

BETTER DATA. BETTER BUSINESS.



WIR MACHEN DATEN BESSER. JEDEN TAG.

Cloud, Social Media, Mobile, Big Data und das Internet der Dinge beeinflussen jedes Unternehmen in seiner Strategie, Struktur, Kultur und seinen Prozessen. Das Thema lässt keine Branche kalt – nicht zuletzt, weil dabei ganz klar der Kunde in den Fokus rückt. Denn Kunden erwarten im Zeitalter der Digitalisierung immer und überall kaufen zu können, ein hohes Servicelevel und individualisierte Informationen, die überall in Echtzeit verfügbar sind. Dies gelingt aber nur, wenn Unternehmen ihre Interessenten über möglichst viele Kontaktpunkte ansprechen und die dabei gewonnenen Erkenntnisse über dessen Vorlieben und Verhalten zu einem möglichst vollständigen 360-Grad-Blick aggregieren. Es gilt also, das Kundendatenmanagement zu verbessern.

Die Pflege von Kundendaten ist unser tägliches Geschäft, und das seit über 40 Jahren. Mit über 4.000 Installationen und Lösungen für 245 Länder bedeutet Customer Data Management für uns: Datenqualität, Datenintegration und kompetente Services. Smart Customer MDM ist die intelligente Verbindung dieser Funktionsbereiche in einer Lösung. Wird diese MDM-Lösung mit Fokus auf Kundendaten in unsere schlanke Lösungs- und Prozessmethodik Ground Truth integriert, so entsteht ein erstklassiges Erfolgskonzept, mit dem Sie Ihre Kundendaten über den gesamten Lebenszyklus hinweg managen, optimieren und den Wert für Ihr Unternehmen nachhaltig steigern können. Diese Wertsteigerung Ihrer Daten ist unsere Leidenschaft und Motivation. **Machen Sie mehr aus Ihren Daten – mit Uniserv.**



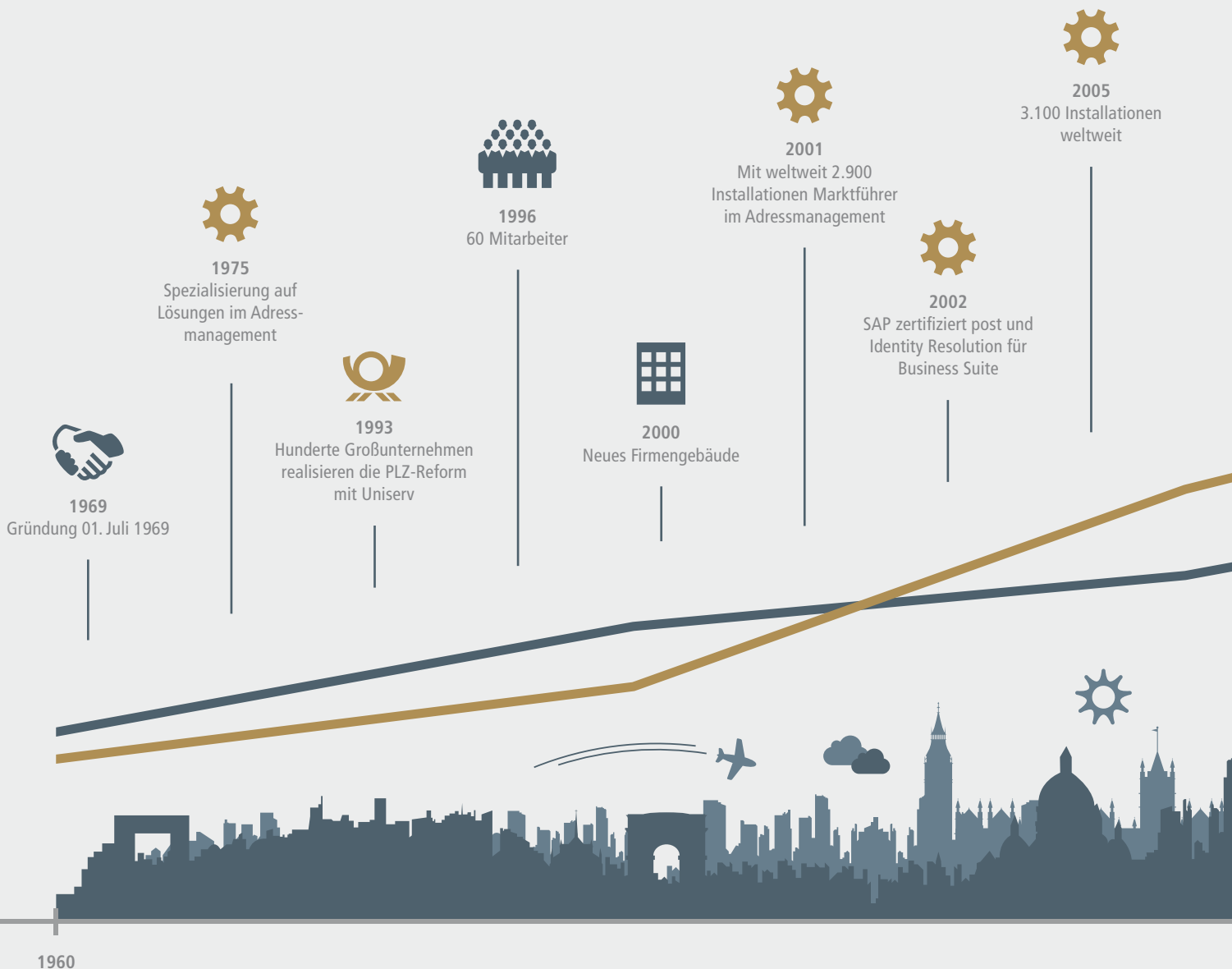
„Daten sind der Treibstoff für die Digitalisierung. Das aus Daten gewonnene Wissen liefert die notwendige Grundlage für zukünftige, strategische und operative Geschäftsentscheidungen.“

