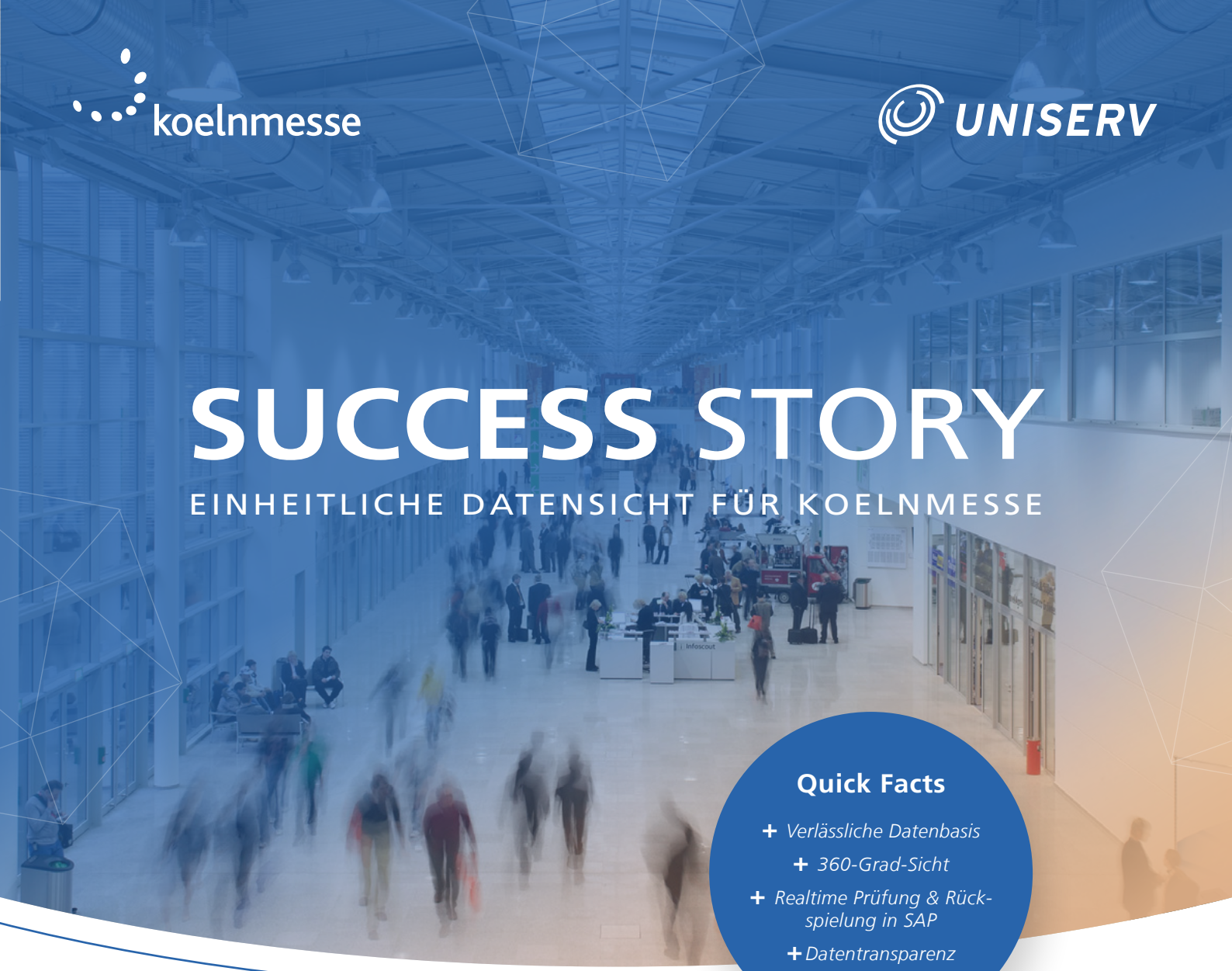
koelnmesse

UNISERV

SUCCESS STORY

EINHEITLICHE DATENSICHT FÜR KOELNMESSE



Quick Facts

+ *Verlässliche Datenbasis*
+ *360-Grad-Sicht*
+ *Realtime Prüfung & Rückspielung in SAP*
+ *Datentransparenz*

STORY.

