

BASES DE DONNÉES MARKETING AUX PERFORMANCES EXTRÊMES

UNE SOCIÉTÉ DE SERVICES FINANCIERS optimise sa relation client en créant des modèles comportementaux en 30 secondes seulement

Société centenaire de services financiers d'envergure mondiale, GFS s'appuie sur l'une de ses équipes pour identifier des modèles comportementaux par application de variables à des ensembles de données client. Le groupe mène ensuite des campagnes d'up-selling et de cross-selling via divers points de contact (courrier électronique, Web et encarts sur les relevés de compte). Avec une base de 30 à 40 millions de clients actifs, possédant chacun 10 000 variables, le traitement de ces chiffres n'est pas chose aisée. GFS utilisait jusqu'alors SAS pour traiter l'ensemble des éléments – des variables aux fichiers marketing, en passant par les modèles et les ensembles de données. Le traitement prenait alors pas moins de 30 jours. Un processus de réactualisation indispensable via DB2, qui représente 95 % de ses feeds, exigeait en moyenne 14 heures. Autre difficulté : GFS doit respecter des accords de niveau de service (SLA) très stricts. « Si nous manquons la deadline du lundi, nous perdons des millions », précise l'architecte technique de GFS.

« En utilisant DMExpress et la nouvelle architecture, nous sommes à présent en mesure d'exécuter des modèles comportementaux de clients en 30 secondes seulement. »

— Architecte technique GFS

Avec l'aide de Syncsort DMExpress, le groupe entama le développement d'une nouvelle architecture confidentielle. Une fois en place, DMExpress permet de développer les feeds et de remplacer la majeure partie du traitement SAS qui créait alors

les ensembles de données et les fichiers marketing. Une campagne qui prenait autrefois un mois à exécuter ne prend désormais plus que 5 jours. Grâce à DMExpress, le processus de réactualisation est lui aussi considérablement accéléré : 2 heures au lieu de 14 heures autrefois !

GFS constate également que l'interface utilisateur ergonomique de DMExpress apporte davantage de flexibilité aux équipes. « Aujourd'hui, en cas de départ d'un collaborateur, nous ne perdons plus une base de connaissances précieuse », remarque l'architecte de GFS.

Le recours à DMExpress pour d'autres projets est actuellement à l'étude chez GFS. Et compte tenu des résultats facilement quantifiables en termes d'accroissement de la rentabilité client, l'architecte qui gère « un des milliers de datawarehouses » de l'entreprise reste un ardent supporter de Syncsort et de DMExpress.

SECTEUR D'ACTIVITÉ

- Finance et assurances

DÉFI

- Accords de niveau de service (SLA) draconiens
- 30 jours pour traiter les variables et ensembles de données d'un projet d'identification des modèles comportementaux de la clientèle
- 14 heures en moyenne pour la réactualisation avec DB2

SOLUTION

- Création d'une nouvelle architecture à l'aide de Syncsort DMExpress
- Remplacement de la majeure partie du traitement SAS

AVANTAGES

- Meilleure rentabilité client à travers les campagnes de cross-selling et d'up-selling
- Durée des campagnes réduite de 1 mois à 5 jours
- Processus de réactualisation réduit de 14 heures à 2 heures
- Flexibilité améliorée pour les équipes

L'entreprise Syncsort

Editeur de logiciels international, Syncsort aide les entreprises leaders du monde entier à reconsidérer la valeur et le coût des données. Grâce à ses solutions d'intégration et de protection des données simples d'utilisation, Syncsort assure une performance extrême des données, pour un retour sur investissement rapide. Avec 12 000 déploiements à son actif, Syncsort transforme la prise de décisions et augmente la rentabilité de milliers de clients à travers le monde. Syncsort Incorporated, siège social à 50 Tice Boulevard, Woodcliff Lake, NJ 07677, USA. www.syncsort.com

syncsort RETHINK THE ECONOMICS OF DATA

Syncsort S.A., Tour Egée, La Défense, 17, avenue de l'Arche, 92671 Courbevoie Cedex, France, Tel +33 (0)1 46 67 46 10
www.syncsort.fr