



Cerca:

inserisci un termine
Ricerca

PMI.it Home

Home » Comunicati

La Soluzione DNA di DWI garantisce un Data Mgmt allo stato dell'arte

Grazie al progetto di integrazione con OWB di Oracle e alle funzionalità avanzate di normalizzazione, DNA trasforma i dati aziendali in patrimonio informativo strategico

DWI, società italiana operante sull'intero territorio nazionale e internazionale, presente sul mercato dal 1987 con soluzioni specifiche nell'ambito della normalizzazione dei dati, della gestione anagrafica, dei sistemi di marketing e comunicazione, mette a disposizione dei Responsabili CRM, Responsabili Marketing e Responsabili Commerciali la soluzione DNA, migliorata e perfezionata grazie anche al progetto di integrazione con Oracle Warehouse Builder (OWB). Data Normalization Analyzer (DNA) di DWI è lo strumento ottimale per normalizzare, validare e deduplicare i dati personali contenuti in un database.

Le informazioni sono l'asset più importante per realtà come aziende che si occupano di Direct Marketing, Agenzie Media e Pubblicità, Banche, Assicurazioni e Pubblica Amministrazione. La possibilità di utilizzare le informazioni ricavate da dati raccolti, archiviati e trattati, dipende dalla bontà degli stessi. Non sempre però vengono utilizzati strumenti che trattano in modo corretto i dati con conseguenti difficoltà per gli operatori che di questi dati devono disporre per esigenze di business.

Grazie a DNA di DWI è possibile identificare e ricondurre i dati e le informazioni anagrafiche disponibili a un formato standard, validare i dati attraverso liste di valori o archivi di riferimento, riconoscere eventuali doppi e probabili doppi grazie ad algoritmi che valutano il grado di somiglianza desunto dagli elementi di corrispondenza (cognome, via, numero civico, sesso, telefono ecc.) ai quali l'utente può legare pesi diversi.

"La possibilità di disporre di dati archiviati in modo corretto e quindi di informazioni puntuali rappresenta un patrimonio inestimabile per quelle realtà come ad esempio le Società di Direct Marketing e le Agenzie Media che fondano il loro business e il loro successo sulla possibilità di attingere a dati accurati e di qualità" afferma Enzo Cavazzola, Amministratore

Unico di DWI. "Grazie alle funzionalità avanzate e perfezionate della nostra soluzione DNA possiamo aiutare importanti realtà aziendali e governative a migliorare l'efficacia delle loro attività".

Il progetto che prevede l'integrazione di DNA con Oracle Warehouse Builder (OWB), il tool di Oracle per il datawarehouse, ha consentito di migliorare le performance e la qualità del database dei clienti soprattutto in relazione alla capacità senza eguali di:

- Identificare elementi territoriali e una segmentazione territoriale
- Gestire le informazioni sociali ed economiche provenienti da fonti Dati esterne
- Integre informazioni interne ed esterne creando un unico database
- Classificare il territorio in base a differenti criteri (socio-economici) basandosi sulla segmentazione operativa o sulle necessità di ricerca
- Gestire la distribuzione in un determinato contesto territoriale
- Gestire funzioni avanzate di geomarketing

Per ulteriori informazioni www.directw.it e www.oracle.com/it/innovation.

Rilasciato giovedì 9 ottobre 2008

L'editore non è responsabile delle informazioni riportate in questo comunicato stampa, diffuso da terze parti che se ne assumono piena responsabilità.

Tags: **data management**, **Oracle**, **normalizzazione dei dati**

[Scarica allegato](#)

Download



Altre risorse su CRM

Articoli



Siebel: gestione vendite e reportistica
lunedì 29 settembre 2008



CRM online: un approccio strategico
martedì 16 settembre 2008



Siebel: la soluzione Service
lunedì 15 settembre 2008

Tutti

News



Bedin: SaaS e SOA per i negozi
lunedì 20 ottobre 2008



Oracle OpenWorld: Beehive, Cloud Computing e Amazon
mercoledì 24 settembre 2008



CRM & Social Media in azienda: più clienti e vendite

Vedi anche:

Comunicati

[Nuove funzionalità per i CRM Oracle](#)

[Accenture leader mondiale nell'implementazione Oracle](#)

[Oracle Fusion Middleware Forum](#)

[Customer Care e Billing: Palm Utilities opta per Oracle](#)

TAG Cloud

accenture banking billing platform business intelligence cloud computing community contact center contact management crm award [crm on demand](#) cross selling customer care customer db customer experience customer interaction erp forrester fujitsu services lead loyalty management marketing marketing automation micromarketing microsoft microsoft crm 4.0 microsoft dynamics on demand open source [oracle](#) pmi retail rfm [saas](#) sales force automation [salesforce](#) sas sfa siebel sugarcrm up selling verticalizzazione web 2.0

giovedì 18 settembre 2008

Tutte



[Teleassistenza? Uno studio di caso: Livecare Contact](#)

martedì 28 ottobre 2008



[Salesforce.com, CRM on demand per tutti](#)

martedì 26 agosto 2008



[Software gratuito per imprese: come scegliere le risorse... come comprendere le necessità!](#)

martedì 1 luglio 2008

Tutti

[CRM and Social Media: Maximizing Deeper Customer Relationships](#)

martedì 21 ottobre 2008

[Teleworking: Real Value for Virtual Workers](#)

martedì 23 settembre 2008

[Hosted CRM buyer's guide](#)

martedì 20 novembre 2007

Tutti



[Covide](#)

martedì 28 ottobre 2008



[OpenEMM](#)

giovedì 23 ottobre 2008



[CiviCRM](#)

martedì 21 ottobre 2008

Tutti