

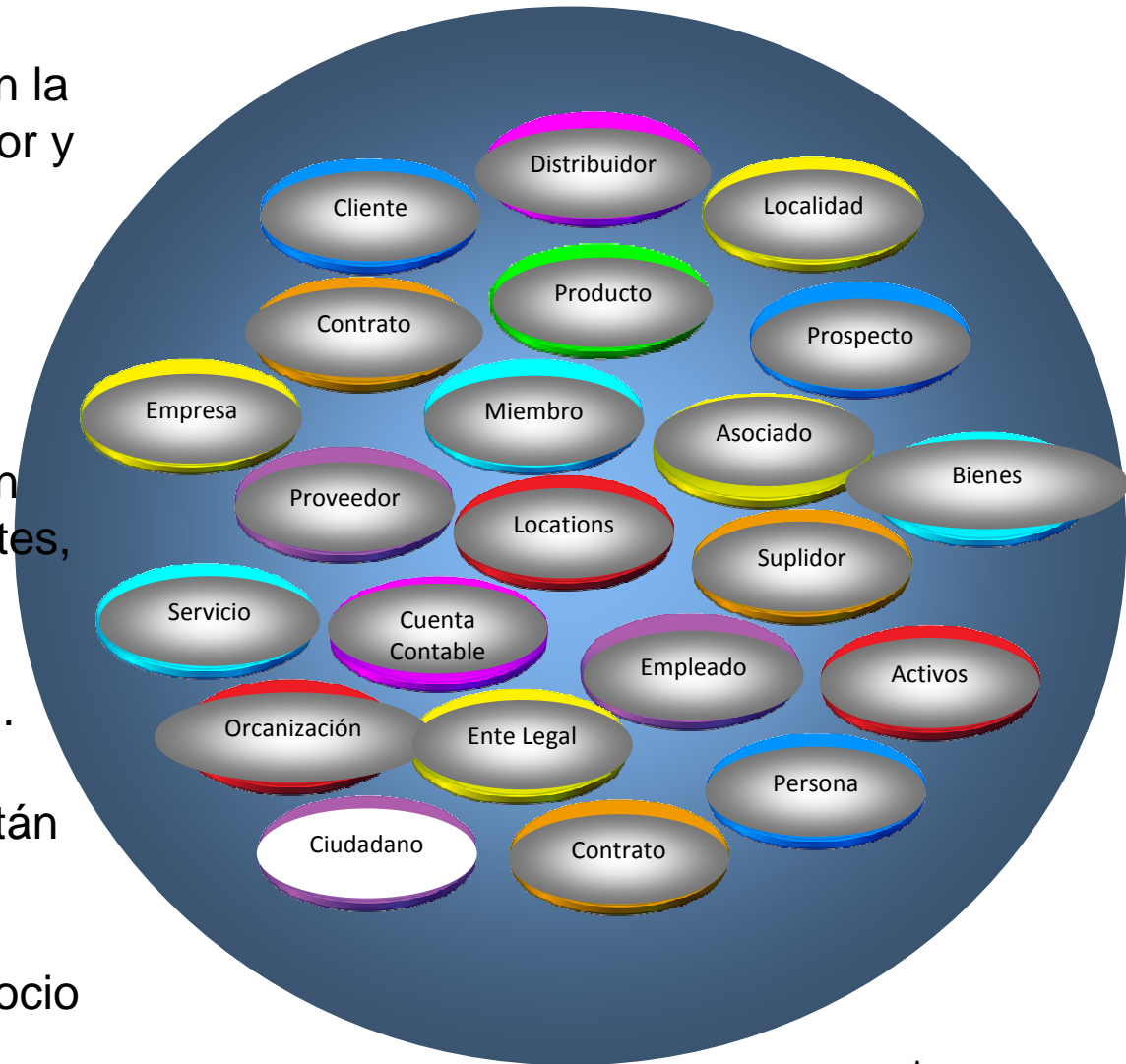


Los Datos Maestros y la Visión Única de los Activos Esenciales: Clientes y Productos

