

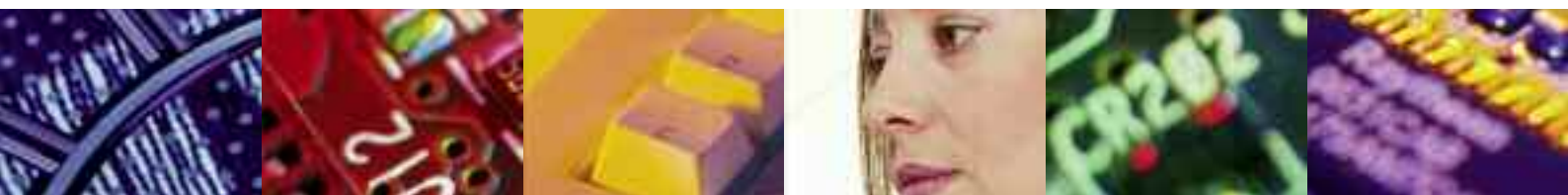
SWISS ORACLE USER GROUP



www.soug.ch

Newsletter 1/2012

Dezember 2011



- This was Oracle Open World 2011
- Java au coeur de la base de données Oracle
- Erste Eindrücke der neuen Fusion CRM Applikation
- Ready for the Social Business?

Gregor Bublitz, ec4u expert consulting (schweiz) ag

Erste Eindrücke der neuen Fusion CRM Applikation

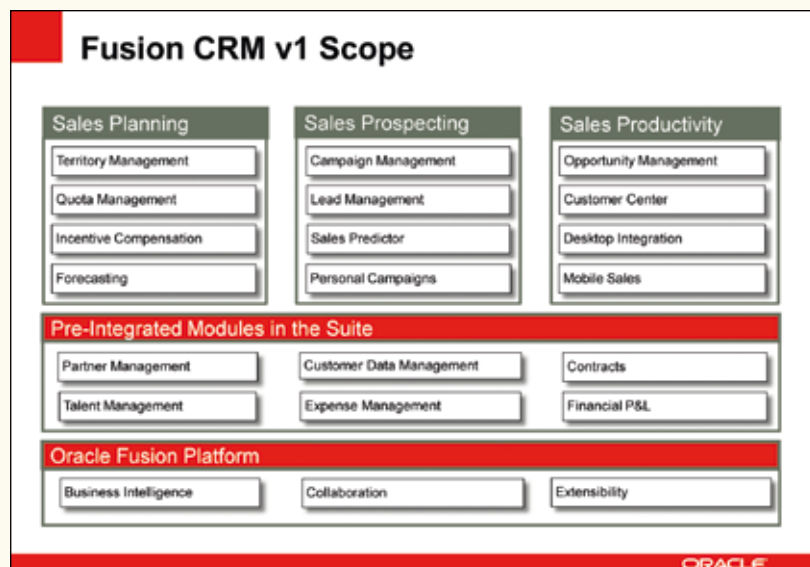
Im vorliegenden Artikel werden die Erfahrungen der ec4u im Rahmen des Early Adopter Programms zu Fusion CRM beleuchtet. Betrachtet werden dabei das generelle Konzept von Fusion CRM sowie deren Erweiterungsmöglichkeiten, die durch die neue technologische Basis der Fusion Middleware gegeben sind. Zum Schluss wird das laufende Fusion CRM Projekt der ec4u dargestellt.

Die Version 1.0 der Fusion CRM Applikation, die bis Ende des Jahres 2011 lediglich für ausgewählte Kunden zugänglich sein wird, beinhaltet hauptsächlich die Bereiche Customer Master Data Management, Sales und Marketing. Wie in **Abbildung 1** ersichtlich, kommen dabei auch Teilbereiche aus anderen Fusion Applikationen zum Einsatz. Technologisch basieren die Fusion Applikationen auf Fusion Middleware mit den Teilbereichen SOA Suite, WebCenter, Oracle ADF (Application Development Framework), Oracle BI (Business Intelligence) EE, Oracle BPM (Business Process Management), Weblogic Applikationsserver und der Oracle Datenbank. Die Fusion Applikationen können sowohl auf kundeneigenen Servern installiert und betrieben werden («On Premise») als auch als Dienstleistung (SaaS, Cloud-Service) direkt und ohne eigene Installation genutzt werden. Als Endbenutzerkanal stehen neben der reinen Web-basierten Applikation auch die Fusion CRM Desktop Outlookerweiterung sowie die Apps für BlackBerry und iPhone zur Verfügung.