Die Koelnmesse ist der Messeplatz Nummer eins für zahlreiche Branchen. Besucher und Aussteller aus der ganzen Welt kommen nach Köln, um auf einem der größten Messegelände der Welt Produkte und Trends zu präsentieren und weltweit Geschäfte zu machen. Jährlich organisiert und betreut die Koelnmesse rund 80 Events mit mehr als 50.000 ausstellenden Unternehmen sowie rund drei Millionen Besuchern.

SOLUTION.

Um Prozesse effizienter zu gestalten und Ressourcen optimaler einzusetzen, sollten die verschiedenen Datenpools im Sinne eines Golden Networks zu einer einheitlichen Sicht konsolidiert werden. Entsprechend wurde ein Stammdatenprojekt aufgesetzt, um in einem ersten Schritt 1,5 Millionen in SAP C4C (SAP Sales Cloud) gespeicherte Stammdatensätze im Customer Data Hub von Uniserv zusammenzuführen und zu konsolidieren.

SUCCESS.

Auf dieser Basis können Vertriebspotenziale besser genutzt sowie Marketingkampagnen schneller und zielgenauer durchgeführt werden. Manuelle Arbeitsaufwände werden durch weitergehende Automatisierung zusätzlich minimiert. Mittels einer App sollen Daten künftig auch direkt in SAP C4C (SAP Sales Cloud) eingegeben werden. Der Bereich Customer Service profitiert darüber hinaus von einem noch höheren Servicegrad.

DATENBASIS KONSOLIDIEREN.

#STORY

SEPARATE DATENCONTAINER WAR GESTERN: KONSOLIDIERTE DATENBASIS ALS WERTVOLLES ASSET

Das Erfolgsgeheimnis einer Messe ist die effiziente und qualifizierte Zusammenführung von Märkten und Menschen. Ganz gleich, ob eine Person Aussteller, Besucher oder Veranstalter einer eigenen Messe oder eines eigenen Events ist. Im Mittelpunkt steht das echte, persönliche und unmittelbare Erleben der neuesten Trends und Entwicklungen weltweit. Es geht um wertvolle Kontakte zwischen Menschen, um Inspiration und Begeisterung zu entwickeln.

In diesem Kontext organisiert und betreut die Koelnmesse jedes Jahr rund 80 Messen, Ausstellungen, Gastveranstaltungen und Special Events in Köln und in den wichtigsten Märkten weltweit. Rund 3 Millionen Besucher aus 221 Staaten und mehr als 53.500 ausstellende Unternehmen aus 122 Ländern nehmen regelmäßig an den Veranstaltungen teil. Dies bringt eine Menge an heterogenen Daten im Millionenbereich mit sich. Aus der eigenen Expertise im Bereich Datenqualität heraus sollte der gewachsene Datenpool reorganisiert und konsolidiert werden, zunächst mit Fokus auf Sales und Marketing.

Die Arbeit des Vertriebs war bis dato von einem recht hohen Anteil an manueller und damit auch zeit- und kostenintensiver sowie fehleranfälliger Tätigkeit geprägt. Ebenso der Marketingbereich: Daten für Kampagnen beispielsweise waren vielfach zusätzlich manuell vorzubereiten. Ein einheitlicher Blick auf Kunden und Interessenten mit ihren jeweiligen Rollen war entsprechend eingeschränkt, vor allem da eine Person sowohl Aussteller als auch Besucher als auch Veranstalter sein kann. Ebenso kann eine Person Fach- oder Privatbesucher sein. Eine klare Einordnung nach ‚Person' bzw. ‚Organisation' war erschwert.

Demzufolge haben die Verantwortlichen der Koelnmesse entschieden, neben dem Bereich Datenqualität auch das ganzheitliche Stammdatenmanagement anzugehen, sprich den Scope zu erweitern und für die Zukunft vorzusorgen. Das heißt insbesondere, a) eine verlässliche Datenbasis zu schaffen, die unterschiedlichsten Anforderungen gerecht wird und b) für entsprechende Prozesse zu sorgen, die ein Höchstmaß an Datentransparenz und –zuverlässigkeit schaffen. SAP C4C (SAP Sales Cloud) mit SAP Hybris (SAP Marketing Cloud) soll dabei das führende System für die Kundendaten und damit den einheitlichen 360-Grad-Blick sein.