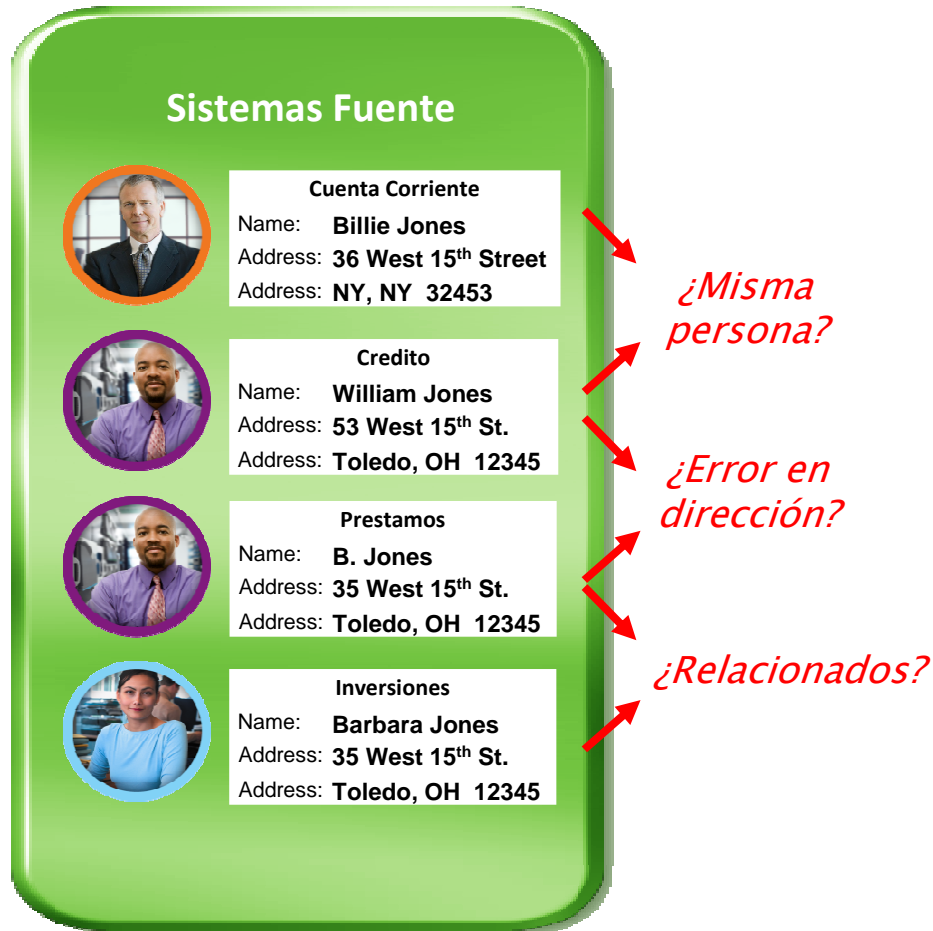
Danilo Novelli
Director, Worldwide Information Governance Sales
IBM

¿Qué son los Datos Maestros?

- Los Datos Maestros son la información de más valor y criticidad que las empresas usan como soporte a los procesos esenciales.
- Los Datos Maestros son información sobre clientes, proveedores, localidad, productos, empleados, cuentas y mucho más...
- Los Datos Maestros están en el centro de cada transacción comercial, cada aplicación de negocio y en cada decisión.