Was ist wirklich neu?

Die gesamte Fusionapplikationsfamilie einschliesslich CRM kommt mit einer komplett neuen Benutzeroberfläche und Bedienungsphilosophie an den Start. Die gesamte Benutzeroberfläche teilt sich in vier Bereiche auf, wobei die beiden seitlichen Bereiche durch den Benutzer je nach Bedarf weggeklappt werden können, um mehr Platz zur Verfügung zu haben. In der «Global Area» findet man die bereits von Siebel bekannte Navigation, Personalisierungsmöglichkeiten sowie die Hilfe, aber auch einige neue an Web 2.0 angelehnte Konzepte wie z.B. das Tagging. Hier besteht die Möglichkeit nach Tags zu suchen, die an allen Objekten hinterlegt werden können. Die «Regional Area» ist – wie der Name schon suggeriert – einer Region zugeordnet, wie z.B. Kampagnen. Dort gibt es dann unter anderem Suchmöglichkeiten, Aktivitätenlisten (vergleichbar mit dem Task-Based UI aus Siebel) oder Quick Creates zum schnelleren Anlegen von Datensätzen

Abbildung 1:
Umfang der Fusion CRM Version 1.0



einer Entität. Nach einer Suche in der «Regional Area» oder nach einem Klick auf eine Aktivität, geht die Bearbeitung in der «Local Area» weiter. Dabei werden Daten eingegeben, geändert oder ein Prozess durchlaufen bzw. angestoßen. Die «Contextual Area» beinhaltet dabei abhängig von den gerade angezeigten Daten in der «Local Area» weiterführende Informationen wie z. B. analytische Daten, Zusammenfassungen oder Ähnliches.

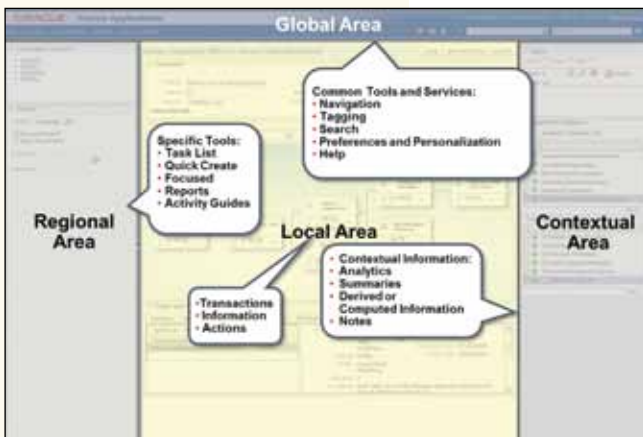


Abbildung 2: User Experience von Fusion Applications

Die Oracle Fusion Applications bieten eine sehr starke Integration in Web 2.0 Technologien. Es lassen sich einzelne Objekte taggen, um sie später wieder besser finden zu können. Bei manchen Feldern bewirkt ein «Mouse Over» die Öffnung von Google Maps oder von sozialen Netzwerken, welche Zusatzinformationen zu einem Kontakt anzeigen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit innerhalb der Applikation Diskussionsforen zu nutzen.

Eine schöne Weiterentwicklung ist sicher auch die intelligente Auswahlfunktion, die man für die effiziente Auswahl eines Wertes aus einer langen Werteliste benötigt. Diese Auswahlfunktion merkt sich zum Beispiel Werte, welche man zuletzt genutzt hat und bietet diese als Erstes an. Genauso gibt es bei manchen Feldern eine automatische Vervollständigung ähnlich einer Google Suche. Neu sind auch die so-

genannten Activity Streams, die ähnlich funktionieren wie die Neuigkeiten bei Xing oder Facebook. Hier werden alle relevanten Informationen benutzerspezifisch aufbereitet, z.B. kann ein Sales Manager sehen, wenn seine Mitarbeiter die Wahrscheinlichkeit einer Opportunity verändern oder den Status umsetzen.

