

Extrem leistungsfähiges Datenbankmarketing



FÜHRENDER VERSICHERUNGSDIENSTLEISTER verwendet DMEExpress von Syncsort zur Beschleunigung von Implementierungen für das Datenbankmarketing

Bei Marketing und Vertrieb im Versicherungswesen sind individuelle Angebote und persönliche Kontakte mit den Kunden unverzichtbar. Unabhängige Versicherungsvertreter im Außendienst streben nach langfristigen und engen Kundenbindungen. Die Bedürfnisse der Kunden entwickeln sich im Laufe der Zeit weiter und auch die Lebensumstände ändern sich: Ereignisse wie Hochzeit oder Scheidung, Geburten, Todesfälle, Renteneintritt oder Behinderung bieten Versicherungsunternehmen Anlass, ihren Kunden weitere Produkte anzubieten.

Aus diesem Grund setzt ein großes Versicherungsunternehmen, einer der Marktführer im Bereich Immobilien-, Unfall- und Lebensversicherungen sowie Rentenvorsorge, eine umfassende Datenbankmarketingplattform ein, damit seine Vertreter über ein personalisiertes Portal gezielt Up-selling- und Cross-selling-Angebote für ihre Kunden abrufen können. Diese Marketinglösung für Vertreter ist das Ergebnis einer außergewöhnlichen technischen Zusammenarbeit von Trillium Software für die Datenqualität, Teradata für das Data Warehouse, Informatica für die Datenintegration und Syncsort für die Beschleunigung von Datenintegrations- und -verarbeitungsaufgaben. Die technische Umsetzung erfolgte durch einen führenden Systemintegrator.

Datenintegration bei Einhaltung kürzerer Verarbeitungsfenster

Die Grundlage dieser erfolgreichen Datenbankmarketingplattform ist ein riesiges Data Warehouse, das Daten aus zahlreichen Unternehmensquellen sammelt und täglich die Aktualisierungen von Kundenprofilen und Versicherungspolizen verarbeiten muss. Diese Aktualisierungen werden dann im Verarbeitungsfenster am Wochenende genutzt, um neue Modelle zu berechnen. Im ersten Verarbeitungsvorgang werden in mehreren Schritten bis zu zehn Arbeitsdateien mit 20 bis 50 GB erstellt. Die integrierten Daten werden dann zum Sortieren, Gruppieren und für weitere Aufgaben zur Verbesserung der Datenqualität (wie Abgleichen) in die Trillium-Datenbank geladen. Diese Prozesse können bis zu 12 Stunden dauern. Anschließend werden die aggregierten Daten in die Sternschema-Datenbank von Teradata geladen, um damit das Data Warehouse zu befüllen, auf das das Marketingsystem der Vertreter zugreift.

Das System empfängt täglich neue Daten aus zahlreichen Quellen. Daher müssen am Wochenende das Data Warehouse aktualisiert und neue Angebote erstellt werden, damit sie den Vertretern montagsmorgens rechtzeitig zur Präsentation bei ihren Kunden zur Verfügung stehen.

BRANCHE

- Finanz- und Versicherungsunternehmen
- einer der weltweit größten Anbieter von Finanzdienstleistungen und Versicherungen
- Schwerpunkte: Immobilien-, Unfall- und Lebensversicherungen sowie Rentenvorsorge

HERAUSFORDERUNG

- Behebung von Bottlenecks in der strategischen Marketinganwendung für Vertreter
- Die Erstellung von individuellen Angeboten mit der Datenbankmarketingtechnik konnte nicht im engen Verarbeitungsfenster am Wochenende abgeschlossen werden.
- Integrieren, Sortieren und Zusammenfassen von 30 großen Dateien mit je 20 bis 50 GB

DIE LÖSUNG

- Data Integration Acceleration mit DMEExpress von Syncsort
- Ergänzung und Erweiterung von Informatica-Produkten
- schnellere Sort- und Join-Funktionen für Trillium-Software zur Verbesserung der Datenqualität

GESCHÄFTLICHER NUTZEN

- schnellere Datenintegration und schnelleres Sortieren und Zusammenfassen bei geringerer Hardwareauslastung
- Mit der schnelleren Datenbankmarketingplattform für Vertreter können kundenspezifische Angebote rechtzeitig bereitgestellt werden.
- höherer Umsatz, größere Treue der Vertreter und stärkere Bindung zwischen Versicherungsnehmern und Vertretern

Die Einhaltung dieses SLAs schien anfangs unmöglich. Ersten Berechnungen zufolge konnte die Bereitstellung im Zeitraum Freitag bis Montag nicht gewährleistet werden, da die Datensätze sehr groß waren und eine intensive Verarbeitung in mehreren Schritten notwendig war. Um mit der Datenintegrationssoftware von Informatica die aktualisierten Daten montagsmorgens bereitstellen zu können, hätte die Verarbeitung schon am Mittwochabend beginnen müssen. Das hätte wiederum zur Folge gehabt, dass alle neuen Daten von Donnerstag und Freitag nicht berücksichtigt worden wären. Aus diesem Grund regte Informatica selbst an, ein weiteres Produkt zur Beschleunigung der Datenverarbeitung hinzuzufügen.