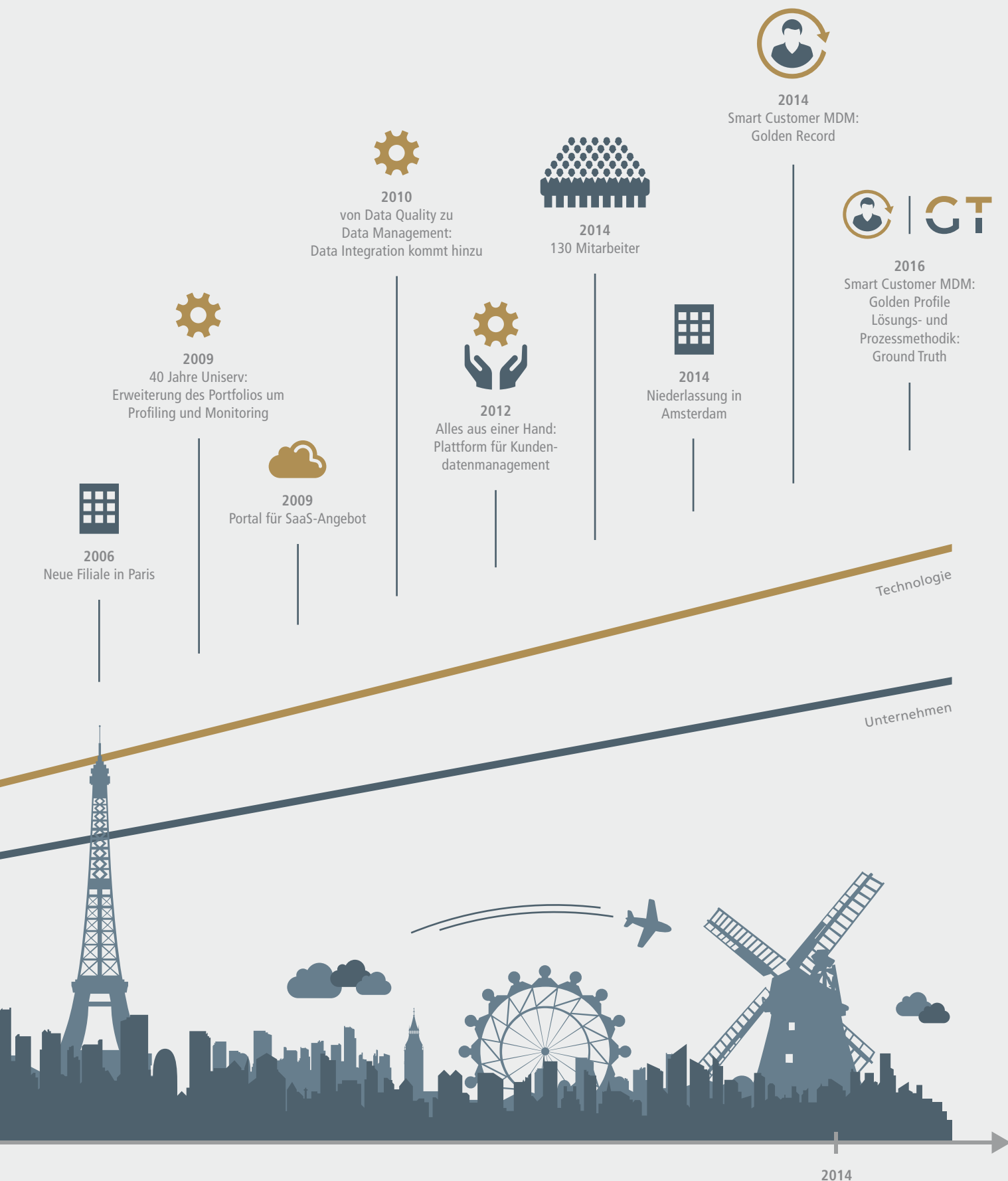
ROLAND PFEIFFER / CEO UNISERV GMBH



45 JAHRE TRADITION

Uniserv verbindet Tradition und Innovation: Mit der konsequenten Weiterentwicklung bestehender und erprobter Lösungen stellt Uniserv die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft.





SMART CUSTOMER MDM



Die Lösung für ein einfaches, intelligentes und effizientes Kundendatenmanagement.

Unternehmenserfolg ist eng an das effiziente Managen von Kundenstammdaten gebunden. Die Voraussetzung: eine 360°-Kundensicht über alle Kanäle hinweg. Der Schlüssel: Smart Customer MDM als ganzheitliche und unternehmensweite Lösung. Das Ergebnis: kundenzentrierte Unternehmen mit loyalen Kunden.

Kundenzentrierung erfordert, Kundenkontakte über alle Kanäle und alle Märkte hinweg global und lokal zu pflegen und zu nutzen. Dabei stellen sich viele Fragen: Wie lassen sich Produkte und Services kundenindividuell und gezielt anbieten, wie Kommunikations- und Marketing-Kosten minimieren? Wie können Up- und Cross-Selling optimiert, wie Kündigungen verhindert werden? Wie lassen sich Kunden im Web Shop oder einem anderen Point of Sale schnell, sicher und zuverlässig erkennen und bedienen? Mit Smart Customer MDM haben Sie die Antwort auf all diese Fragen. Unsere Master-Data-Management-Lösung für Kundenstammdaten verbindet Technologien, Prozesse und Services miteinander, um eine 360°-Kundensicht über alle Bereiche und Kanäle hinweg zu gewährleisten.