Erweiterbarkeit von Fusion CRM

Bei den Möglichkeiten und Werkzeugen zur Erweiterung von Fusion CRM muss man grundsätzlich zwischen der Eigeninstallation («On-Premise») und der SaaS (Cloud) Nutzung unterscheiden. Bei der SaaS Lösung stehen vier sogenannte Composer für eine Anpassung von Fusion CRM zur Verfügung. Die Änderungen sind sofort in der Anwendung sichtbar, ein Kompilieren des Quellcodes ist nicht mehr notwendig.

Bei der Eigeninstallation können noch Erweiterungen mit dem JDeveloper, dem zentralen Entwicklungswerkzeug von Oracle, vorgenommen werden.

Im Folgenden sind kurz die Funktionen und Anwendungsgebiete der einzelnen Composer aufgeführt:

- **CRM Application Composer**
Hier kann man unter anderem Standardobjekte erweitern, Custom Objekte erstellen und deren Relationen abbilden, Lokalisierungen bzw. Internationalisierungen zentral verwalten, globale, wiederverwendbare Funktionen in der Skriptsprache Groovy schreiben und Objekt Workflows abbilden.
- **Page Composer**
Hier wird eine Komponente der WebCenter Suite angeboten, die es ermöglicht umfangreiche Änderungen

ANZEIGE

gloBâle Services

- Individuelle Softwarelösungen
- Business Intelligence
- Application Engineering
- Seit 12 Jahren lokal, in Ihrer weltweiten Nähe.

The local
player for
global
solutions



info@irix.ch • www.irix.ch
Dornacherstrasse 192 • CH – 4053 Basel • T 061 367 93 33

an dem Layout der Seiten vorzunehmen. Die Änderungen sind in verschiedenen Layern (Global, Site, User, ...) sowie für verschiedene Benutzergruppen möglich.

■ **Process Composer**

Eine Web-Komponente der BPM Suite, die es ermöglicht, Geschäftsprozesse (z.B. ein Genehmigungsprozess) zu erstellen und/oder anzupassen. Diese lassen sich dann an verschiedenen Stellen in Fusion CRM einbinden.

■ **BI Report Composer**

Der BI Report Composer ist ein Assistent der es erlaubt, auf dem BI Metadatenmodell basierende Analysen/Reports schnell und einfach zu erstellen, anzupassen oder anzusehen. Diese Komponente kann als vereinfachte Version des OBI Analysis Editor gesehen werden, welche die Komplexität bei der Erstellung und Verwaltung von Analysen/Reports für den Anwender reduziert.

In **Abbildung 3** ist beispielhaft der CRM Application Composer aufgeführt. Neben den oben genannten Möglichkeiten ist hier auch die «Security» konfigurierbar. Dabei werden die funktionale Sicherheit (Welche(r) Rolle/User darf was machen?) und die Datensicherheit (Welche(r) Rolle/User darf was mit welchen Daten machen) unterschieden.

