



O que é Master Data Management? E porque você precisa de um

Introdução

A complexa economia global do século XXI tem gerado o que os analistas chamam de “a era do cliente” - um período com significativas mudanças na maneira como as empresas se relacionam e mantém a integridade dos dados. É nesse cenário que criar, gerenciar e entregar uma única versão da verdade se tornou um passo vital para que as organizações caminhem rumo à transformação digital, oferecendo uma experiência superior para seu público. Mas há um detalhe: saber utilizar a quantidade esmagadora de dados também passou a ser uma tarefa mais desafiadora do que nunca, com o uso onipresente de dispositivos móveis, da IoT (Internet of Things – Internet das Coisas) e da Nuvem.

Diante dessas demandas, surge o Master Data Management (MDM). Embora não seja tão familiar para alguns como CRM ou ERP, um MDM oferece uma solução essencial que atende às necessidades das empresas que usam uma abordagem principalmente orientada para os negócios. Ele também fornece visibilidade completa e consistente e acesso aos dados de produto, cliente, localização, funcionário e fornecedor. Mais importante do que isso, é o fato de que o MDM permite que a empresa tome decisões orientadas por dados, o que gera agilidade operacional, maior rendimento e geração de receita.

Ainda assim, pode ser que você ainda tenha dúvidas sobre o que o MDM é exatamente. Talvez você compreenda o conceito, mas não veja como ele pode ajudar empresas como a sua. Em qualquer um dos casos, esse informativo irá explicar tudo que você precisa saber.

O seu recurso mais importante

Mesmo que você ainda não tenha percebido, a verdade é que sua empresa já coleta dados de mais fontes do que jamais se poderia imaginar antes. As informações sobre o seu cliente, por exemplo, podem vir de:

- Programas de fidelidade
- Vendas de e-commerce
- Ligações
- Pesquisas
- Terceiros / Parceiros

Além disso, essa realidade também se aplica aos dados sobre outros pontos, como vendas e produção. Afinal, você pode ter milhares de lojas vendendo milhões de itens para milhões de consumidores, não é? Ou, ainda, várias fábricas realizando operações interligadas e complexas. Tudo isso, no fim, cria

uma infinidade de dados a serem gerenciados diariamente por sua operação.

Essa é a realidade atual, sem dúvida. Por outro lado, a verdade é que muitas empresas ainda não tiram proveito desses dados, mantendo seus sistemas desconectados - o que resulta em registros incompletos e duplicados e, em síntese, prejuízos.

O MDM resolve esse problema fornecendo um repositório / conjunto central de dados para construir e compartilhar uma versão uniforme e completa das informações mais relevantes para o negócio. Ele permite que você tome decisões mais



Potencializar todo esse volume de dados pode gerar informações úteis, inteligência e pode ser usado para incrementar o seu negócio – com uma série de recursos para atender às necessidades dos clientes, otimizar o time-to-market (tempo de comercialização), oferecer experiências omnichannel mais alinhadas etc.

rápidas e inteligentes em relação a tudo, seja sobre como controlar o ciclo de vida do produto ou lançar produtos novos ou ainda criar oportunidades de vendas upsell e cross-sell.

Como a gestão de dados ajuda você

O MDM faz mais do que gerenciar seus dados: ele ajuda organizar e simplificar o acesso às informações que formam a base das oportunidades para o seu negócio. Em síntese, esse sistema elimina registros duplicados e combina dados incompletos, criando um “registro de ouro” (Golden Record), com um centro de dados uniforme e íntegro que conecta todos os sistemas da empresa. Em última análise, o MDM permite que você crie uma solução completa que amplia seu potencial de inovação e assertividade.

Melhore a qualidade dos dados e reduza os custos. Você pode efetivamente consolidar, sanear, melhorar e controlar os dados usando o MDM. Se os registros precisam ser editados, atualizados ou apagados, o MDM altera o Golden

Record relevante para que o ajuste seja refletido em todos os lugares de forma única e livre de inconsistências. As economias administrativas por si só são significativas. Esses ganhos se tornam ainda mais evidentes se os seus dados não são precisos ou surgem de forma separada entre os diferentes departamentos. Nesses casos, a falta de uma solução de gerenciamento pode fazer com que os custos associados à manutenção dos dados cresçam descontroladamente. Sem falar que dados inconsistentes, sem gestão, podem gerar frustração para o consumidor ou uma quebra na cadeia de fornecimento.