Geschäftsfeld

Messen, Ausstellungen, Gastveranstaltungen und Special Events

Umfeld

national und international

Datenbasis

Daten von Besuchern, Austellern und Interessenten (Unternehmens- und Personendaten)

Anforderung

Einheitliche Golden Records als Single Point of Truth

„In punkto **Kundendatenmanagement** haben wir uns für **Uniserv** entschieden, weil das Unternehmen einerseits auf eine jahrzehntelange Historie zurückblickt und andererseits **Expertise, Technologie und Services** aus einer Hand bietet.“

ACHIM STOLZKI
Zentralbereichsleiter IT,
Koelnmesse

EINHEITLICHE **DATENSICHT.**

#SOLUTION

CUSTOMER DATA HUB ALS ZENTRALE INSTANZ VIA HANA CLOUD INTEGRATION

Das Stammdatenprojekt für die Konsolidierung der Daten und Schaffung einer einheitlichen Datenbasis rückte in einem ersten Schritt rund 1,5 Millionen Adressen in den Mittelpunkt. Mit Standard-Anforderungen, postalischer Prüfung und Merge wurde in C4C (SAP Sales Cloud) die einheitliche Datensicht geschaffen. Dafür ist der Customer Data Hub (CDH) von Uniserv als zentrale Instanz via HANA Cloud Integration (HCI) mit C4C (SAP Sales Cloud) verbunden.

Für den Sales-Bereich bedeutet diese Lösung im Vergleich zur vorherigen Vorgehensweise einen höheren Automatisierungsgrad. Kontakte mit ihren Daten können künftig sofort per App direkt auf einer Veranstaltung in C4C (SAP Sales Cloud) eingegeben werden. Die Daten werden real-time mit und über den CDH geprüft und zurückgespielt. Danach stehen sie validiert in C4C (SAP Sales Cloud) sofort zur Verfügung und können verwendet werden. Außerdem besteht eine einheitliche Datensicht mit Blick auf ‚Person-Organisation' und ‚Kunde-Interessent' (Rollenverständnis).

Ähnlich dem Vertrieb kann Marketing auf dieser einheitlichen Datensicht aufbauen, beispielsweise für Kampagnen, Kommunikation und Werbung; mit einem Millionen-Publikum, 25.000 akkreditierten Journalisten und über einer Milliarde Werbe- und Pressekontakten ein Vorteil von nahezu unschätzbarem Wert. Auf Knopfdruck können Daten noch besser nach bestimmten Kriterien schnell und zuverlässig selektiert und aufbereitet werden. Daten liegen überschneidungsfrei vor, da angeschlossene Systeme mit dem CDH synchronisiert sind und eine zentrale Datenbasis als Referenz immer auf dem CDH verfügbar ist.

Auch der Customer Service profitiert nachhaltig in seiner Arbeit, insbesondere durch eine verbesserte Kundenstammdatenpflege direkt auf C4C (SAP Sales Cloud). Der manuelle Aufwand ist durch die Automatisierung einer deutlichen Arbeitserleichterung und damit Beschleunigung gewichen. Alle relevanten Daten zu einem Kunden wie beispielsweise Belege, Historie, Zahlungen etc. stehen jetzt auf einen Blick zur Verfügung. Über die permanent über den CDH bereit gestellten Prüfungen werden alle Daten, vor allem neu hinzukommende Daten, kontinuierlich geprüft und somit aktuell gehalten.

Showcase

„Die sofortige **Verfügbarkeit der Daten** im Vertrieb und **automatisierte Datenaufbereitung** für das Marketing sind für uns von unschätzbarem Wert. Die manuelle Erfassung wird reduziert. Das bringt uns sofort operationelle **Zeit- und Kostenvorteile**, über die sich der **ROI** für das Stammdatenprojekt und damit den **CDH** rechnen lässt."

CLAUS A. CREMER
Leiter Application Management,
Koelnmesse

AUS KUNDENDATEN **WISSEN GEWINNEN.**

#SUCCESS

DATEN OFFENBAREN IHR WISSEN

Mit der geschaffenen einheitlichen Datenbasis kann jetzt noch strukturierter und zielgerichteter mit den Daten gearbeitet werden. Über die einheitliche 360-Grad-Sicht ist jetzt beispielsweise die Quelle, also die Herkunft der Daten, besser nachzuverfolgen. Auch die notwendigen rechtlichen Informationen nach der neuen DSGVO können revisionssicher und nachvollziehbar abgelegt werden.