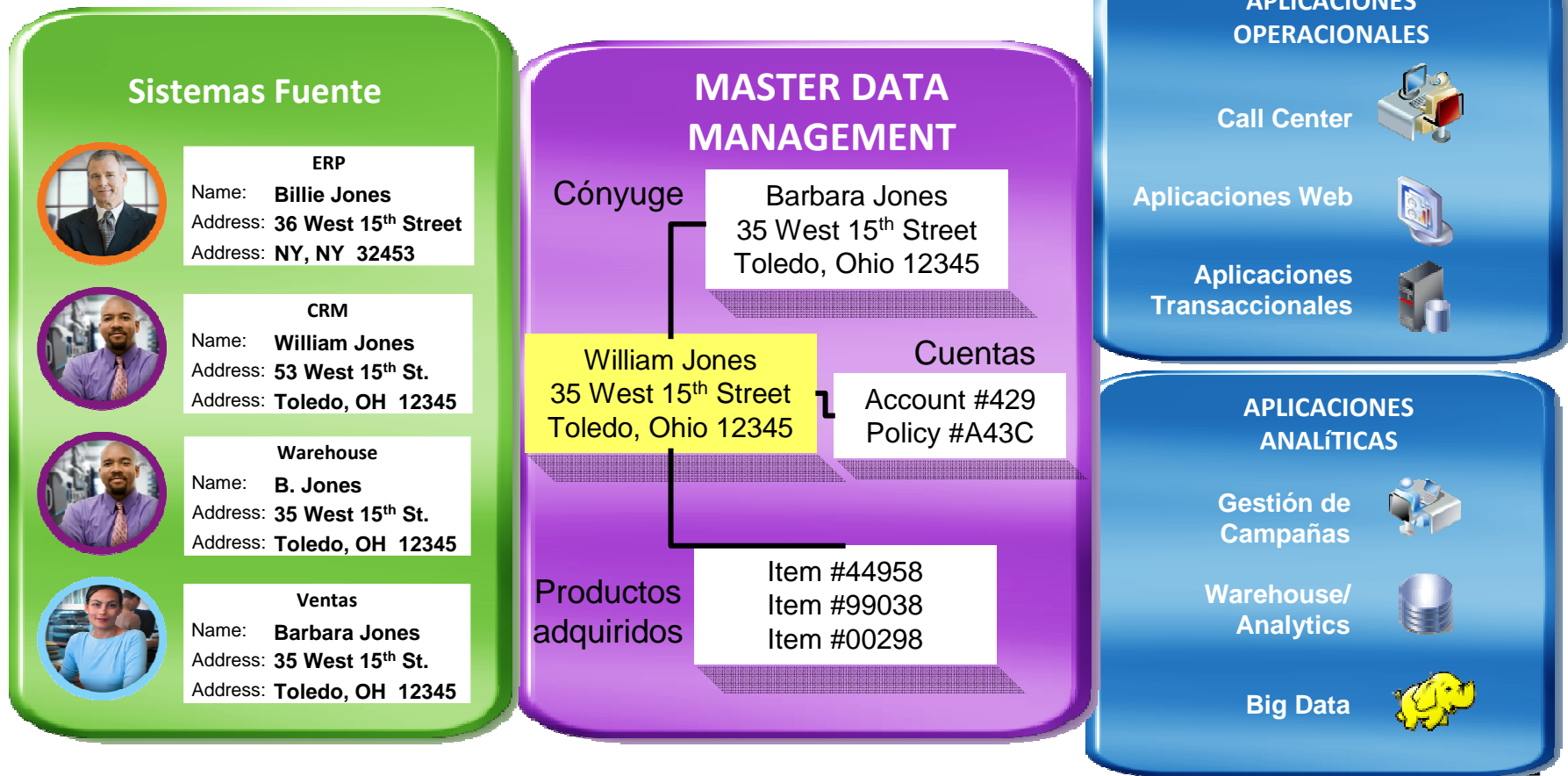


¿Qué son los Datos Maestros?

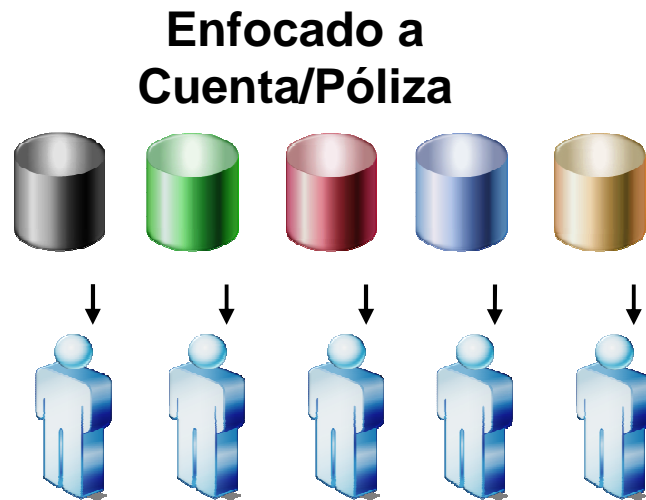


¿Qué es Master Data Management?

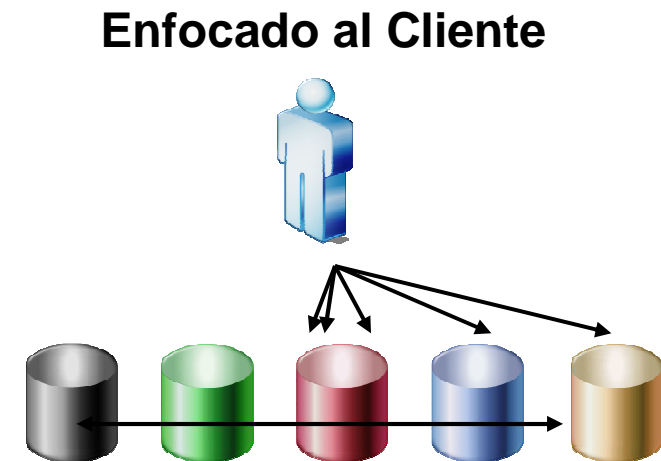
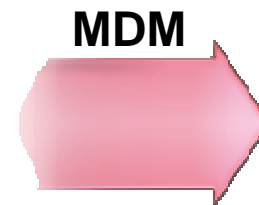
- Es una disciplina que provee una clara visión de entidades – dominios - y sus relaciones.
 - Un conjunto de tecnologías para el uso consistente de los datos maestros en la organización.
 - Un conjunto de reglas y procesos diseñados para gestionar y controlar el cambio y vida de los datos maestros.