Mit Smart Customer MDM gleichen Sie beispielsweise Ihre Kundendaten in Ihren Systemen ab, identifizieren

Dubletten oder bilden Golden Records. Warum "Smart"? Weil Sie eine Lösung erhalten, die durch kurze Einführungszeiten und eine schlanke Architektur überzeugt. Das heißt konkret: keine Veränderungen der vorhandenen Datenmodelle, hohe Skalierbarkeit, Risikominimierung durch die Beibehaltung der bestehenden System- und Prozesslandschaft. Durch die schrittweise Implementierung erkennen Sie schon in den ersten 3 Monaten erste operativ nutzbare Ergebnisse und Erfolge. Ein steigender ROI ist also zeitnah nachvollziehbar. Ganz nach unserem Credo: **Better Data. Better Business.**

Um MDM-Projekte effektiv durchzuführen, extrahiert und konsolidiert die Hosted Solution Ihre Kundendaten aus einer Vielzahl heterogener Datenquellen. Bevor die Informationen aus den unterschiedlichsten Quellen überhaupt in das zentrale Repository integriert werden, sorgen unsere Datenqualitätstools für bereinigte, strukturierte und aktuelle Daten. So greifen bereits bei der Datenerfassung die Datenqualitätsmechanismen: Die Konsistenz der Kundendaten ist über alle Datenquellen hinweg sichergestellt. Auch externe Daten, beispielsweise aus Zukäufen oder von Datenlieferanten, können einfach, sauber und schnell importiert werden.

**i**

Smart = einfach · intelligent · effizient

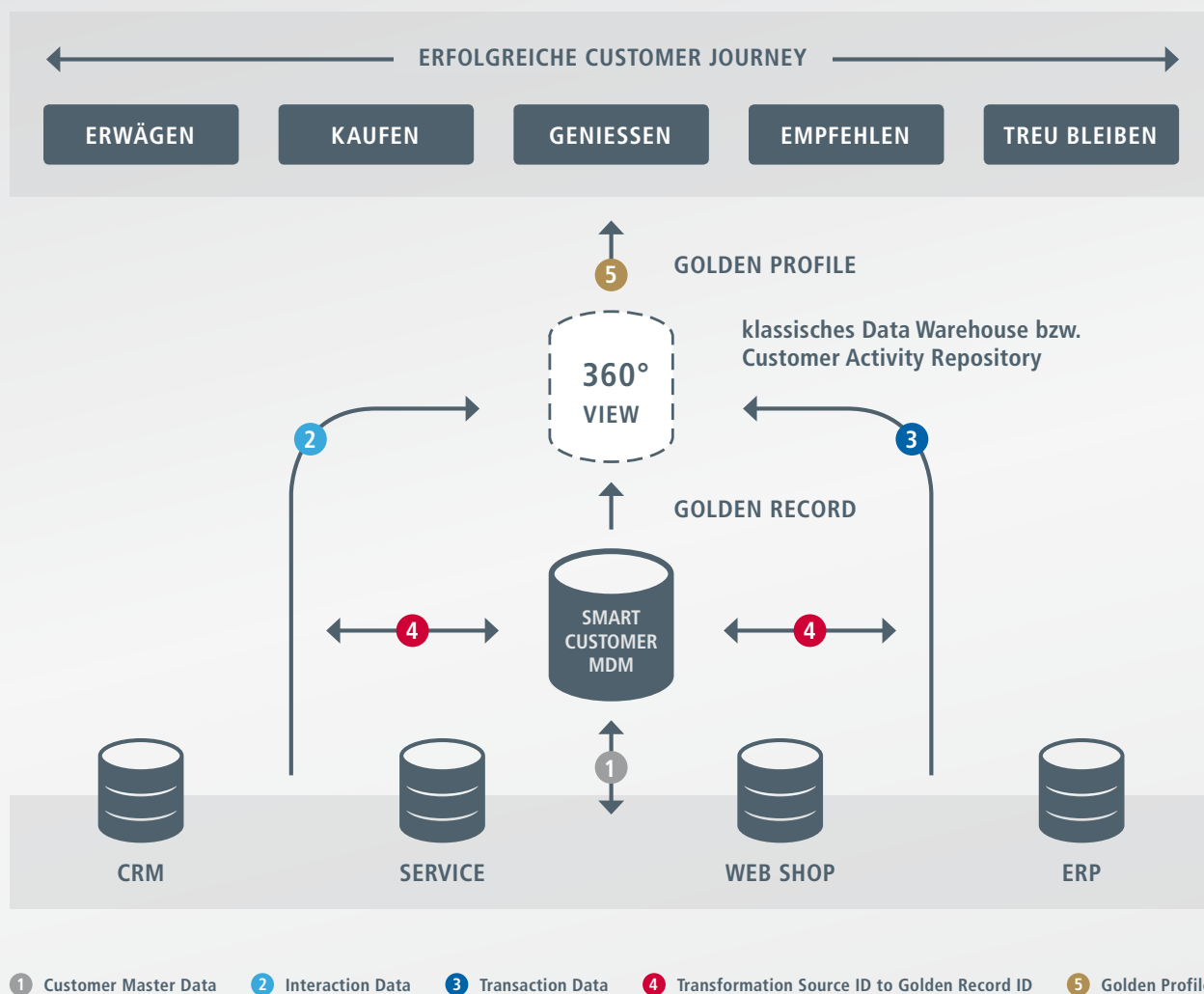
Dank Identity Resolution vermeiden Sie Redundanzen in Ihrer Datenhaltung und bestimmen die Identitäten Ihrer Kunden eindeutig über Prozesse und Systeme hinweg. So lassen sich die qualitativ optimierten Daten zu einem Golden Record bzw. Single Point of Truth (SPoT) zusammenfassen. Über individuelle Regelwerke kann dieser führende Datensatz automatisiert bearbeitet und ergänzt werden. Auch eine Synchronisation des Golden Record mit den Quellsystemen ist bei Bedarf möglich.

