

# Ist Ihr Unternehmen für eine datengetriebene Welt bereit?

Dr. Martin Fischer



A<sub>1</sub>

S<sub>1</sub>

S<sub>1</sub>

E<sub>1</sub>

S<sub>1</sub>

S<sub>1</sub>

# Ist Ihr Unternehmen datengetrieben?

- Treffen Sie Entscheidungen auf der Grundlage von Datenanalyse und -interpretation?
- Gibt es in ihrem Unternehmen einen Datenverantwortlichen auf C-Level, z. B. einen CDO?
- Gibt es die Rolle eines Data Owners auf der Fachbereichsebene, die auch gelebt wird?
- Hat Ihr Unternehmen eine Datenstrategie?

Warum sollte Ihr Unternehmen datengetrieben sein?

# Warum sollte Ihr Unternehmen datengetrieben sein?



# Beispiel Visa



25 Milliarden Dollar an jährlichem Betrug

mehr als 127 Milliarden Transaktionen

mehr als 500 Risikoattribute -  
alles in etwa einer Millisekunde.

Quelle: [Visa Prevents Approximately \\$25 Billion in Fraud Using Artificial Intelligence](#)

# Beispiel “Pay How You Drive” und “Pay As You Drive”



# Untersuchungen

McKinsey Untersuchung besagt, dass datengesteuerte Unternehmen

- **23-mal** wahrscheinlicher Kunden gewinnen
- **6-mal** wahrscheinlicher diese Kunden halten
- **und 19-mal** wahrscheinlicher rentabler sind.



Wie wird mein Unternehmen daten-  
getrieben?

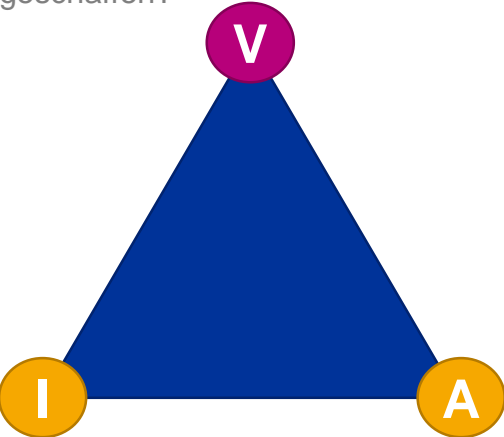
# Die Herausforderungen



# Das Wert, Information und Analytics Modell

## Wert

Was ist die Problemstellung und das Ziel? Wie wird Wert geschaffen?

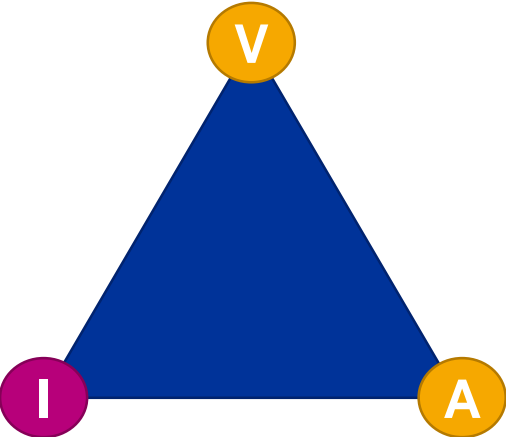


Welche Datenquellen brauchen wir?

Welche analytische Methoden wenden wir an?

## Information

Was ist der Wert für das Geschäft?

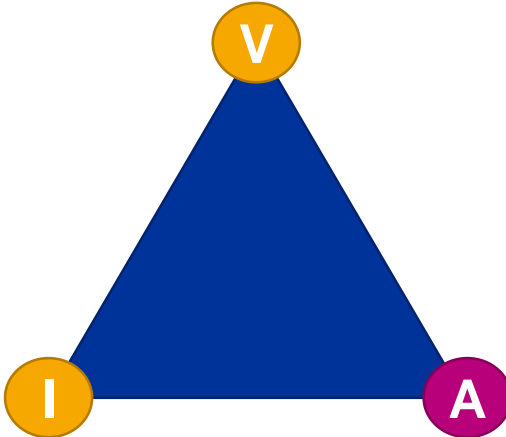


Welche internen wie externen Daten können wir auswerten?

Welche analytische Methoden können wir anwenden, um Wert zu generieren?

## Analytics

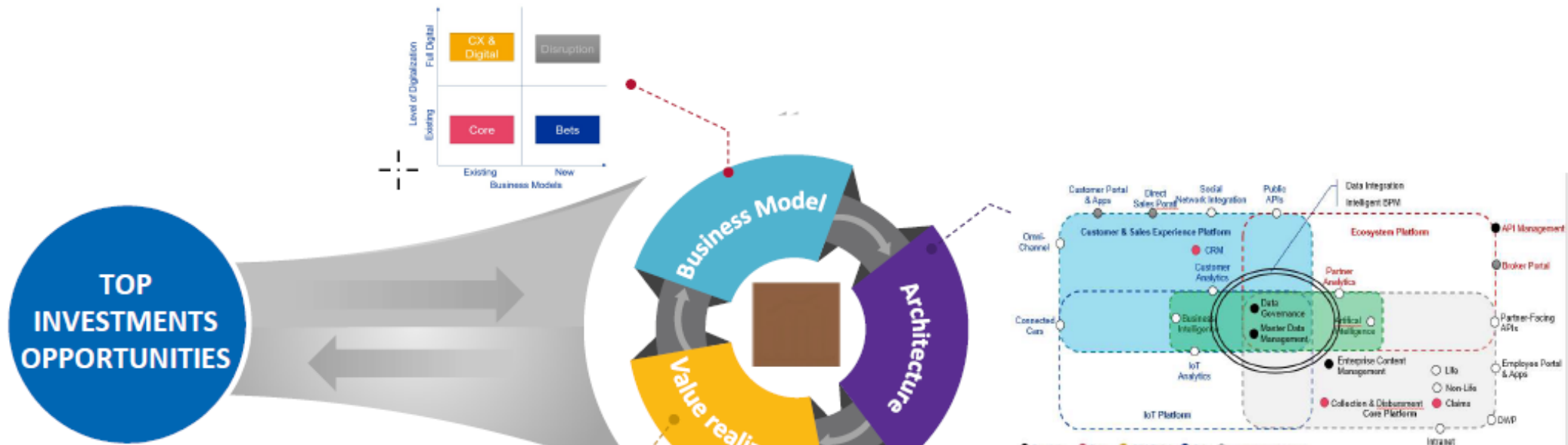
Was ist der Wert für das Geschäft?