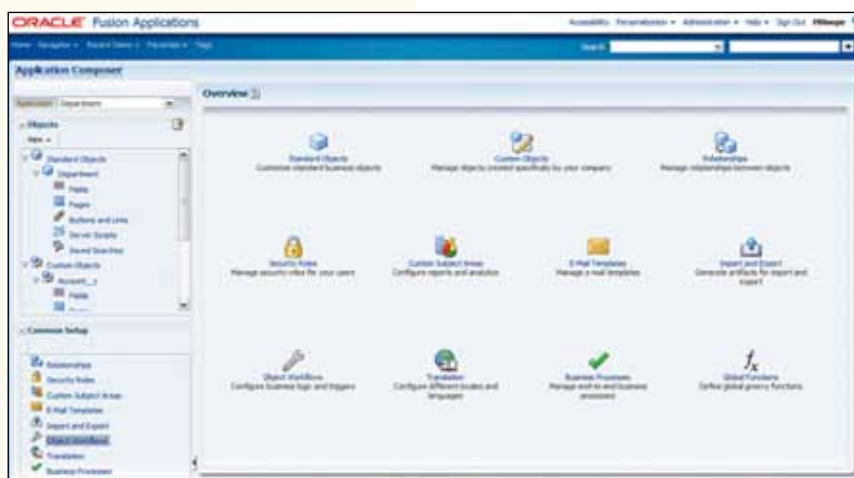


Abbildung 3: Erweiterbarkeit von Fusion CRM mittels CRM Application Composer

Vorgehen der ec4u zur internen Umsetzung von Fusion CRM

Jeder kennt folgende Sätze aus seinem eigenen Unternehmen:

- «Wieso sind so viele doppelte Einträge im System?»
- «Kann man nicht, bevor man neue Datensätze einträgt schauen, ob es bereits Bestehende gibt?»
- Wieso gibt es keine automatische Dublettenprüfung?
- «Was sind das für komische Adressen?»
- etc.

Diese Fragestellungen sind selbstverständlich auch bei der ec4u relevant. Um diese Fragestellungen für uns und unsere Kunden mit einem konkreten Lösungsansatz auf der Basis von Fusion CRM zu versehen, haben wir uns entschieden, eine Datenqualitätsoffensive im Zuge der Markteinführung von Fusion CRM zu starten.

Die ec4u hat sich daraufhin gemeinsam mit Oracle entschlossen, im Rahmen des Early Adopter Programms der Fusion Applications das Fusion CRM ec4u-intern einzuführen. Die gute Nachricht für Sie als unser Interessent oder Kunde: Wir machen die notwendigen Erfahrungen mit Fusion CRM, damit Sie davon profitieren können. Diese Erfahrungen sind für die ec4u und Sie als Oracle-Kunde sehr wertvoll, da die ec4u einer von sechs Teilnehmern am Early Adopter Programm der Fusion Applications in Europa ist.

Fusion CRM - Customer Data Management (CDM)

Da die ec4u die Siebel CRM Lösung sehr ausgereift im Einsatz hat, wird eine Koexistenz des bestehenden Siebel 8.1 Systems mit der neuen Fusion CRM Suite angestrebt. Alle bestehenden Funktionalitäten bleiben im Siebel 8.1. Dazu werden in der Fusion CRM Suite die Module Customer Data Manage-

ment (CDM) und Marketing (Campaign Management) eingesetzt.

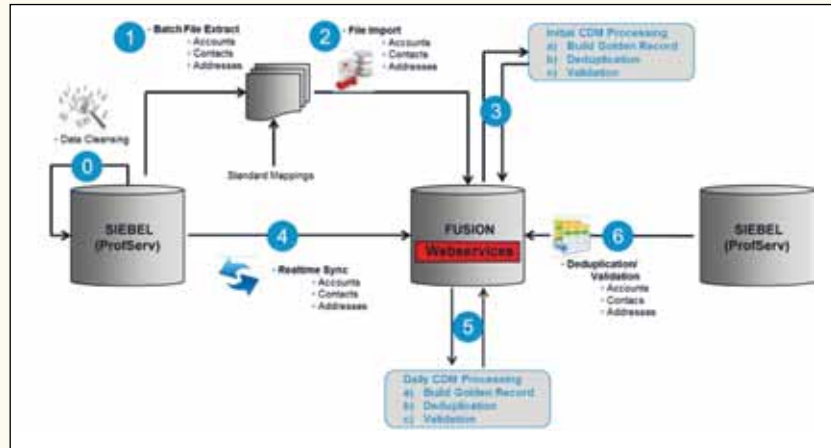


Abbildung 4: Prozessablauf Fusion CRM – CDM

Die in **Abbildung 4** gezeigten Schritte werden im Rahmen des Fusion CRM Prozess als Basis für das Fusion Marketing durchgeführt, um die Daten zwischen dem Siebel 8.1 System und der neuen Fusion CRM Suite zu harmonisieren:

Schritt	Aufgabe
Datenbereinigung (Data Cleansing)	Hier sind im Laufe der Jahre in Siebel «falsche» Werte in manchen Feldern entstanden. Im ersten Schritt, dem Data Profiling, werden Felder identifiziert, die bereinigt und standardisiert werden müssen.
Datenextraktion (Batch File Extract)	In diesem Schritt werden alle bestehenden Kunden (Accounts), Kontakte (Contacts) und Adressen (Business Addresses) aus dem bestehenden Siebel 8.1 System exportiert und für den Import in Fusion vorbereitet, z.B. Übersetzung von Werten aus Wertelisten oder Transformation aufgrund unterschiedlicher Datenmodelle.
Datenimport (File Import)	Kunden, Kontakte und Adressen werden in diesem Schritt mittels eines CSV Files in Fusion importiert. Das Mapping auf die Fusion CRM Objekte und Attribute kann dort konfigurativ während des Importvorgangs vorgenommen werden. Zusammen mit der Datenextraktion stellt dies den Initial Load von Siebel nach Fusion CRM dar.
Erhöhung der Datenqualität (Initial CDM Processing)	Massnahmen zur Steigerung der Datenqualität müssen bereits nach dem Import getroffen werden. a) Um die realen Kunden, Kontakte und Adressen in Fusion CRM korrekt und eindeutig abzubilden, muss eine Bereinigung der aus Siebel CRM stammenden Datensätze stattfinden. b) Da die importierten Datensätze sehr wahrscheinlich Dubletten aufweisen, wird ein in Fusion CDM integrierter Prozess durchgeführt, um die mehrfach gespeicherten Entitäten aufzuspüren. Die daraus entstehende Vorschlagsliste von mutmasslich übereinstimmenden Objekten wird anschliessend manuell bearbeitet, um entscheiden zu können, ob Datensätze zusammengefasst oder verknüpft werden sollen bzw. einen Vorschlag abzulehnen. c) Um korrekte und aktuelle Adressen zu erhalten, wird ein Batch Job in Fusion CDM durchgeführt, der die importierten Datensätze gegen ein Postverzeichnis (postal directory) abgleicht. Die Validierung prüft einerseits, ob die Adresse – abhängig vom Land – ein gewisses Format einhält. Des Weiteren wird die Adresse korrigiert und standardisiert, indem die Referenzadresse aus dem Postverzeichnis zum Vergleich herangezogen wird. (z. B. Korrektur der PLZ). Im anschliessenden manuellen Schritt können die Änderungsvorschläge übernommen oder abgelehnt werden.
Datenreplizierung (Realtime Sync)	a) Neue Kunden, Kontakte und Adressen werden von Siebel nach Fusion repliziert. b) In Siebel geänderte Kunden, Kontakte und Adressen werden in Fusion aktualisiert.

Die folgenden Aktivitäten sorgen täglich dafür, dass die Datenqualität auch künftig hoch bleibt:

Schritt	Aufgabe
Tägliche Datenbereinigung / -deduplizierung (Daily CDM run)	Die Adressvalidierung und Identifizierung von Dubletten werden – unabhängig vom Real-Time-Prozess – täglich mittels Batch Jobs durchlaufen (z. B. muss ein aktualisiertes Postverzeichnis auch mit «alten» Datensätzen abgeglichen werden, um Fehler durch Anwender zu identifizieren). Data Stewards lösen die daraus entstehenden Änderungsvorschläge manuell auf. In der ersten Phase werden Datenbereinigungen nicht nach Siebel zurückgespielt. Ziel der Bereinigung ist es, einen sauberen Datenbestand in Fusion vorliegen zu haben, mit dem das Fusion Marketing Modul gespeist wird. Somit liegen für Kampagnen und weitere Marketing Aktivitäten bessere und aufbereitete Daten vor. Durch diesen Prozess werden z.B. mehrfache Anschreiben des gleichen Anliegens aufgrund von Dubletten vermieden, Kosten verringert und die Kundenzufriedenheit gesteigert.
Datenbereinigung / -deduplizierung zur Laufzeit (Real Time Cleansing/Deduplication Call from Siebel to Fusion CRM)	Wenn neue Accounts, Contacts und Adressen in Siebel angelegt werden, wird während der Laufzeit gegen Fusion CRM mittels Webservices geprüft, ob die Datensätze bereits vorhanden sind und in einem Applet angezeigt, so dass der Benutzer entscheiden kann, ob er den in Fusion bestehenden Datensatz übernimmt oder doch einen neuen Datensatz anlegt.