Sobald der Golden Record existiert, wird er allen kundennahen (Abteilungs-)Prozessen zur Verfügung gestellt und gleichzeitig wird dafür gesorgt, dass dabei datenschutzrechtliche Anforderungen und andere Regeln eingehalten werden. Im Rahmen von Data Governance unterstützen webbasierte Data Stewardship Interfaces Sie dabei, entsprechende Regelwerke, Richtlinien, Workflows und Prozesse zu definieren und zu verwalten.

GROUND TRUTH

TRUE ↗
↙ FALSE



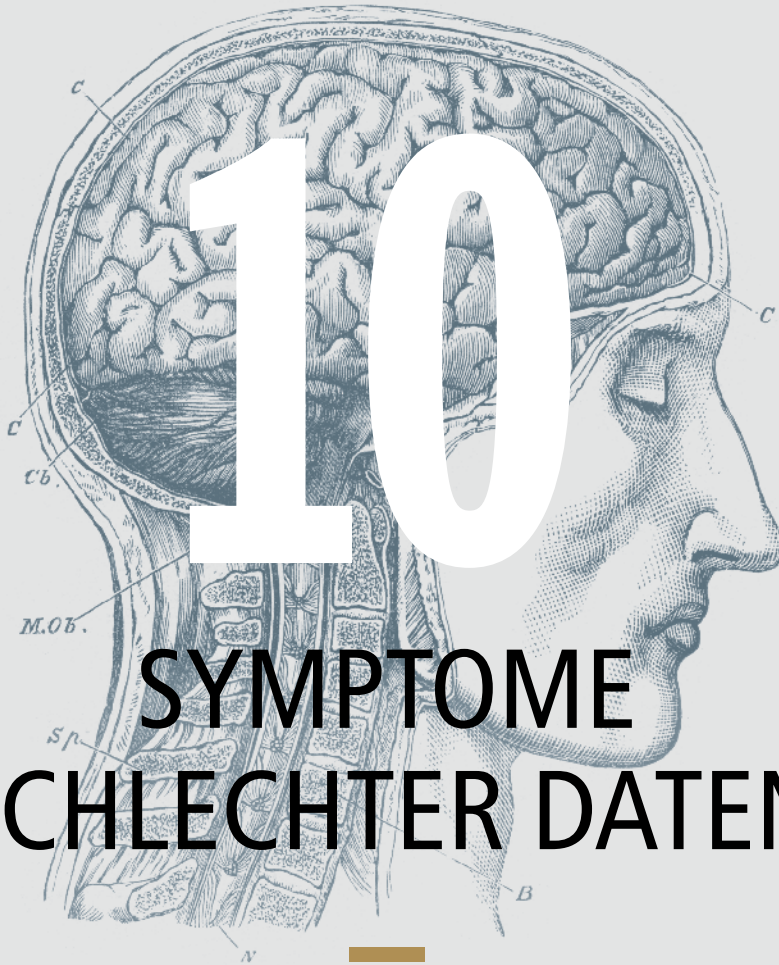


Das Erfolgskonzept für den digitalen Wandel

Neue digitale Geschäftsmodelle schießen wie Pilze aus dem Boden und führen traditionelle Unternehmen an den Scheideweg. Nur wer seine Strategie, Struktur, Kultur und Prozesse an die digitalen Bedürfnisse seiner Kunden anpasst, wird auch zukünftig wettbewerbsfähig sein. Denn der Kunde erwartet heute maximale Flexibilität, schnelle Reaktion und individuelle Angebote, natürlich benutzerfreundlich und möglichst günstig. Er führt schon jetzt einen digitalen Lebensstil und sucht nach Anbietern, die das verstanden haben und ihn in seiner alltäglichen Lebenswirklichkeit unterstützen.

Es reicht also nicht mehr, nur zu verkaufen. Unternehmen müssen ihre Kunden entlang der gesamten Customer Journey begleiten: von der ersten Idee über den Erwerb bis zum täglichen Gebrauch des Produkts. Wir bieten Ihnen dafür eine Prozess- und Lösungsmethodik, die alle über den Kunden gewonnenen Erkenntnisse zu einem allumfassenden 360-Grad-Blick aggregiert – Ground Truth.

