



**Концепция качества данных
для Клиента Розничного Бизнеса
(01.06.2011, И. Елистратова)**

С чего все начиналось ...

- ❑ *Почти каждый из потребителей* клиентских данных проводил работы по улучшению, отсечению плохих, сокращению потерь данных
- ❑ *На некоторых участках* процесса работы с клиентскими данными были достигнуты результаты по улучшению
- ❑ Не было единой версии понимания с **данными какого качества** работают потребители
- ❑ **Блок ИТ** инициировал создание мастер-системы клиентских данных (CIF), но **не было стратегических бизнес-целей**, Заказчиков, конкретных процессов по использованию (CIF)

Факторы успеха



1. Программу инициировал
Руководитель Блока Розничный Бизнес

2. Определены в программу **ключевые представители Бизнеса**
(Дирекция Вторичных продаж, Маркетинг, Collection)



3. Поставлены **Цели программы**



4. Зафиксированы **KPI**

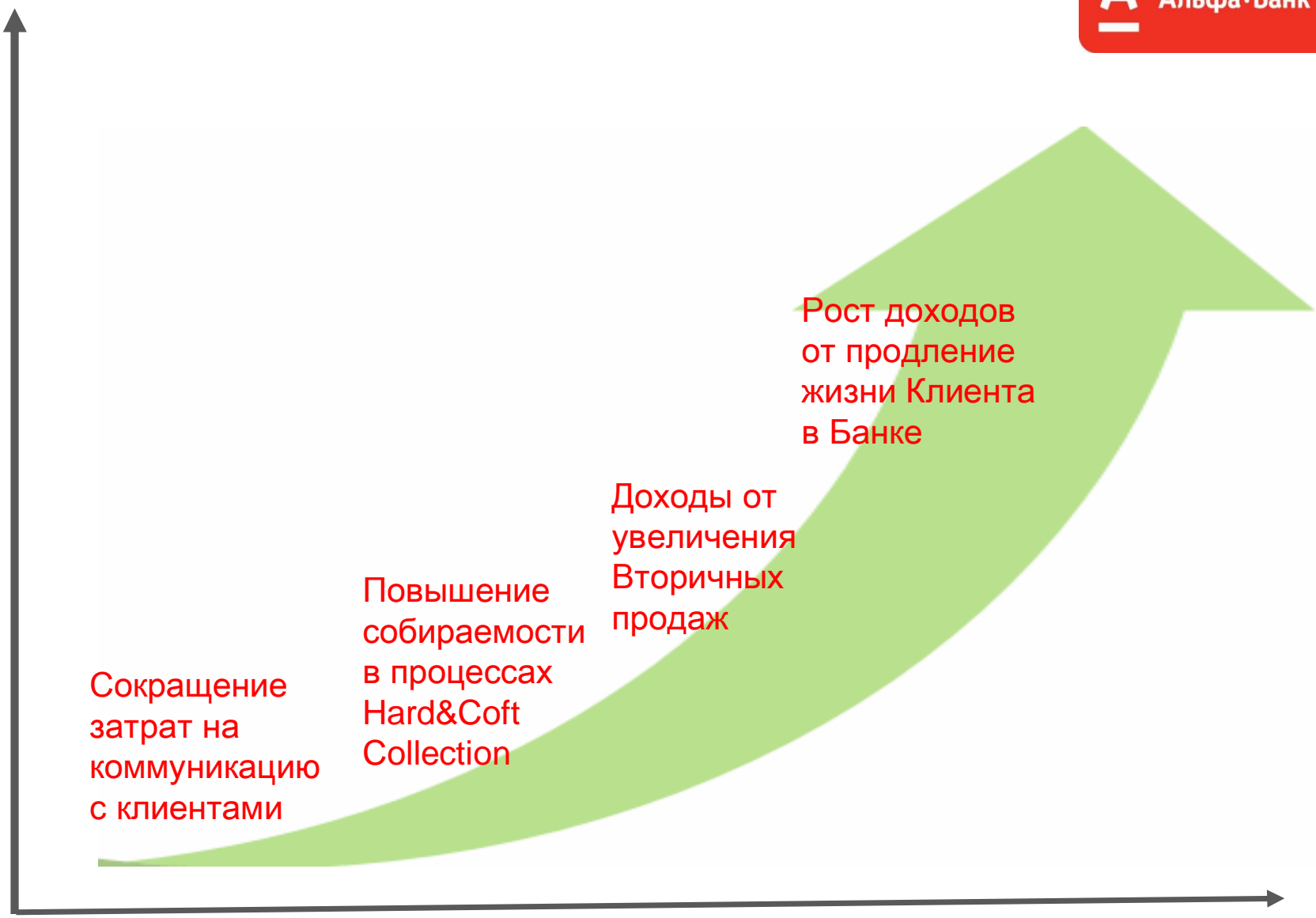


5. **Совместная** работа команды **Бизнес&ИТ**

Бизнес цели



Доходы/Сокращение расходов



Сокращение затрат на коммуникацию с клиентами

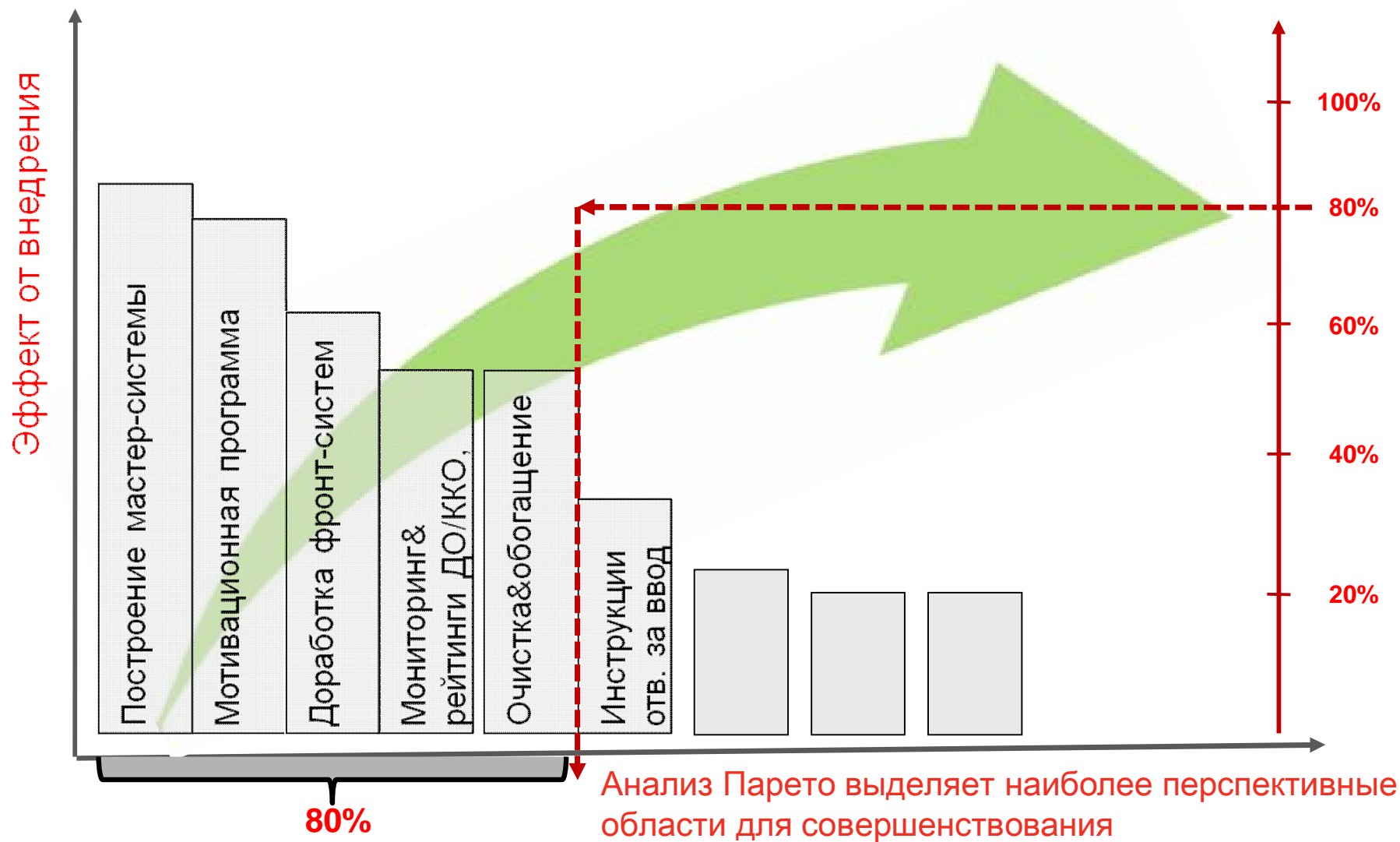
Повышение собираемости в процессах Hard&Coft Collection