Auch Beziehungen zwischen Daten und damit zwischen Personen können dargestellt werden. Es können Segmente gebildet werden, sprich Gruppen, die sich durch bestimmte Merkmale wie Themen oder Branchen auszeichnen. Für diese einzelnen Gruppen können wiederum Regeln entwickelt und angewendet werden. Die Segmente können individuell bearbeitet werden. Das reicht quasi in den Bereich Personalisierung hinein.

Allein durch diese wenigen Aspekte wird deutlich, dass Daten, sobald sie in konsolidierter Form zentral zur Verfügung stehen, die in ihnen enthaltenen Informationen preisgeben und daraus wiederum Wissen für künftige Aktionen und Handlungen abgeleitet werden kann. Konsolidiert heißt in diesem Zusammenhang vollständig, aktuell, korrekt, zentral und vor allem überschneidungsfrei. Dies gilt auch für zukünftige neue Daten.

„Bei der **Umsetzung** konnten wir uns voll und ganz auf Uniserv verlassen. Bereits bei der Einführung des **Customer Data Hubs** hatte Uniserv seine **Expertise** im Bereich der Konsolidierung von Daten im SAP-Umfeld bewiesen. Heute profitieren wir von deutlich **optimierten Prozessen**."

ACHIM STOLZKI
Zentralbereichsleiter IT,
Koelnmesse

01/

Ausgangslage

ca. 1,5 Millionen Daten in separaten Datencontainern mit teils erheblichen Überschneidungen ohne Rollen- und Beziehungsklärung

02/

Lösung

Customer Data Hub (CDH) via HCI (HANA Cloud Integration), verbunden mit dem Customer SAP C4C (SAP Sales Cloud) und SAP Hybris (SAP Marketing Cloud)

03/

Datenmodell

Datenmodell auf Ebene ‚Person-Organisation', mehr als zehn individuelle Matchingpläne

04/

Specials

Standardanforderungen, postalische Prüfung für acht Hauptländer, vier Standard-Regeln und zwei kundenspezifische Regeln zur Definition von Daten-Merges,

05/

Ergebnis

Einheitliche Sicht auf die Daten mit sofortiger Verfügbarkeit für Vertrieb, Marketing und Customer Service

06/

Timeline

weniger als sechs Monate

Customer Data Hu

Der **Uniserv Customer Data Hub**, kurz CDH, extrahiert und konsolidiert Kundenstammdaten aus einer Vielzahl heterogener Datenquellen. Bevor die Informationen aber aus den unterschiedlichsten Quellen überhaupt in den Customer Data Hub integriert werden, sorgen die Datenqualitätstools von Uniserv für bereinigte, strukturierte und aktuelle Daten. So greifen bereits bei der Datenerfassung die Datenqualitätsmechanismen: Die Konsistenz der Kundendaten ist über alle Datenquellen hinweg sichergestellt. Auch externe Daten, beispielsweise aus Mergers & Acquisitions oder von Datenlieferanten, können einfach, sauber und schnell importiert werden.

Identity Resolution vermeidet Redundanzen in der Datenhaltung und bestimmt die Identitäten von Kunden eindeutig – über alle Prozesse und Systeme hinweg. So können die qualitativ optimierten Daten zu einem Golden Record zusammengefasst werden. Im Rahmen von Data Governance unterstützen webbasierte Data Stewardship Interfaces dabei, entsprechende Regelwerke, Richtlinien, Workflows und Prozesse zu definieren und zu verwalten. Die erreichte Datenqualität wird langfristig unterstützt.

Mit dem CDH gehören aufwändige Programmierungs- und Anpassungszeiten sowie langwierige Wartungen der Software der Vergangenheit an. Die Einführung erfordert kein komplexes Integrationsprojekt und keine Veränderungen der vorhandenen Datenmodelle. Die auf dem Prinzip der Lean Integration basierende Vorgehensweise ermöglicht es, schnell erste operativ nutzbare Ergebnisse vorzuweisen und schrittweise weitere Kundendatendomänen ins Master Data Management einzubeziehen. Dies reduziert die Kosten, das Projekt bleibt schlank und das Projektrisiko ist kalkulierbar. Die schnelle Implementierung, die hohe Skalierbarkeit und der gezielte Umgang mit den Daten bringen schon nach den ersten drei Monaten einen handfesten Mehrwert. Der ROI ist zeitnah nachvollziehbar.

ub

ANALYZE

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über den Zustand Ihrer Daten.