Der Weg zum Ground Truth führt dabei über fünf Schritte. Zunächst werden die verschiedenen Datenquellen in das Herzstück des Ground Truth – dem Smart Customer MDM – integriert. Unsere zentrale Master-Data-Management-Lösung extrahiert und konsolidiert Ihre Kundenstammdaten aus einer Vielzahl heterogener Datenquellen, verhindert Dubletten und bestimmt die Identität Ihrer Kunden eindeutig. Das Ergebnis ist der so genannte Golden Record, also der einzig wahre Datensatz, auf den sich alle operativen Systeme beziehen. Doch der Ground Truth bietet mehr: Neben den reinen Kontaktdaten können auch weiterführende Bewegungsdaten wie Vorlieben oder Hobbys sowie alle bisher gelaufenen Interaktionen oder Ablaufprozeduren angereichert werden. So machen Sie Ihre Daten noch wertvoller und geben Ihren Kunden ein schärferes Profil – das Golden Profile. Die Konsequenz sind fundierte Business-Entscheidungen und ein Kundenerlebnismanagement, das die Erwartungen der Kunden erfüllt. Das bedeutet einen deutlichen Wettbewerbsvorsprung gegenüber den Mitbewerbern – sozusagen „real digital“.



10

SYMPTOME SCHLECHTER DATEN

Mangelhaftes Customer Data Management verursacht im Geschäftsalltag unterschiedlich große Business-Pannen. Für Unternehmen sind solche Ereignisse nicht nur ärgerlich – sie können sowohl dem Ansehen der Firma schaden als auch schmerzhaft finanzielle Folgen haben.



1
Wichtige Informationen
über meine Kunden fehlen.

In vielen Unternehmen liegen die Kundendaten über verschiedene Systeme und Abteilungen verstreut. Das Wissen über den Kunden ist zwar vorhanden, steht aber nicht zentral allen Unternehmensbereichen zur Verfügung. Die Suche kostet Zeit und Nerven.



2
Ich kann Cross- & Up-Selling-
Potenziale schwer erkennen.

Ist das Unternehmen in der Lage, alle verfügbaren Daten auf einer Plattform auch wirklich zu nutzen – wie Vertragsdaten in Kombination mit Nutzungsdaten und persönlichen Vorlieben –, kann dem Kunden im richtigen Augenblick das passende Angebot gemacht werden.



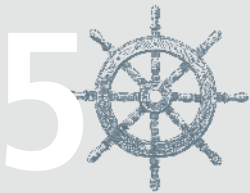
3 Ich weiß nicht, welcher Datensatz der aktuellste ist.

Veraltete und fehlerhafte Datenbestände, Dubletten oder inkonsistent erfasste Kundendaten hinterlassen oft ein Fragezeichen. Unsaubere Daten können zu Fehlentscheidungen führen und die Kundenbeziehung gefährden.



4 Die Response-Rate meiner Kampagnen ist gering.

Mailing-Aktionen ohne zuverlässige Personalisierung und Targeting führen zu Streuverlusten, geringen Response- und hohen Rückläuferquoten. Voraussetzung für erfolgreiche Kampagnen: konsolidierte, widerspruchsfreie Daten.



5 Im Service Center finden wir die Kunden nicht in unseren Systemen.

Ruft ein Kunde an, erwartet er den besten, auf ihn zugeschnittenen Service. Das Höchstmaß an Kundenservice kann nur geboten werden, wenn der Call Center Agent sofort auf alle verfügbaren Informationen inklusive der Historie zum Kunden zugreifen kann.



6 Ich vertraue der Datenbasis nicht.

Dezentrale Stammdatensysteme, heterogene Systemlandschaften und die Multidimensionalität von Daten und Prozessen führen zu Wildwuchs und Chaos. Ist die Datenbasis nicht belastbar, stehen strategische Entscheidungen auf tönernen Füßen.



7 Meine Kunden erhalten unpassende und unerwünschte Werbung.

Stimmt die Zielgruppe nicht, wird einem Kunde eventuell ein Produkt angepriesen, das er gerade erworben hat oder das überhaupt nicht für ihn in Frage kommt. Oder Sie schicken Werbematerial an einen kürzlich verstorbenen Kunden. Das hinterlässt einen schlechten Eindruck und kann zu Imageverlust führen.



8 Meine Kunden beschwerten sich über eine falsche Anrede.

Sie schreiben Frau Mayer mit Herr Meyer an? Unter Umständen schon ein K.-o.-Kriterium. Im immer schnelllebigeren Marktumfeld ist die gezielte Kundenansprache und -bindung zentraler Erfolgsfaktor. Stimmt schon die Anrede nicht, sinkt das Vertrauen in die Kompetenz des Unternehmens.



9 Ich bin nicht sicher, ob mein Unternehmen Compliance-Bestimmungen einhält.

Der permanente Abgleich von Kunden-, Lieferanten- und Partnerdaten gegen nationale und internationale Sperrlisten ist ein Muss für jedes international agierende Unternehmen. Bei Nichteinhaltung drohen empfindliche Geldbußen und juristische Konsequenzen.



10 Ich erkenne die "schwarzen Schafe" unter meinen Kunden nicht.

Um Betrugsversuche zeitnah zu erkennen und zu verhindern, müssen alle relevanten Informationen sofort unternehmensweit zur Verfügung stehen. Nur so kann eine schnelle, fundierte Entscheidung getroffen werden, ob die Geschäftsbeziehung weitergeführt wird.

BEISPIEL: SAUBERE DATEN WELTWEIT

Mergers & Acquisitions in Spanien

In Spanien wurde die Tochter eines Wettbewerbers übernommen. Das IT-System des Unternehmens muss in das des Konzerns migriert werden. Insbesondere die hinzugekauften Kundenstammdaten werden mit den bereits im System vorhandenen Kundenstammdaten abgeglichen (Identity Match) und ggf. vor der Übernahme mit unternehmensrelevanten Zusatzinformationen angereichert.