Ejemplo: La Organización Orientada al Cliente



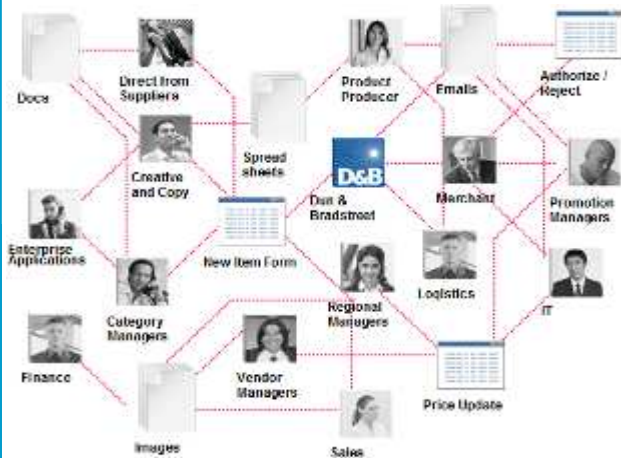
- Visión incompleta
- Mínimo entendimiento de las relaciones
 - Servicio inconsistente
- Oportunidades no aprovechadas



- Visión completa
- Relaciones y jerarquías claras
- Experiencia de servicio consistente
- Oportunidades de cross/sell y up/sell aprovechadas

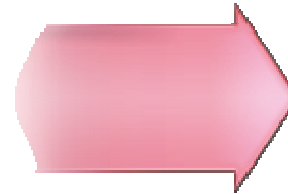
Ejemplo: Visión Única de Producto

Información de Producto no Relacionada

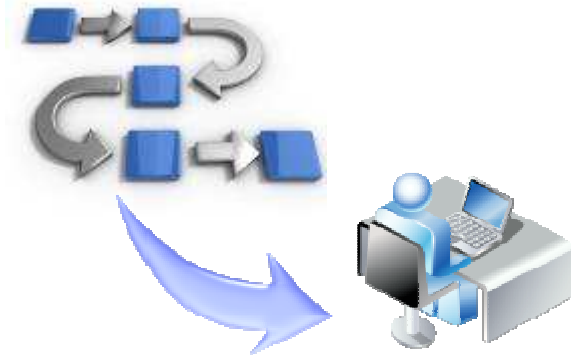


- No existe un ambiente de colaboración para la creación de productos.
- No hay visión única de producto.
- No hay sincronía con aplicaciones.
- No hay consistencia en la publicación por diferentes canales – web y catálogos, por ejemplo.

PIM & MDM



Acceso Transparente y Autoría



- Creación de productos en ambiente colaborativo que permite uso y difusión consistente de la información de productos.
- Productos disponibles para uso en cualquier canal de difusión.



Master Data Management Business Drivers

Ingresos

- Identificar oportunidades de cross-sell/up-sell.
- Creación de ofertas de productos a la medida/personalizados.
- Agilizar introducción de productos al mercado.
- Identificación de clientes relevantes.
- Mejora en retención de clientes.

Iniciativas Estratégicas

- Consolidar datos de sistemas en silos
- Integrar sistemas rápidamente (M&A)
- Crear y suplir nuevos canales de negocio
- Crecer el negocio
- Identificar relaciones claves y jerarquías

Costes

- Automatización de procesos manuales.
- Reducción de errores en datos.
- Eliminación de envíos masivos.
- Identificación de riesgo (crédito).
- Consolidación de sistemas.

Cumplimiento Regulación

- Reducción de riesgos.
- Control de acceso a datos.
- Cumplimiento de regulaciones gubernamentales y corporativas.
- Gestión de las preferencias de privacidad de clientes.