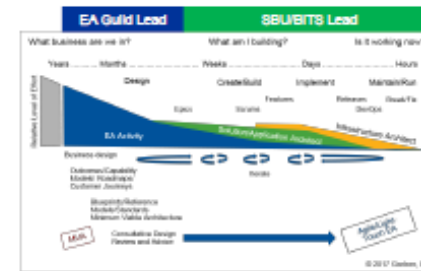
Gewinnen wir neue Einsichten von internen oder externen Daten?

Welche analytischen Methoden können eingesetzt werden, um neue Einsichten zu gewinnen?

# Einbettung in das Gesamtmodell



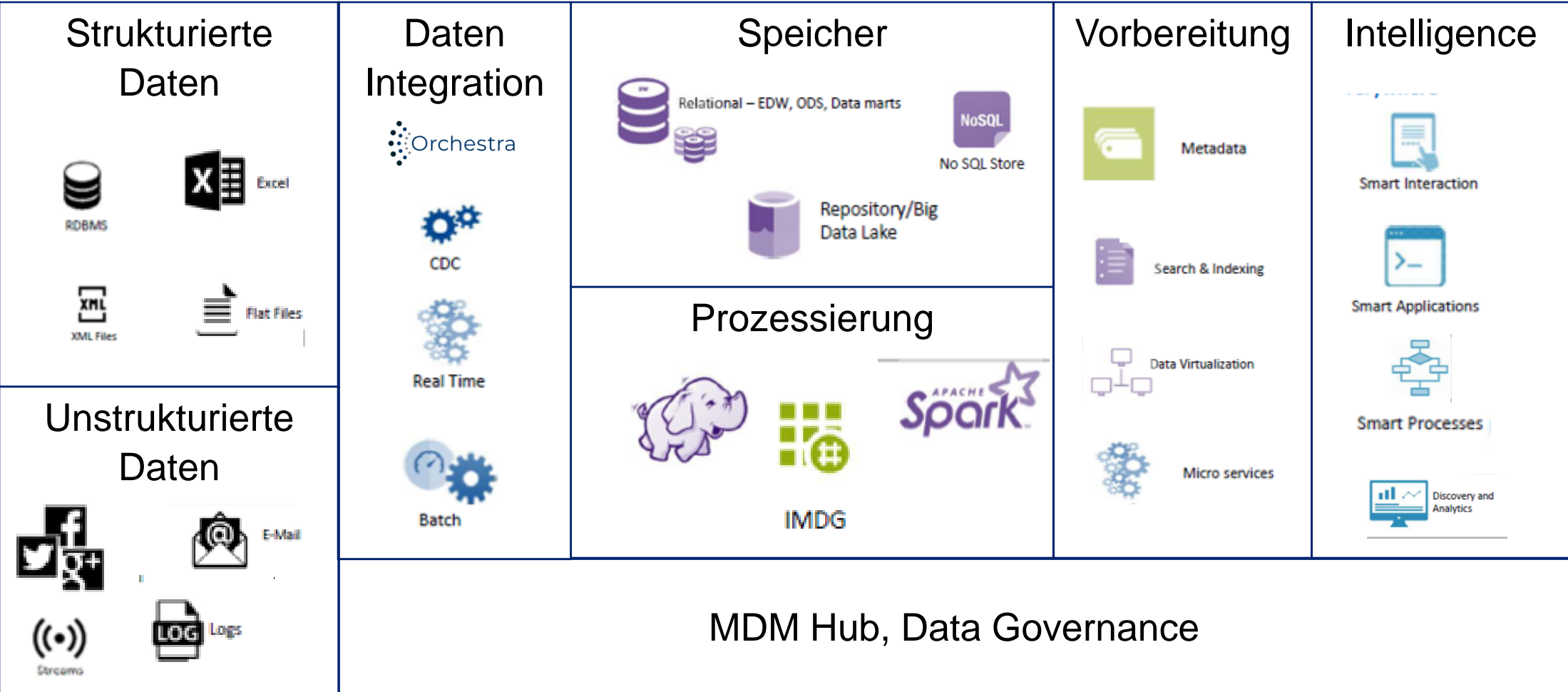
- Customer-centric cross-selling
- Holistic view of the customer
- Analytics-driven decision making
- Digital touchpoint and shared & modularized products
- Potential disruptive trends.



# Daten und Prozess wie Technologie liefert den Beitrag zu den Geschäftszielen



# Bausteine einer Architektur





# Contact

Martin Fischer

Enterprise Architect

Corporate IT

+41 58 285 86 81

[martin.fischer@baloise.com](mailto:martin.fischer@baloise.com)

