

## Case Study Data Governance

### Implementazione di una soluzione di Master Data Management (MDM) per ottimizzare la gestione di clienti e prospect

#### Descrizione

Deloitte Analytics ha supportato uno dei maggiori gruppi editoriali italiani, operante nei settori dei media tradizionali e digitali, nella definizione e nell'implementazione di una soluzione di Master Data Management (MDM) dei Prospect/Customer e di un Customer DataMart, al fine di migliorare i processi di relazione con i clienti ed incrementare l'efficacia delle iniziative di Direct Marketing.

La soluzione, realizzata secondo lo stile architetturale ad "Hub Repository", si è sviluppata seguendo un processo incentrato sul modello del "Master Customer", intorno al quale sono stati definiti i criteri di Match, Merge e Survivorship alla base del consolidamento della "miglior versione" del Cliente. Processi e strumenti di Data Governance sono stati inoltre

definiti per supportare le attività di utilizzo e gestione, delle entità master, da parte degli stakeholder (business users, data stewards e personale IT).

Una volta operativa, la soluzione di MDM è stata integrata, mediante architettura SOA, con i sistemi e processi operazionali di relazione con i clienti (CRM – Vendite, Call Center, Campaign Execution) e con le piattaforme di diffusione dei contenuti digitali.

La soluzione MDM ha inoltre consentito la realizzazione di un Customer DataMart, per la raccolta dei dati di acquisto e comportamentali di clienti e prospect, che ha permesso di attivare processi analitici di segmentazione della clientela, campaign targeting ed analisi della dinamica della customer base.



I principali benefici apportati dalla soluzione di MDM sono riassumibili in:

- Miglioramento dei processi di relazione con i clienti e prospect (operatività di vendita e di servizio) e dei corrispondenti processi di back-end.
- Incremento della lead-generation, up-selling e cross-selling.
- Aumento dell'efficienza delle campagne di marketing.
- Miglioramento della comprensione della customer base e della relativa segmentazione.

L'adozione di un appropriato tool di mercato ha consentito la realizzazione della soluzione utente mantenendo il focus sulle problematiche di business e di processo, e demandando i dettagli implementativi degli aspetti tipici della metodologia alla piattaforma stessa (modello di sviluppo basato su regole).

---

**Per ulteriori informazioni, vi invitiamo a contattare:**

**Alfredo Maria Garibaldi**

Partner, Consulting

Tel. +39 06 47805452

agaribaldi@deloitte.it

**Giovanni Faccioli**

Partner, Consulting

Tel. +39 02 83323358

gfaccioli@deloitte.it

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).