Lance novos produtos com mais rapidez. O MDM melhora a eficiência de produção e de toda a cadeia de fornecimento. Com essa solução, a empresa consegue enriquecer as informações do início ao fim, passando por todos os departamentos responsáveis. Você consegue estabelecer datas de entrega de produtos, etapas fundamentais de projetos, monitorando e visualizando as mais diversas etapas da operação. Fabricantes, fornecedores e engenheiros recebem atualizações precisas sobre alterações detalhadas dos produtos. Todos os envolvidos, do despacho ao recebimento, têm acesso em tempo real às especificações do produto à medida que elas são atualizadas.

Ofereça experiências excepcionais aos seus clientes.

Ao adotar uma estratégia orientada por dados, todos os pilares da gestão da empresa devem ser capazes de ter uma visão completa e confiável sobre seus clientes. O objetivo, com isso, é encontrar opções para oferecer a melhor opção e atendimento possível. Nesse contexto, as plataformas de gerenciamento de dados atuam para abastecer as estratégias de marketing e vendas, disponibilizando informações precisas para a fundamentação de seus planos e muito mais.

Uma solução MDM elimina os dados duplicados dos registros de clientes, evitando erros de personalização:

- Em e-mails enviados com o nome errado;
- Com telefonemas constrangedores sobre um assunto que já foi resolvido;
- E no disparo de catálogos, ou cartas, enviados para o mesmo endereço duas vezes. Isso significa que uma empresa pode economizar até 50% nos custos de marketing, combatendo o desperdício de dinheiro e tempo. Além do mais, o MDM já provou que pode:
 - Aumentar a média do valor dos pedidos;
 - Impulsionar a retenção de clientes;
 - Aumentar o valor do ciclo de vida do cliente;
 - Aumentar as oportunidades de vendas cross-sell e upsell.

Ofereça um serviço excelente. Gerenciar os dados em uma plataforma única será um diferencial para seu negócio, oferecendo a chance para que todos os departamentos

relevantes possam visualizar a informação do cliente de forma rápida. Assim, a equipe de atendimento conseguirá resolver eventuais problemas com maior precisão visualizando os dados instantaneamente e os dados do cliente serão automaticamente compartilhados e visualizados com os departamentos de vendas, marketing, entre outros.

Isso quer dizer que, se um cliente é transferido para outro departamento, ele não terá que responder às mesmas perguntas novamente.

De acordo com a Accenture, saber o histórico de compras do cliente faz com que o consumidor seja até 65% mais propenso a escolher a sua marca.

Atenda à regulamentação e esteja em conformidade.

Além de melhorar a performance, o MDM ajuda sua empresa a cumprir diversas obrigações legais, como a nova regulamentação sobre proteção de dados pessoais - o GDPR (General Data Protection Regulation) - adotado na Europa e a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) no Brasil. O MDM facilita e atende demandas novas como:

- **Ampliação do escopo da cobertura de proteção aos dados:** a definição de dados pessoais agora inclui além de detalhes gerais também itens como fotografias e conteúdo de mídias sociais.
- **Direito a ser esquecido:** os clientes podem pedir que seus dados pessoais sejam apagados quando não forem mais necessários para o seu objetivo original.
- **Portabilidade de dados assegurada:** clientes podem pedir que seus dados pessoais sejam transferidos para os concorrentes.

Como as empresas estão obtendo sucesso com MDM

Os benefícios notáveis do MDM são comprovados, e é por isso que algumas das marcas líderes mundiais estão usando o MDM com sucesso para agregar valor às suas organizações.

MDM para Varejo

Os varejistas precisam manter os dados dos produtos atualizados e precisos. A Marks & Spencer (M&S) tem 1.035 lojas no Reino Unido e mais 428 unidades espalhadas por 56 países diferentes, com mais de sete milhões de usuários registrados no seu site.

Com todos esses usuários e produtos, relançar o site em uma nova plataforma era um desafio. A empresa não podia se dar ao luxo de perder usuários ou vendas devido a processos ineficientes, e precisava manter o controle de todos os seus 20 mil produtos disponíveis na loja virtual. Por isso, enquanto fazia a transição para a nova plataforma, a M&S também tinha que:

- Adaptar a disponibilidade de produtos para versões internacionais do site;
- Reduzir custos fazendo com que seu sistema interno ficasse mais simples;
- Remover problemas críticos.

