

Vision unique des clients en CRM

Description

Sunrise TDC Suisse est le second opérateur téléphonique en Suisse en terme de nombre de clients. C'est un environnement de très haute concurrence. J'ai réalisé mon travail de diplôme dans le département de la gestion de la relation client (CRM). Ce département est responsable de toutes les campagnes marketing, la qualité des données utilisées et les relations avec la clientèle. Le système CRM actuel et l'entrepôt de donnée permettent d'avoir une vision unique des clients, c'est-à-dire la vision des clients avec tous ses produits, ses communications et son score.



C R M (Customer Relationship Management)

Problématique

Sunrise a deux entrepôts de données (DWH). Un entrepôt pour les clients de téléphonie fixe et Internet (WIN) et un autre pour les clients de téléphonie mobile.

Sunrise utilise les services d'un courtier d'adresses pour:

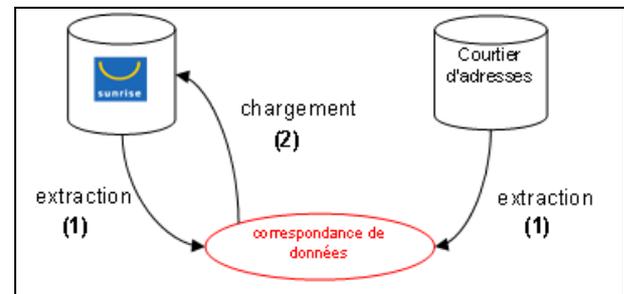
- Identifier des doublons d'adresses des clients qui se trouvent dans les deux bases;
- Enrichir ses bases de données en nouveaux prospects et celles de ses clients, en attributs socio-démographiques;
- Trouver les clients Sunrise qui jouissent des deux types de produits (WIN et Mobile).

Cette correspondance de données entre les deux entrepôts de données permet également d'identifier les différents potentiels d'« up et cross-selling ». La gestion d'un tel volume de

données affecte sa qualité. De nombreux doublons sont également créés par la société externe ; de ce fait, les données sont parfois erronées et leur mise à jour difficile.

Objectifs

Les objectifs clés sont d'internaliser le procédé de correspondance de données réalisé par l'entreprise externe (la mise à jour des données) ainsi que la réduction des doublons.



Tâches effectuées

Après avoir réalisé, à l'aide d'un logiciel spécialisé, toutes les correspondances de données (personnellement paramétrées), j'ai été en mesure d'identifier les données recherchées. Les données enrichies ont été ensuite sélectionnées et chargées dans l'entrepôt. Le volume de doublons a ainsi pu être considérablement réduit.

Résultats

Cette internalisation a permis à sunrise :

- de réaliser une économie substantielle
- d'augmenter très sensiblement la qualité de ses données clients ;
- de se limiter à ne charger que les données désirées ;
- et de découvrir de nouvelles opportunités uniques de « up et cross-selling ».

Auteur: Romain Porot
Répondant externe: Luca De Carli
Prof. responsable: Andreas Sidler
Sujet proposé par: Sunrise TDC Switzerland