Доходы от увеличения Вторичных продаж

Рост доходов от продление жизни Клиента в Банке

Время

Направления программы



Выбор эффективных мер



Инструменты успеха



1. Зафиксированы *критерии качества*

2. *Приоритезированы* атрибуты клиента

Клиент	ФИО	Пол	ДУЛ	Адрес	Телефон	E-mail	...
--------	-----	-----	-----	-------	---------	--------	-----

3. Использование гибкого инструментарий для системы мониторинга – *Informatica Data Quality*

4. В ходе программы запускаются *различные пилоты* по выверке, актуализации, сбору данных

5. Наличие опыта в проектах по очистке и обогащению контактных данных (Проект для Collection средствами **IDQ**)

6. Пилотирование *новых бизнес-сервисов* с использованием контактов

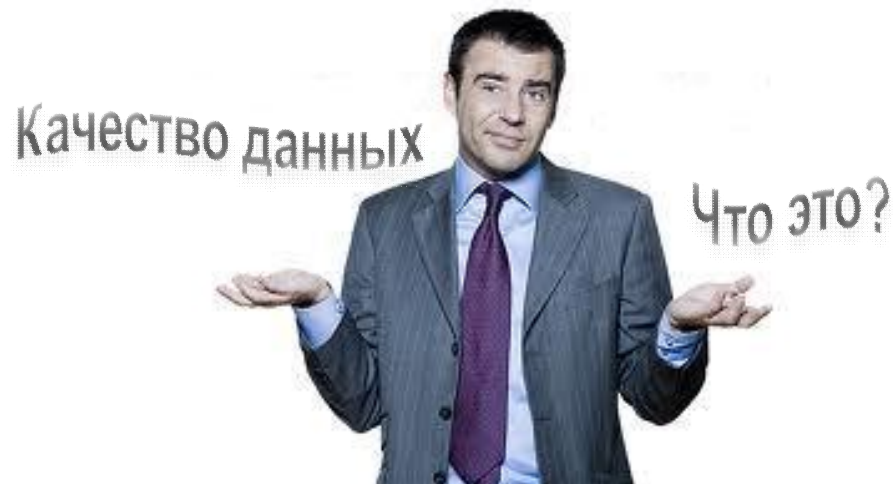
Критерии качества:

Атрибуты&Метрики



Атрибуты

- Телефон мобильный
- Телефон по месту регистрации
- Телефон по месту проживания
- Телефон рабочий
- Адрес по месту регистрации
- Адрес по месту проживания
- Адрес рабочий
- E-mail



Метрики

- Полнота (заполненность обязательных полей)
- Соответствие формату (поле «Мобильный телефон» содержит 11 цифр, первая – «7»)
- Соответствие определению (в поле «PIN» клиента находится PIN, а не Фамилия клиента)
- Соответствие бизнес-правилам (если заполнено поле «Населенный пункт», то должно быть заполнено поле «Тип населенного пункта»)
- Соответствие мастер-справочнику (КЛАДР)

Как это работает



1. Реализована система мониторинга:

- по типам контактов
- по бизнес-процессам
- по регионам (ЦО/Регионы/Филиал)

2. Зафиксированы целевые показатели

3. Частота мониторинга

- Еженедельно
- Ежемесячно

4. Кому направляется

- Еженедельно - в ДО/ККО+ Офицеру КД
- Ежемесячно – руководителю Блока + руководителю ДО/ККО+ Офицеру КД

5. Видеоконференции с регионами

- 1 раз в 2 месяца

6. Развитие системы мониторинга

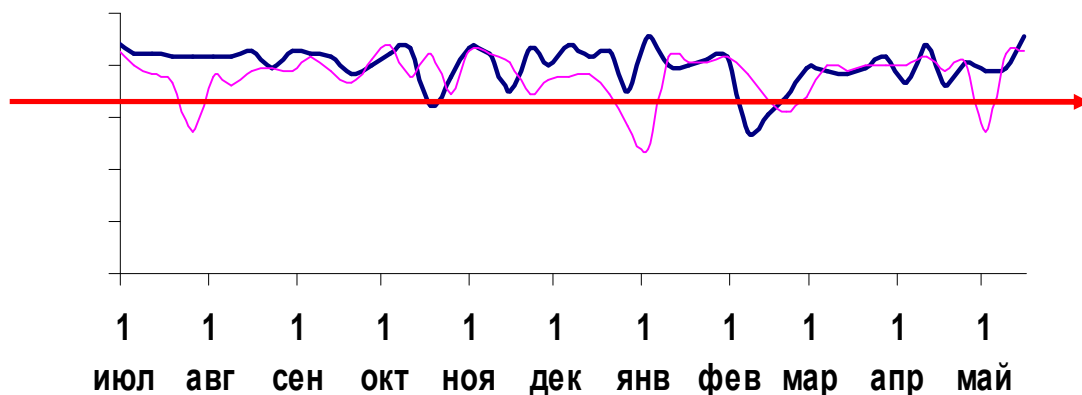
- По результатам пилота
- По достижению этапа программы



Как это работает&Результаты

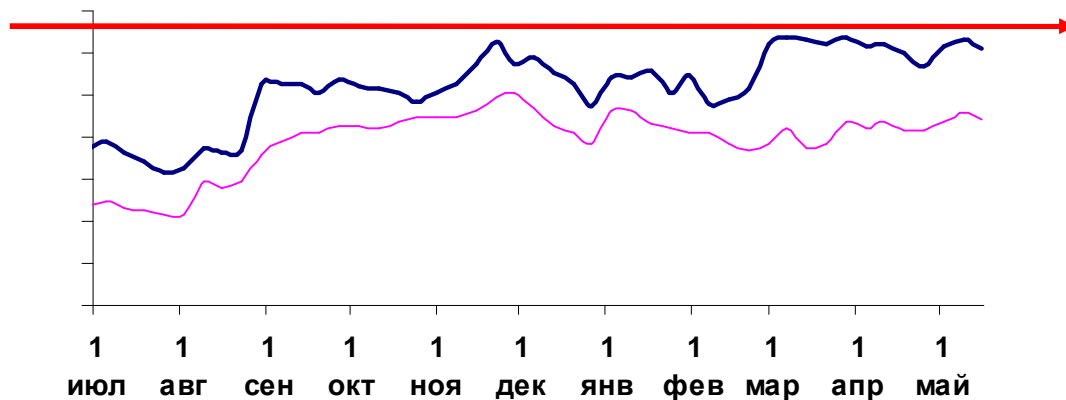


Мобильный телефон



- ✓ Заполняемость мобильного телефона **выше** уровня целевого показателя
- ✓ Запуск пилотов по **новым сервисам для клиента** с использованием мобильного телефона

Собираемость e-mail



- ✓ Возросла заполняемость e-mail по ЦО
- ✓ Возросла заполняемость e-mail по Регионам
- ✓ Использование e-mail в бизнес-процессах **Collection, Вторичных продаж**