A empresa usou o MDM para trazer toda a informação sobre os produtos para um único lugar, criando uma única fonte de consolidação. Vale dizer que essa tarefa era especialmente desafiadora, já que eles tinham 585 atributos diferentes para os produtos espalhados em oito sites internacionais, publicados em cinco idiomas distintos.

Com o gerenciamento integrado, contudo, os detalhes do produto agora são carregados em segundos. Essa operação é realizada somente uma vez e a nova informação é publicada nos sites, lojas e aplicativos de forma simultânea. Por fim, as cadeias de fornecimento têm acesso em tempo real a detalhes precisos e atualizados dos produtos, sobre disponibilidade, quantidade etc. O MDM também permite que a M&S consiga:

- Usar regras para controlar os dados (por exemplo, nenhum item de vestuário pode ser publicado online até que todos os tamanhos tenham etiquetas apropriadas);
- Adaptar produtos para cada país (se a M&S não têm a permissão para vender algum produto em um país específico, o produto não aparece no site local);
- Gerenciar todo o conteúdo em inglês (o MDM sinaliza automaticamente quais produtos são vendidos internacionalmente – somente o texto é enviado para a tradução).

“ Uma única fonte de dados bem gerenciada e com maior automação resultaram em um sistema com redução do erro de entrada que foi capaz de diminuir drasticamente o tempo que a M&S leva para publicar produtos em seu site.”

— Rebecca Chamberlain, da M&S.com

MDM para Manufatura

Este foi o desafio para um dos maiores fabricantes de velas de ignição do mundo

Os fabricantes têm que trabalhar com padrões exatos de design, segurança, produção, teste e compliance. Sendo assim, imagine o que seria de um fabricante que não consegue acessar todas essas informações de forma correta? Isso implicaria em diversos impactos, como desperdício financeiros e atrasos em seu processo de produção. Era justamente esse o desafio de uma das maiores fabricantes de velas de ignição do mundo, já que cada etapa de seu processo de fabricação foi dividida em diferentes países e continentes.

O MDM ajudou a concentrar todos os dados e informações da empresa em um único painel de controle para que:

- As alterações pudessem ser confirmadas em poucos cliques. Todas as partes envolvidas – inclusive fornecedores externos – fossem notificados automaticamente de cada ação ou mudança.
- Cada estágio do processo de produção ao redor do planeta estivesse sempre em conformidade com todas as informações regulatórias legais.
- As especificações dos produtos fossem atualizadas em tempo real para que todos os envolvidos na cadeia de fornecimento, logística e marketing tivessem acesso à informação específica que precisassem.

Se você troca de fornecedor com frequência ou adiciona novos SKUs, esse pode ser o motivo mais convincente para considerar uma solução de MDM. Uma solução de MDM não apenas reduz o tempo de lançamento, mas permite que você atenda às necessidades dos clientes a um custo menor e supere a concorrência.

MDM para Clientes

O sucesso dos negócios no futuro envolve cada vez mais a habilidade das empresas em oferecer uma experiência excepcional aos clientes.

Antes de usar o MDM, o principal supermercado dos Estados Unidos, o Wegmans, armazenava os dados dos clientes em cinco sistemas diferentes, um para cada área de atuação. Com isso, a empresa não conseguia oferecer uma experiência de compra personalizada e a qualidade dos dados do programa de fidelidade era baixa.

A solução foi adotar o MDM para concentrar os dados dos cinco sistemas e criar um único Golden Record, com as informações de todos os 10 milhões de clientes. O MDM saneou os dados e consolidou registros duplicados.

O Wegmans tem agora:

- Um único registro por cliente que é compartilhado por todos os sistemas nas suas cinco áreas de atuação;
- Uma experiência de compra personalizada para cada cliente;
- Um programa de fidelidade abastecido com dados robustos e precisos. A empresa pretende somar aproximadamente um milhão de novos clientes por ano, usando o MDM para gerenciar os dados dos seus 70.000 produtos, localizações, consumidores e fornecedores.

