

TELEKOMUNIKACJA: DEUTSCHE TELEKOM



„DZIĘKI FIRMIE MICROSTRATEGY PRZEJŚCIE NA NOWE ROZWIĄZANIE ODDYŁO SIĘ BEZPROBLEMOWO. ZINTEGROWANA I ELASTYCZNA PLATFORMA POMAGA ROZSZERZYĆ ZAKRES USŁUG INTERNETOWYCH PRZY JEDNOCZESNEJ OPTYMALIZACJI KOSZTÓW”.

— STEFFEN SCHELLER, KIEROWNIK PROGRAMU W FIRMIE T-SYSTEMS MMS

Internetowa komunikacja z klientem

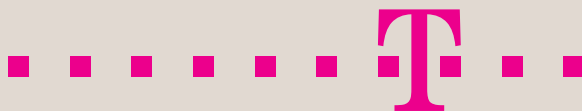
Dzięki ekspansji Internetu portale WWW i platformy handlu elektronicznego zyskują coraz większe znaczenie jako kanały dystrybucji i wymiany informacji w sektorze telekomunikacyjnym. Oprócz popularnych punktów sprzedaży T-Punkt dla klientów indywidualnych i instytucjonalnych Deutsche Telekom obsługuje kilka portali, które zajmują się obiegiem informacji, zarządzaniem umowami i sprzedażą produktów powiązanych ze sobą, uzupełniając w ten sposób działalność sklepów i usług call center do składania zamówień. Najważniejsze z nich to portale www.telekom.de oraz „Marktplatz Telekom”, za pośrednictwem których Deutsche Telekom przetwarza około 30 tys. kontaktów z klientami dziennie.

Aby zwiększyć do maksimum wykorzystanie portali wśród klientów indywidualnych i instytucjonalnych, operator musi regularnie przeglądać swoją ofertę pod kątem jej akceptacji wśród użytkowników, a w razie potrzeby powinien

wprowadzać odpowiednie usprawnienia. W tym celu T-Systems Multimedia Services opracowało system oparty na silniku analitycznym OLAP firmy MicroStrategy w pięciu portalach operatora Deutsche Telekom i na tej podstawie umożliwił analizę koszyka rynkowego. T-Systems MMS zajmuje się opracowywaniem rozwiązań i portali e-biznesowych w firmie T-Systems, stanowiącej główny filar operatora Deutsche Telekom. W ten sposób obsługuje również samego operatora, a produkty z dziedziny e-biznes dostarcza od 2001 r.

Raporty statyczne z bazy danych o objętości 2,4 terabajta

Obecnie z aplikacji korzysta prawie stu użytkowników, którzy analizują 2,4 terabajta danych w bazie danych Sand i tworzą około 3,8 tys. zestawów informacji miesięcznie. Dane do analizy były zbierane w ciągu ostatnich 10 lat, a w tej chwili obejmują około 600 tabel, 1300 atrybutów i 110 metryk.



STATYSTYKI:

BAZA DANYCH: SAND SYSTEM

ROZMIAR: 2,4 TB

LICZBA UŻYTKOWNIKÓW: 100

DYSTRYBUCJA DANYCH: INTRANET

ZASTOSOWANIA:

ANALIZA RUCHU W PORTALACH

ANALIZA KOSZYKA RYNKOWEGO

OPTYMALIZACJA TREŚCI PORTALI

Główne cele analiz to lepsze planowanie pojemności stron, optymalizacja treści portali poprzez badanie zachowania użytkowników w serwisach internetowych, poprawa zarządzania kampanią reklamową na stronach dzięki analizie powiązań, dalszy rozwój instrumentów marketingowych, precyzyjna optymalizacja treści oraz usprawnianie wyszukiwania dzięki lepszym podziałom na kategorie.