Hauptniederlassung USA

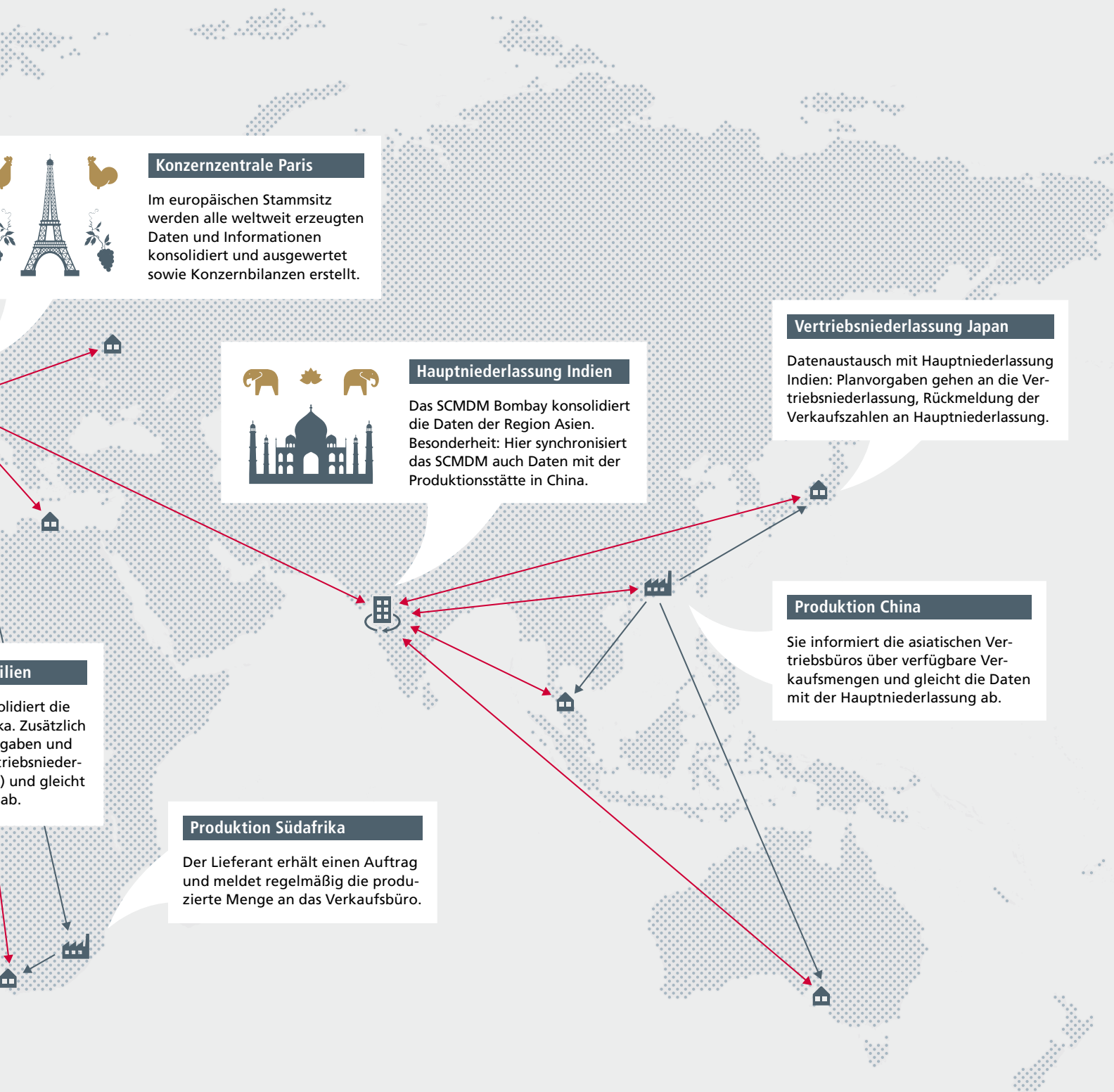
Das SCMDM San Francisco konsolidiert die Daten der Region Nordamerika. Zusätzlich synchronisiert er die Planvorgaben und Verkaufszahlen mit den Vertriebsniederlassungen (inkl. Zentrallager) und gleicht sie mit der Konzernzentrale ab.

Hauptniederlassung Brasilien

Das SCMDM São Paulo konsolidiert die Daten der Region Südamerika. Zusätzlich synchronisiert er die Planvorgaben und Verkaufszahlen mit den Vertriebsniederlassungen (inkl. Zentrallager) und gleicht sie mit der Konzernzentrale ab.

SMART CUSTOMER MDM (SCMDM)

Smart Customer MDM ist die zentrale Lösung von Uniserv, mit der die Kundenstammdaten eines Global Players konsolidiert werden. Im Smart Customer MDM werden die Kundenstammdaten bereinigt, angereichert und in hoher Qualität mit dem jeweiligen CRM-System der Vertriebsniederlassung vor Ort synchronisiert bzw. abgeglichen.



HOCHWERTIGE KUNDENDATEN

Unser Ziel ist es, die Qualität Ihrer Kundendaten über den gesamten Nutzungszeitraum auf hohem Niveau zu halten: von der Analyse des Datenbestands und einer Erstbereinigung über die Implementierung einer Data Quality Firewall in Applikationen zur Verhinderung von laufender Datenverschmutzung bis hin zur kontinuierlichen Überwachung der erreichten Datenqualität.