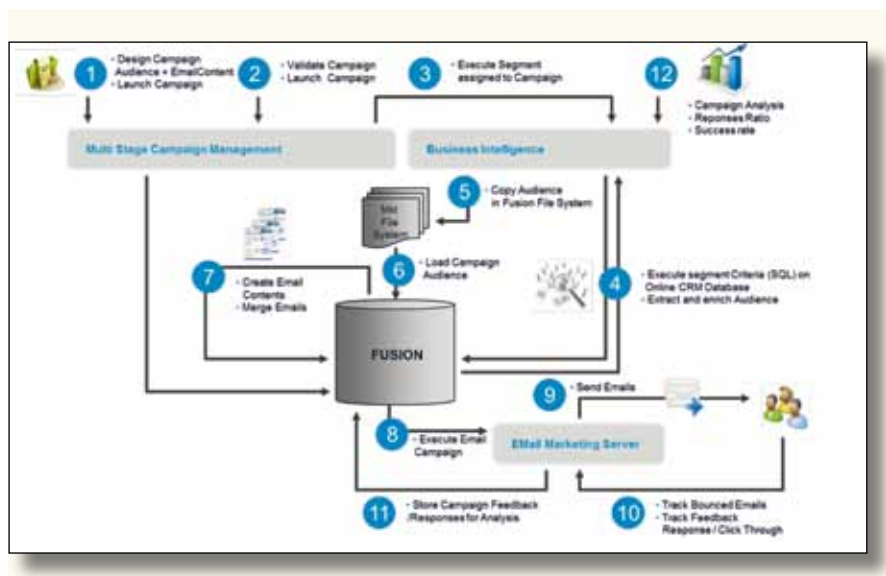


Abbildung 5: Prozessablauf im Fusion CRM Marketing

Fusion CRM – Marketing (Campaign Management)

Nachdem nun saubere Daten im Fusion CRM existieren, können darauf basierend Marketing Kampagnen durchgeführt werden. Die ec4u setzt diese Daten fachlich ein, um Newsletter zu versenden oder Kundenkampagnen zur Leadgenerierung durchzuführen.

Der Prozessablauf im Fusion CRM Marketing ist in **Abbildung 5** beschrieben. Dabei werden die folgenden Schritte durchlaufen:

1. Mini Campaign Creation – Erstellung von Mini Kampagnen

Der Marketingmitarbeiter erstellt eine Mini Campaign (Kampagne) durch Spezifikation von *Name*, *Code*, *Beschreibung*, *Produkt* und *Kanal* (Email).

Er wählt ausserdem die **Zielgruppe** (Segmente, welche vorher mit der Business Intelligence-Segmentation Engine erstellt wurden, oder Listen) und den **Inhalt** (Email Template) spezifizieren.

2. **Launch Campaign – Start einer Kampagne**
Der Marketingmitarbeiter validiert die Kampagne bevor er sie ausführt – auch **Launch** genannt.
3. **Execute Segment – Ausführung der Segmente**
Der erste Schritt des Kampagne-Start-Prozesses ist die Ausführung des Segments, welches der Kampagne zugewiesen ist, um die zu kontaktierende Zielgruppe zu extrahieren.
Dieser Schritt wird von der Segmentation Engine durchgeführt (Business Intelligence Modul).
4. **Extract Audience – Extraktion der Zielgruppe**
Die Segmentation Engine sendet der ausgewählten Datenbank (Online Fusion CRM) die Kriterien (SQL). Eine Liste mit den eindeutigen Kontakt-IDs wird extrahiert und mit zusätzlichen Daten wie Kampagne, Segment, Adresse, Account (List Output Format)... angereichert.
5. **Copy Audience – Kopieren der Zielgruppe**
Der *Business Intelligence Server* transferiert die Zielgruppen-Output-Liste zu dem Fusion File System.
6. **Load Campaign Audience – Laden der Kampagnenzielgruppe**
Die Marketing Anwendung liest die Dateien und lädt die Kontakte in die initiale Kampagne der Fusion CRM Datenbank.
Weil die Zielgruppe aus derselben Datenbank kommt, werden keine Kontakte erstellt.
7. **Create Emails – Erstellung von Emails**
Die Marketing Anwendung sammelt die Inhalte (Email Template) und generiert die zu versendenden Emails (Merge Fields, Response form links).
8. **Execute Email Campaign – Ausführung einer Email Kampagne**
Die Marketing Anwendung ruft den entsprechenden Email Server auf, um die Kampagne auszuführen und die Emails an alle Teilnehmer zu versenden.
9. **Send Emails – Versenden von Emails**
Der Email Server (ESD) versendet die Emails an die ausgewählten Zielpersonen.

