

Die kundenzentrierte Datenstrategie

Ein **modulares Toolkit**, um aus Daten Wert für Kunden zu generieren

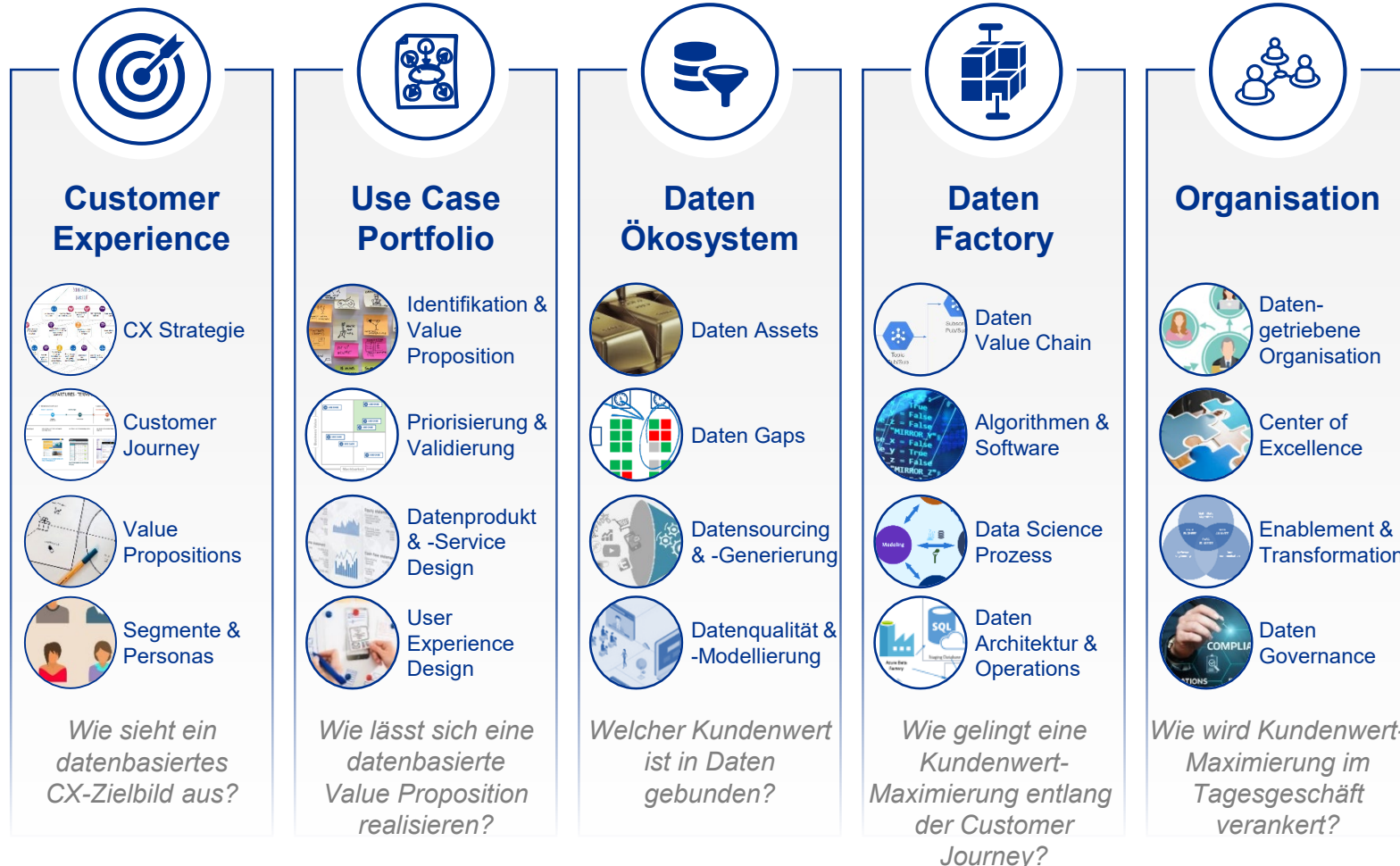
+ **Kundenwert** durch Daten und Analytics fassen und realisieren

+ **Time-to-Market** verkürzen und **Kosteneffizienz** erhöhen

+ **Dateninfrastruktur** End-to-End an Kunden ausrichten

+ die eigene **Organisation** transformieren

...denn viele Organisationen **kämpfen** damit, den **Wert von Daten zu heben**



- ✗ Geringe sichtbare Ergebnisse für Entscheidungsträger
- ✗ Wachsender Kundendruck und steigende Kundenerwartungen
- ✗ Markteinsteiger dominieren durch innovative Datenprodukte die Kundenbeziehung
- ✗ Potentiale von Daten und Analytics oft schwer greifbar
- ✗ Initiativen oft stark technisch getrieben
- ✗ Viele gescheiterte Analytics Initiativen
- ✗ Datengetriebenes Arbeiten und Entscheiden schlägt in der Organisation keine Wurzeln