Dazu bieten wir nicht nur Data Management aus einer Hand, sondern auch auf einer Plattform. Die Produkte Data Analyzer, Data Cleansing, Data Protection und Data Governance sorgen zusammen dafür, dass Ihre Daten ready for use sind. Im Verbund haben Sie so alles zur Hand, was Sie zur Bewältigung Ihrer Data-Management-Projekte benötigen.



LICHT INS DUNKEL

– DATA ANALYZER –

- Verwandelt vage Annahmen in exakte Kenntnis über den aktuellen Zustand Ihrer Daten
- Benutzerfreundliche, intuitive Oberfläche
- Analysiert auch größte Datenmengen hochperformant
- Schneller und effizienter als herkömmliche, manuelle Analysetechniken



Reduziert Zeit und Aufwand der Analysephase in Datenqualitäts-, Datenintegrations- oder -migrationsprojekten um bis zu 90 %



QUALITÄT STATT CHAOS

– DATA CLEANSING –

- EIN Werkzeug für alle Verarbeitungsschritte
- Extraktion von Daten aus verschiedenen Quellsystemen
- Identifikation und Konsolidierung von Dubletten
- Konnektoren für alle gängigen Datenbanken, flache Dateien und spezifische Applikationen



Schafft die Grundvoraussetzung für optimierte Abläufe und Prozesse in Ihrem Unternehmen: glaubwürdige, also in alle Richtungen belastbare Unternehmensdaten



BEREITSTELLUNGSFORMEN

ON PREMISE

Sie müssen kontinuierlich große Datenvolumen analysieren, überwachen und bereinigen? Dann könnte Data Quality als installierte Software-Lösung für Sie die bessere Wahl sein.

ON DEMAND

Sie haben ein eher kleines Datenvolumen oder Ad-hoc-Aufgaben zu bewältigen und möchten auf Software-Installationen vorerst verzichten? Dann bereinigen Sie Ihre Daten in der Cloud.

DAS HYBRIDMODELL

Nutzen Sie die Vorteile beider Welten: Mit dem Uniserv Hybridmodell können Sie Ihre bestehende On-Premise-Lösung mit einzelnen On Demand Services kombinieren.



NACHHALTIGE DATENQUALITÄT

– DATA PROTECTION –

- Schnelle, unkomplizierte Erstellung und Bereitstellung interaktiver DQ-Prozesse in einem Werkzeug
- Realisierung aller relevanten DQ-Prüfungen bei Neuanlage oder Änderung von Datensätzen
- Maßgeschneiderte Data Quality Firewall
- Problemlose Integration und einfache Wartbarkeit



ALLES IM BLICK

– DATA GOVERNANCE –

- Kontinuierliche, automatische Überwachung der Datenqualität im laufenden Betrieb
- Regelbasierte Beobachtung und Reporting
- Frühwarnsystem mit Alarmfunktion
- Unkomplizierte Bedienbarkeit auch ohne Programmierkenntnisse



Steigert die Produktivität um das 10- bis 20-Fache bei der Erstellung komplexer, interaktiver Abläufe



Hilft Ihnen, kritische Punkte zu erkennen, bevor sie zum wirklichen Datenqualitätsproblem werden

PROJEKT- SZENARIEN

MASTER DATA MANAGEMENT

Nutzen Sie den Smart Customer MDM für die Synchronisation vollständiger, konsistenter und korrekter Daten in Ihren operativen Systemen. Stellen Sie mit Uniserv eine 360°-Sicht auf Ihre Kundendaten her: Egal, ob Bestandskundenpflege oder Neukundengewinnung – Sie sind immer im Bilde und haben den Durchblick auf die richtigen Kundenstammdaten.

PROJEKTZIELE

- **Customer Data Management**
 - z. B. Golden Profile
 - 360° Customer View
 - Customer Experience
- **Direct & Database Marketing**
- **Mikro- & Geomarketing**
- **Einfache Systemsynchronisation**

DATA QUALITY

Gesteigerte Produktivität, Effizienz und Flexibilität statt Datenchaos – profitieren auch Sie von den positiven Auswirkungen korrekter und zuverlässiger Daten. Einmal erreichte (Data Cleansing) und regelmäßig überwachte Datenqualität (DQ Firewall/Monitoring) beschleunigt fast all Ihre Geschäftsprozesse und verschafft Ihnen einen nicht zu unterschätzenden Wettbewerbsvorteil.

PROJEKTZIELE

- **Dublettenbereinigung**
- **Adressvalidierung**
- **Datenanreicherung**
- **Compliance & Governance**
- **Betrugserkennung & -abwehr**
- **Geldwäschebekämpfung**
- **u. a.**



Ob es Ihnen um die Sicherstellung hervorragender Datenqualität für operative oder analytische Applikationen geht, um die erfolgreiche Durchführung von Systemmigrationen und -konsolidierungen, den Aufbau von Master-Data-Management-Systemen oder die Nutzung der Uniserv Lösungen in verschiedenen Bereitstellungsformen: Sie profitieren von unserer ganzheitlichen MDM-Lösung bei all Ihren Projektzenarien.

DATENMIGRATION

Überführen Sie Ihre Migrationsdaten reibungslos und schnell in neue Systeme Ihrer IT-Infrastruktur. Gerade bei Mergers & Acquisitions und der damit einhergehenden Migration von CRM- und ERP-Systemen müssen einheitliche und konsolidierte Stammdaten für verschiedenste Geschäftsprozesse schnellstens wieder zur Verfügung stehen.