Szybsze i bardziej szczegółowe analizy bez istotnych zmian dla użytkownika

Wraz ze wzrostem wiedzy użytkowników i ciągłym rozwojem obsługiwanych rozwiązań zwiększa się objętość danych a wymagania związane z zarządzaniem aplikacją typu business intelligence rosną. Pod koniec 2005 r. spółka T-Systems MMS musiała podjąć decyzję o przebudowie raportów pod kątem przyszłych zmian. Zadanie polegało na tym, aby zmienić istniejące raporty i parametry wyświetlania w jak najmniejszym zakresie, a jednocześnie zaoferować klientom dodatkowe opcje analizy i przetwarzania dostępnych danych. Ponadto należało zapewnić graficzną analizę i edycję plików dzienników z różnych źródeł danych portalu, takich jak system obsługi sklepów oraz mechanizmy zarządzania treścią i wyszukiwania. Dodatkowym warunkiem było automatyczne wyodrębnianie, przekształcanie i ładowanie danych do hurtowni co noc.

Dzięki platformie MicroStrategy 8 spółka T-Systems MMS mogła odtworzyć dotychczasowe raporty w bardzo krótkim czasie. Aby obniżyć koszty opracowywania aplikacji związane z elementami nadmiarowymi, zastosowano zintegrowane poziomy metadanych, co pozwoliło zmniejszyć wydatki na utrzymanie wszystkich aplikacji.

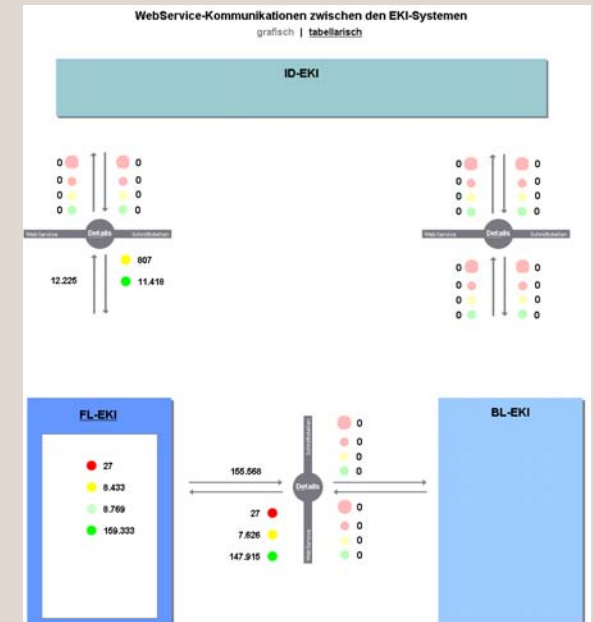
Oprócz dotychczasowych statycznych ocen zachowania użytkownika i koszyków rynkowych platforma MicroStrategy 8 umożliwia prowadzenie niezależnych analiz ad hoc w bazie danych. Takie badania są oparte na wszystkich metadanych, atrybutach i metrykach. Dzięki inteligentnym mechanizmom drążenia danych, każdy użytkownik może stworzyć dowolną analizę.

Optymalne wykorzystanie zasobów IT

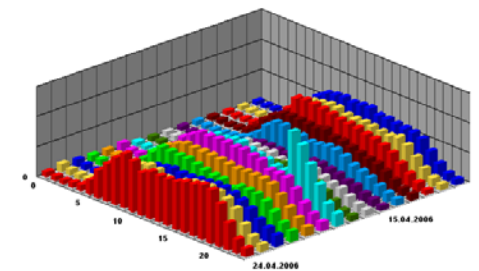
Dział informatyki może skoncentrować się na merytorycznym zarządzaniu własnymi zadaniami, ponieważ moduł internetowy platformy MicroStrategy oferuje tryb WYSIWYG z elastycznymi funkcjami formatowania, które obsługują całkowicie niestandardowy układ indywidualnych raportów. Dzięki temu elementy kontrolne są dostosowywane do funkcji pakietu Microsoft Office, a ponadto przygotowany raport nadaje się do zapisania, udostępniania i wydrukowania. Przekazanie tych zadań użytkownikom pozwoliło obniżyć koszty i zostało dobrze przyjęte przez klientów, którzy mieli doświadczenie w obsłudze aplikacji.

Podsumowanie:

Platforma MicroStrategy pozwoliła T-Systems MMS przekazać zadania użytkownikom wewnętrznym, udostępniając przy tym więcej opcji i doprowadzając do mniejszego zużycia zasobów. „Do platformy MicroStrategy przekonaliśmy nas opcje elastycznego projektowania oraz jej zintegrowana architektura” — mówi Steffen Scheller, kierownik programu w T-Systems MMS.



3. Page Views per Hour over Days



04.10.2006 16:02:45