Das Versicherungsunternehmen installierte zusätzlich die Lösung von Syncsort zur Ergänzung und Beschleunigung der Informatica-Software. Data Integration Acceleration von Syncsort beseitigt Performance-Engpässe in vorhandenen Datenintegrationsumgebungen und damit auch Verzögerungen, und senkt gleichzeitig die Kosten und den Aufwand für die Bereitstellung von Daten für Entscheidungsträger. Diese Lösung von Syncsort beinhaltet DMExpress, die hochleistungsfähige Software zur Datenintegration, in die mehr als 40 Jahre Erfahrung mit leistungsorientierter Datenintegrationstechnik eingeflossen ist.

DMExpress unterstützt die Lösung von Informatica bei der Integration 30 einzelner Dateien, indem es mehrere Verarbeitungsschritte parallel durchführt, um vom Unternehmenssystem eingehende Daten für die Trillium-Datenbank vorzubereiten. Die Lösung von Syncsort verarbeitet komplexe Sort- und Merge-Vorgänge auf Dateiebene. Alle Daten werden im Speicher zwischen der Informatica-Software und DMExpress ausgetauscht, um I/O-Bottlenecks zu vermeiden.

Nach dem Laden der Daten in die Trillium-Datenbank führt DMExpress verschiedene Sortiervorgänge innerhalb der Datenbank aus, um die Daten zu bereinigen, Datensätze der gleichen Person anhand eines Abgleichungsschlüssels in der Datenbank zu identifizieren und das Zielmodell (Sternschema) für das Data Warehouse von Teradata zu erstellen. Da in den Dimensionstabellen besonders zahlreiche Datensätze zusammengefasst und verknüpft werden müssen, ist DMExpress unerlässlich, um die benötigte Verarbeitungsgeschwindigkeit zu erreichen.

Intelligenteres Marketing

Gemeinsam haben diese Technologieunternehmen die Marketinganwendung für Vertreter möglich gemacht. Vor allem Syncsort hat einen wesentlichen Teil dazu beigetragen. Die ersten Test- und Entwicklungsumgebungen waren durch die großen Workloads schnell überlastet und das Projekt hätte die geforderte Servicequalität nicht erbringen können. Der einzige andere Ausweg aus dieser Situation wären enorme Investitionen in zusätzliche Speicher- und Verarbeitungskapazitäten gewesen – diese Ausgaben wollte das Versicherungsunternehmen jedoch vermeiden.

Mit DMExpress als zentraler Komponente für die Implementierung konnte die Marketinganwendung für Vertreter die SLAs einhalten und gleichzeitig die Kosten senken. Die Vertreter melden sich montagsmorgens an der Plattform an und erhalten individuell auf ihre Versicherungsnehmer zugeschnittene Angebote und Kampagnen auf der Grundlage aktueller Daten. Hat eine Versicherungsnehmerin beispielsweise gerade ihr erstes Kind bekommen, kann der Vertreter den frisch gebackenen Eltern eine neue oder erweiterte Lebensversicherung anbieten.

Die Vorteile dieser Marketinganwendung für den Versicherungsdienstleister sind ein höherer Umsatz, größere Treue der Vertreter und eine stärkere Bindung zwischen den Versicherungsnehmern und Vertretern.

Über Syncsort

Syncsort ist ein weltweit tätiger Softwarehersteller, der Unternehmen eine neue Sicht auf den Business Value ihrer Daten ermöglicht. Syncsort bietet für die Datenintegration und -sicherung hochleistungsfähige Lösungen, die sich dank der einfachen Bedienung innerhalb kürzester Zeit amortisieren. In mehr als 15 000 Implementierungen hat Syncsort eine Basis für neue Entscheidungsmöglichkeiten gelegt und weltweit Tausenden von Kunden zu einem besseren Geschäftsergebnis verholfen.

Syncsort Incorporated, mit Hauptsitz in 50 Tice Boulevard, Woodcliff Lake, NJ 07677, USA. www.syncsort.com

syncsort RETHINK THE ECONOMICS OF DATA®

Syncsort GmbH, Calor-Emag-Str. 3,
40878 Ratingen, Deutschland, Tel +49 (0)2102-9546-0
www.syncsort.de