MDM para vendas online

O maior problema das vendas online é: os clientes não têm acesso real ao produto antes de comprar. É por isso que o e-commerce precisa de muitas informações sobre os produtos, incluindo:

- Fotografias que permitam zoom e rotação
- Descrição detalhada dos produtos
- Vídeos
- Comentários nas mídias sociais

O Grupo Elektra S.A.B. de C.V. é uma empresa líder em serviços financeiros e varejo na América Latina e a maior provedora não bancária de serviços de adiantamento de dinheiro nos Estados Unidos. O gerenciamento de dados de produtos com um MDM permitiu que a Elektra melhorasse o processo de adição de produtos à sua plataforma de e-commerce, além de garantir a disponibilidade de informações completas e consistentes sobre o produto de uma fonte confiável. Isso permitiu à Elektra:

- Aumentar sua seleção de produtos online de 2.000 para 50.000 em algumas semanas
- Melhorar os resultados da pesquisa
- Aumentar o tráfego do seu site 2,6 vezes
- Aumentar suas vendas em 400% e reduzir a taxa de retorno de 20% para menos de 0,5%

Um mundo sem Gestão de Dados Mestres

Imagine como as empresas mencionadas acima teriam lidado com seus desafios e oportunidades sem um MDM. Provavelmente teria sido um processo complicado, árduo e lento.

Apenas 3% dos dados das empresas atendem aos padrões básicos de qualidade standards

É importante pensar nisso, pois a gestão de dados é um problema que geralmente impacta a receita das empresas. Em um estudo recente, a Harvard Business Review apurou que somente 3% das empresas atinge os padrões mínimos de qualidade de dados. Pior: de acordo com a IBM, o custo dessa baixa qualidade no gerenciamento das informações é de 3.1 trilhões de dólares ao ano, somente nos Estados Unidos. De todos esses números, o maior complicador é baixa qualidade em relação à informação que a empresa tem sobre seus próprios clientes. Por que? Simples: se compararmos um consumidor que faz a sua primeira compra na sua loja com os seus clientes existentes saberemos que estes têm de quatro a oito vezes mais chances de comprar novamente.

A baixa qualidade na gestão de dados dos clientes não só incomoda os futuros consumidores como também os afastam de sua marca, gerando queda nas vendas, prejudicando os lucros e desgastando a reputação da companhia como um todo.

Sem ter um plano estratégico você não terá condições de entender e conhecer melhor o público e ainda gastará dinheiro desnecessariamente em ações como:

- Enviar um e-mail com o nome errado ou informações equivocadas.
- Oferecer descontos irrelevantes baseados em um histórico de compra ou de localização incorretos.
- Enviar mensagens com a mesma oferta duas vezes para a mesma pessoa.

Com o MDM nenhuma dessas situações acontecerá novamente. Cada cliente terá um único "golden record" alinhado com todos os demais dados, sem importar onde e como essas informações foram capturadas ou mantidas. Com dados de clientes de qualidade, o seu negócio irá:

- ter certeza que o e-mail enviado aos clientes conterá as informações corretas.
- Apresentar somente ofertas relevantes para os possíveis compradores corretos.
- Enviar apenas uma comunicação para o cliente certo.

Conclusão

Liderar a transformação digital, fornecer produtos superiores e atender às demandas dos clientes nunca foi tão fundamental para as empresas. Essa tarefa, contudo, requer uma abordagem flexível e completa, com ações que começam com a gestão dos dados e termina com a melhora dos resultados. Esse é o papel do MDM.

O MDM ajuda a levar o produto certo, na hora exata e para a pessoa específica por meio do canal mais adequado. Ele cria uma visão completa e abrangente do cliente - um 360° do cliente - para oferecer experiências que os consumidores desejam. Escalável e inteligente, o MDM pode incluir múltiplos domínios de produtos, clientes, localizações, funcionários, fornecedores, recursos digitais e muito mais.

A empresa pode também oferecer informações operacionais a todos os pontos da organização e, em última análise, tomar decisões melhores e mais rápidas. Com dados de qualidade, a operação será capaz de reduzir os custos e aumentar o ROI.

Para saber mais sobre os benefícios do MDM, envie um e-mail para contato contato@stibosystems.com ou visite stibosystems.com/pt-br.

Sobre Stibo Systems

Stibo Systems, é uma empresa confiável no gerenciamento e fornecimento de sistemas de dados mestres (MDM). Nossas soluções são a força motriz de companhias com visão de futuro em todo o mundo e que comprovaram valor diante do uso estratégico de seus dados, capacitando-os para melhorar sua experiência do cliente, ao impulsionar a inovação e crescimento para criar uma base essencial para a transformação digital. Damos às empresas a transparência que elas exigem e desejam - uma visão única e precisa de seus dados mestres - para que possam tomar decisões orientadas por informações, e assim, atingir metas de escala e alcançar objetivos planejados. A Stibo Systems é uma subsidiária privada do grupo Stibo A/S, fundado em 1794 e sediada em Aarhus, Dinamarca. Para mais informações, visite: stibosystems.com/pt-br