica del cliente è data dalla necessità d'integrare informazioni aggiornate e strutturate relative a tutti i canali. In realtà, la principale difficoltà da gestire è la presenza di molteplici applicazioni BI, poco integrate tra di loro, che fanno leva su datawarehouse e/o data mart in cui la presenza di dati centrati sul cliente è molte volte inadeguata. L'approccio che **Teleap**, società del **Gruppo Value**

Partners, segue, parte dall'unificazione e bonifica del dato, necessaria anche per l'adeguamento ai nuovi principi IAS e Basilea II, per ridefinire ed estendere la struttura dati esistenti con un orientamento al cliente: questo garantisce gli strumenti Bpm & BI adatti per valutare accuratamente il valore, la propensione, l'approccio comportamentale del cliente e le performance.



Paolo Crini, direttore marketing e sviluppo business, Teleap