Alinear MDM con el Objetivo de Negocio



Mejorar Agilidad del Negocio

**Integrar Nuevos
Sistemas (M&A) en
semanas**



Bajar Costes Operacionales

Eliminar 2 de 3 CRMs



Mejorar Servicio al Cliente

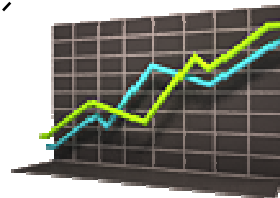
**Reducir Tiempos de
Búsqueda en un 58%**

**Resultados
contrastables**



Estrategia para Nuevos
mercados y productos

**Incrementar el ratio
de éxito de campañas
en un 5%**



Venta cruzada

**Incrementar el Valor de
las Ventas en un 2%**



Cumplir con Regulaciones

**Incrementar un 10% las
Preferencias de Privacidad**

Ejemplos de Clientes que usan MDM

Cliente	Imperativas	Valor de Negocio
	Visión única de cliente	Utilización de procesos via workflow para dar de alta a clientes, utilizando algoritmos de “matching” y jerarquías para validar los datos.
	Ofertas personalizadas	Producir ofertas personalizadas y competitivas basadas en dinámicas del mercado y preferencias de clientes, manteniendo el control sobre regulaciones.
	Intercambio de información de producto	Mejorar el intercambio de información de productos con proveedores, permitiendo la sincronización de más de 2.5 millones de productos.
	Visión única del ciudadano	Incremento en recaudación de aparcamiento de £150,000. Ahorros de £800,000 por eliminación de fraudes de impuestos. Mejora del servicio al ciudadano eliminando errores y burocracia.
	Gestión de la información del producto	Publicación automática de información de productos en la web. Mejora en la calidad de información de productos disponible a clientes, agregándole 100 atributos por producto. Reducción de recursos necesarios para la gestión. Eliminación de errores.

El Estudio "Total Economic Impact of MDM" de Forrester

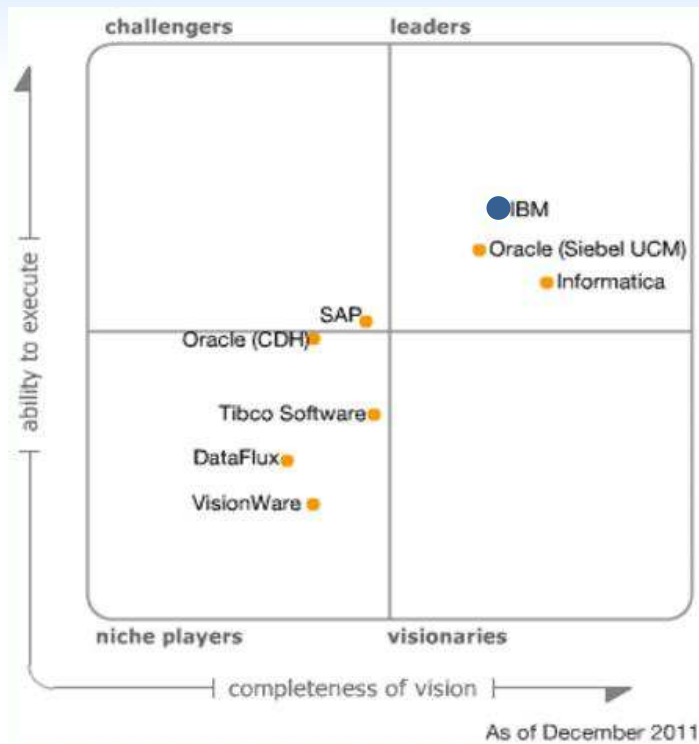
- Un marco para contrastar el valor de las inversiones propuestas en tecnología.
- Forrester entrevistó a 5 clientes de IBM InfoSphere MDM clients de Norteamérica y Europa.
- Este estudio ha modelado un perfil típico de cliente – Una compañía de servicios financieros con unos ingresos anuales de \$10B y 2.5M de registros de clientes.
- Para descargarse el estudio, visite: [Total Economic Impact of IBM InfoSphere Master Data Management](#)
- Para más información sobre la metodología seguida: http://www.forrester.com/rb/Research/total_economic_impact%26trade%3B_methodology_foundation_for_sound/q/id/42030/t/2



IBM es Líder del Mercado

**IBM #1
20.1%**

MDM for Customer Data



MDM for Product Data



Source of Market Share Data: Gartner MDM Forecast: Master Data Management, Worldwide, 2010-2015, 9 Sep 2011



Gracias

Danilo Novelli
Director, Worldwide Information Governance Sales.
IBM.



Big data, integración y gobierno: www.ibm.com/software/es/info/rte/bdig/



[@ibmanalytics_es](https://twitter.com/ibmanalytics_es)