



DR. CĂLIN RANGU  
LECTOR MBA  
CITY UNIVERSITY SEATTLE  
VICEPREȘEDINTE CIO COUNCIL

Orice bancă are o multitudine de date informative în sistemele proprii. Acele date trebuie transformate în informații, iar informațiile în cunoștințe necesare luării deciziilor.

Multitudinea de date se regăsește în numeroase baze de date aferente diferitelor aplicații. De fapt aceeași informație se regăsește de mai multe ori, în mai multe baze de date, uneori în variante diferite. Astfel, se naște o **adevarată anarhie a datelor** într-o companie.

De fapt la ce ne folosesc acele date? Pentru **două activități de bază**: luarea deciziilor operaționale, zilnice, și luarea deciziilor strategice, pe baza informațiilor istorice.

Astfel, o companie, o bancă în cazul nostru, ar trebui să aiba două **structuri principale de depozitare a datelor**: un ODS (Operational Data Store) și un DWH (Datawarehouse).

DWH păstrează datele istorice pe baza cărora se construiesc soluții de DM (Data Mart) și BI (Business Intelligence) pentru sistemele de raportare (Management Information Systems – MIS), sistemele de luare a deciziilor (DSS, ESS) și data-mining. În general, DWH-ul ar trebui să fie alimentat cu date din ODS.

ODS-ul păstrează datele operaționale, actualizate, pentru activitățile operaționale curente. "Umplerea" ODS-ului cu date se face din sistemele operaționale – aplicații de core-banking pentru retail, corporate, trezorerie, canalele de distribuție alternative (Internet Banking, M-banking, E-banking etc), sisteme de procesare carduri, operații

## Operational Data Store – singura versiune a adevărului

uni de front-office etc. Extragerea datelor din aceste sisteme utilizează sistemele ETL (Extraction-Transformation-Loading).

**Cel mai important activ al unei bănci sunt clienții.** Când sunt cîteva milioane apar problemele de administrare a lor. Cosurile pentru procesarea a milioane de clienți și tranzacțiile acestora sunt foarte mari, iar veniturile aduse de fiecare client în parte sunt în general reduse dacă un client nu utilizează activ cel puțin trei produse bancare. Pentru a putea analiza aceste aspecte, a segmenta clienții, a veni cu oferte specifice fiecaruia, adaptate nevoilor sale și istoricului său comportamental, băncile ar avea nevoie de **sisteme de management al clienților (CRM)**.

Există **două tipuri de CRM**: operational și statistic. CRM-ul statistic își extrage datele din DWH. CRM-ul operational utilizează ODS-ul.

De câte ori nu s-a întamplat ca un agent de vânzări să te contacteze pentru a-ți propune un produs bancar pe care îl ai deja. Acest lucru se întâmplă deoarece probabil nu există un CRM. De cele mai multe ori, băncile nu au nici un ODS. și în acel moment, fiecare agent își extrage informațiile din baze de date disparate. Nu există o singură bază de date cu toate informațiile aferente clientului. În baze de date diferite, există înregistrări diferite aferente clientului. De câte ori nu ați primit corespondența pe adresa unei locuințe din care v-ați mutat, în timp ce pentru alte produse primiți corespondența bancară la adresa corectă. Lipsa unui ODS face să existe mai multe înregistrări aferente clientului, mai multe versiuni istorice sau, pur și simplu, date greșite referitoare la acel client. Deci **nu există o versiune unică a adevărului despre acel client**. Iar dacă nu ai această versiune unică a adevărului, cum să ai un CRM eficient și eficace?

O bancă are mai multe canale alternative de distribuție. Când un client se co-

necțează la Internet Banking, ecranul calculatorului, browserul, trebuie să afișeze informații despre acel client. Ar trebui să poată afișa și oferte speciale, conform istoricului de cumpărare al clientului. Dacă nu ai acea imagine unitară, nu știi ce produse să ofertezi automat, nu știi exact și în timp real situația clientului pe toate produsele și serviciile băncii, nu-i poți ofera corespunzător. ODS-ul este acel **punct nodal** din care canalele alternative cat și lucrătorul bancar propriu-zis își extrag informațiile actualizate.

Acest ODS trebuie alimentat cu date din sistemele operaționale, de back-end. Acestea trebuie **integrate** într-o structură unitară pentru a evita interconectarea fiecărui sistem informatic al unei bănci la ODS. Cum se realizează această integrare se poate citi în rubrica specializată a BankWatch care tratează acest subiect.

Ca o concluzie, singura versiune a adevărului într-o bancă necesită o găndire strategică și investiții apreciabile, pornind de la nivelul de arhitectură de produse și servicii bancare, care se bazează pe nivelul arhitectural de procese al unei bănci, care se bazează pe nivelul arhitecturii de aplicații software. Un serviciu de guvernanță de business și IT trebuie să coordoneze aceste dezvoltări.

Pentru a implementa concepțele menționate nu este suficient să cumpere aplicații, iar implementarea durează apreciabil. Nu este nevoie de un furnizor de produse în sine, care să vândă un pachet software. Este nevoie de un furnizor de servicii profesionale care să implementeze acel know-how care să țină implementarea unitară și coordonată corect, este nevoie de experiență internă din companie, care nu poate fi înlocuită, cu experiență practică a partenerului de implementare. Cum adevărul este un lucru complicat în general, nici obținerea singurei versiuni a adevărului în cadrul unei companii nu este un demers facil. ■