10. **Track Feedback – Feedbackverfolgung**
Der Email Server verfolgt die Antworten zur Kampagnen-Ausführung: Nicht ausgelieferte Emails & Kontaktinteraktion (Click through). Der Email Server überwacht die Antworten zur Kampagne-Ausführung
11. **Store Responses – Speichern von Antworten**
Die Antworten bzw. Feedbacks werden unter den Kampagnen gespeichert und können zur Analyse und bei zukünftigen Kampagnen benutzt werden.
12. **Campaign Analysis – Kampagnenanalyse**
Business Intelligence bietet vordefinierten Dashboards, um die Marketing Organisation bei der Analyse von Kampagnenaktivitäten und deren Erfolgsraten zu unterstützen.

Folgende Vorteile sollen durch das interne Projekt für unseren Kunden und für die ec4u erzielt werden:

- **Früher Know-How Aufbau für Fusion CRM**
Die technologische Basis der Fusion Applications ist mit der Fusion Middleware (SOA Suite, BPM, Web-Center, Oracle ADF, Oracle BI) vielschichtig, aber natürlich aus diesem Grunde auch sehr mächtig und bietet viele Möglichkeiten.
Die ec4u eignet sich durch das interne Projekt das Know-How an, das für die ersten Kundenprojekte auf Basis von Fusion CRM nötig ist. Die ec4u-Kunden profitieren dadurch, dass eine Best Practices, entwickelt wird, die bereits mit einem hohen Reifegrad in Kundenprojekten übertragen werden kann. Kunden vermeiden dadurch Fehler und verringern somit Projektlaufzeit und -kosten für eine Einführung von Fusion CRM.
- **Erfahrung sammeln aus Sicht des Benutzers**
Die ec4u ist seit Bestehen dafür bekannt, fast ausschliesslich Tools und Software einzusetzen, die auch in den Kundenprojekten zum Einsatz kommen. Nicht nur deshalb ist seit der Gründung das interne CRM System auf Basis der Siebel Applikation entstanden und mittlerweile

nach einigen Upgrades bei der Version 8.1 angekommen. Mit der Einführung von Fusion CRM wollen wir wichtige Benutzererfahrung mit der neuen Software sammeln, die die Qualität in Kundenprojekten erhöht, um unserem Anspruch als Qualitätsführer auch bei diesem sehr neuen Thema gerecht zu werden.

Fazit

Zusammenfassend können wir sagen, dass die neue Fusion CRM Suite sehr vielversprechend aussieht mit einigen interessanten neuen Ideen und Konzepten, insbesondere den Erweiterungsmöglichkeiten. Allerdings müssen sich die bisher gemachten Erfahrungen in einem produktiven Umfeld beweisen, dabei spielen vor allem Stabilität, Performance und noch vorhandene Bugs eine zentrale Rolle.

In einer zukünftigen Ausgabe des SOUG Newsletters lesen Sie mehr über Fusion CRM, unter anderem einen Vergleich zwischen Siebel Marketing und Fusion Marketing sowie über die produktiven Erfahrungen der ec4u im täglichen Betrieb der Fusion CRM Applikation. ■

Contact

ec4u expert consulting (schweiz) ag

Gregor Bublitz
E-Mail:
gregor.bublitz@ec4u.de