ENRICH

Durch die Anreicherung Ihrer Daten mit wichtigen Zusatzinformationen erhalten Sie mehr Kundenwissen.

VALIDATE

Prüfen Sie Ihre Kontaktdaten auf die Richtigkeit und Syntax.

INTEGRATE

Führen Sie alle Informationen aus verschiedenen Quellen dem richtigen Datensatz zu.

CLEANSE

Erhalten Sie optimale Datenqualität in Bezug auf Aktualität, Zuverlässigkeit und Detaillierungsgrad.

FORMAT

Vereinheitlichen Sie die Datenformate aus den verschiedenen Datenquellen.

MATCH

Führen Sie gleiche und ähnliche Datensätze zusammen und prüfen Sie auf den Golden Record.

MERGE

Konsolidieren Sie relevante Informationen und aktualisieren Sie den Golden Record.

ÜBER KOELNMESSE

Die Koelnmesse ist Messeplatz Nr. 1 für rund 25 Branchen, für die das Unternehmen die Weltleitmessen veranstaltet. Wesentliche Kompetenzfelder der Koelnmesse sind die „Global Competence in Food and FoodTec“ mit Messen wie Anuga und ISM im Ernährungsbereich, die „Global Competence in Furniture, Interiors and Design“ der Einrichtungsmessen beispielsweise mit imm cologne und ORGATEC sowie „Digital Media, Entertainment und Mobility“, das mit Veranstaltungen wie gamescom, photokina und DMEXCO wichtige Zukunftsthemen aufgreift.

Die Koelnmesse organisiert und betreut jedes Jahr rund 80 Messen, Ausstellungen, Gastveranstaltungen und Special Events in Köln und in den wichtigsten Märkten weltweit.

Rund 3 Millionen Besucher aus 221 Staaten und mehr als 53.500 ausstellende Unternehmen aus 122 Ländern nehmen regelmäßig an den Veranstaltungen teil. Das Kölner Messegelände – mit 284.000 m² Ausstellungsfläche das drittgrößte in Deutschland und unter den Top Ten der Welt – liegt nur einen Steinwurf von der Kölner Innenstadt entfernt und ist bestens an das nationale und internationale Verkehrsnetz angebunden. Die Internationalität der Messen ist eine der höchsten der Welt: Im Durchschnitt kommen 70 Prozent der Aussteller und mehr als 40 Prozent der Besucher aus dem Ausland.

Mehr Information unter www.koelnmesse.de.

CUSTOMER INTELLIGENCE

TURN **BIG DATA** INTO **SMART DATA**

Uniserv ist Experte für erfolgreiches Datenmanagement. In seinen Customer-Data-Management- und Data-Quality-Lösungen für Kundenstamm- und Bewegungsdaten vereint Uniserv Datenqualitätssicherung und Datenintegration zu einem ganzheitlichen Ansatz. Kundendaten stehen im Mittelpunkt von Initiativen für Master Data Management, Datenqualität, Datenmigration und Data Warehousing, beispielsweise im Umfeld von CRM-Anwendungen, eBusiness, Direct- und Database-Marketing, CDI/MDM-Anwendungen und Business Intelligence.

Mit mehreren Tausend Installationen weltweit bedient Uniserv die Erwartungshaltung einer ganzheitlichen Lösung für alle Geschäfts- und Kundendaten über den gesamten Datenlebenszyklus hinweg. Am Stammsitz in Pforzheim sowie in den Niederlassungen in Paris, Frankreich, und Amsterdam, Niederlande, beschäftigt das Unternehmen über 130 Mitarbeiter und zählt branchenübergreifend und international zahlreiche renommierte Unternehmen wie beispielsweise Allianz, Deutsche Bank, eBay, EDEKA, E.ON, France Telecom, Lufthansa, Otto, Siemens, Time Warner sowie TUI und VOLKSWAGEN zu seinen Kunden. Das Unternehmen hat erneut das Qualitätssiegel Datenverarbeitung des Deutschen Dialogmarketing Verbandes e.V. für die Jahre 2018-2019 erhalten.

Mehr Informationen unter www.uniserv.com.

UNISERV GmbH

Rastatter Str. 13 · 75179 Pforzheim · Deutschland
T: +49 7231 936 - 0 · E: info@uniserv.com · W: www.uniserv.com

UNISERV