PROJEKTZIELE

- **Firmenübernahme**
- **Firmensplit**
- **Altdatenübernahme**
- **ERP-Migration**
- **Aufbau CRM-System**
- **Historisierung**

DATA WAREHOUSING

Verknüpfen Sie Daten aus mehreren Quellsystemen sicher, schnell und in beliebigem Format – und das auch wirklich unternehmensweit! Smart Customer MDM von Uniserv integriert dabei aber nicht nur die Daten, sondern sorgt gleichzeitig für Datenqualität. Denn nur mit einem hochwertigen Datenfundament sichern Sie Ihre Entscheidungen ab.

PROJEKTZIELE

- **Business Intelligence**
- **Performance Management**
 - z. B. Absatz-/Umsatzplanung
 - Bonitätsprüfung
 - Forderungsmanagement
 - u. a.

BRANCHEN- BENEFITS

Erfolgreiche nationale und internationale Unternehmen aller Branchen vertrauen auf die erprobten Methodiken, leistungsstarken Tools und erfahrenen Experten von Uniserv. Mit Smart Customer MDM realisieren Sie passgenau Ihre spezifischen Anforderungen und verfügen über Daten, wie Sie Ihre Branche fordert.



VERSICHERUNGEN

- Allumfassende Kundensicht über alle Versicherungssparten hinweg und damit aussagekräftige Kundendaten, aus denen hervorgeht, welche individuellen Versicherungen bereits bestehen
- Effiziente Policenverwaltung und optimale Beratung und Betreuung von Kunden
- Effektiver Datenaustausch zwischen externen Geschäftspartnern und internen Anwendungen nach Branchenstandards (ACORD)
- Erfolgreiche Umsetzung der Solvency-II-Regeln dank hoher Datenqualität



VERLAGE

- Eindeutige und vor allem zeitnahe Identifikation der Kunden über alle Kommunikations- und Vertriebskanäle hinweg
- Cross- und Up-Selling-Potenziale bei den Abonnenten erkennen
- Schnelle Reaktion auf Kundeninteressen
- Mit zielgenauen Marketing-Strategien Leser binden und Neukunden akquirieren



— FERTIGUNGSINDUSTRIE —

- Stets aktueller Überblick über Kundendaten, die ermöglichen, Kunden zum richtigen Zeitpunkt das richtige Produkt zu liefern
- Realisierung von Kostenersparnis für Einkäufer oder Beschaffungsleiter durch Durchsetzen von Mengenrabatten mit Lieferanten
- Kombination von Informationen aus Quellen wie beispielsweise Dun & Bradstreet oder Bureau van Dijk, ohne komplexes und langwieriges Integrationsprojekt
- Einhaltung von Richtlinien und Vorschriften wie Lebensmittel- und Arzneimittelsicherheit oder Transportvorgaben



— GESUNDHEITSWESEN —

- Einhaltung der Richtlinien der Europäischen Union, wie beispielsweise 2011/62/EU über gefälschte Arzneimittel, und komplette Übersicht über Ihre Lieferanten
- Genauer Überblick, wer welche Datensätze bearbeitet hat
- Golden Profile als zuverlässige Informationsquelle, die jederzeit Daten für vertiefte Analysen bereitstellt
- Verbesserung der Patientenversorgung durch Einbindung wichtiger Daten



— BANKEN & FINANZDIENSTLEISTER —

- Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und Umsetzung internationaler Rechnungslegungsvorschriften wie IFRS und Capital Requirements gemäß Basel III – mit verbindlichen und vertrauenswürdigen Daten
- Dank Identity Resolution effektive Betrugsabwehr und reibungsloser Abgleich gegen Embargo-Listen
- Umsetzung einer unternehmensweiten Data Governance
- Erfolgreiche Umsetzung personalisierter Kampagnen zur Neukundengewinnung



— AUTOMOBILINDUSTRIE —

- Differenzierte und personalisierte Kundenbetreuung, basierend auf den jeweiligen Präferenzen und Bedürfnissen
- 360° Customer View: Zusammenfassung von Informationen aus oft fragmentierten (Händler-) Managementsystemen
- Zusammenführung von Informationen aus diversen Quellen, um u. a. Aufschlüsse über Leasing-Unternehmen, Fahrer von Firmenautos und individuelle Fahrer zu gewinnen
- Transparenz aller Geschäftspartner- und Zuliefererdaten



— HANDEL —

- Durch 360° Customer Data View individuelle Sales- und Kontaktstrategien, die den Customer Lifetime Value erhöhen und das Markenerlebnis verstärken
- Effektiver Multi-, Omni- und Cross-Channel-Vertrieb
- Kunden auch über Social-Media-Kanäle und Mobile-Commerce-Angebote authentisch ansprechen
- Sicherstellung, dass alle Kunden, die keine Informationen von Ihnen wünschen, in allen Systemen abgebildet und somit Verbraucherpräferenzen beachtet werden



— ENERGIE UND VERSORGUNG —

- Eindeutige und zuverlässige Stammdaten, für beispielsweise die Kommunikation, Auswertungen oder die Entwicklung von neuen Tarifen oder Energie- und Mobilitätskonzepten
- Hoher Servicelevel durch genaue Kundenkenntnis
- Hohe Datenqualität auch bei Prozessen mit hohen Volumina wie komplexen Abrechnungs- oder Anbieterwechselprozessen
- Schnelle und flexible Reaktion auf Marktveränderungen

UNISERV GmbH

Rastatter Str. 13 · 75179 Pforzheim · Deutschland
T: +49 7231 936-0 · E: info@uniserv.com · W: www.uniserv.com

