

Target

acerta o alvo

arquivo Compaq

Cadeia de varejo adota arquitetura ZLE para melhorar o relacionamento com os clientes

Uma das maiores cadeias de varejo dos Estados Unidos, com operações em 48 estados norte-americanos, a Target Corporation está implementando um sistema revolucionário de CRM – *Customer Relationship Management* baseado na arquitetura ZLE – *Zero Latency Enterprise*, da Compaq, e em servidores *NonStop™ Himalaya* e banco de dados *NonStop™ SQL*, a plataforma de maior confiabilidade e escalabilidade do mercado.

O sistema, chamado *Guest Database*, integra todos os pontos de contato e bases de dados em uma única plataforma de negócios centrada no cliente. Ele reúne as informações provenientes das áreas de marketing, comércio eletrônico, serviços ao cliente e crédito entre outras, e as compartilha, em tempo real, entre toda a empresa.

Por exemplo: na estratégia de CRM da Target, se um cliente li-

gar para o *call center*, explicar sua dúvida ou problema e for transferido para outro setor da companhia, ele não precisará repetir o que disse para o primeiro atendente. Isso porque as informações que o cliente fornece serão registradas na *Guest Database*, e estarão sempre atualizadas e imediatamente disponíveis para o profissional ou aplicação que precisar delas.

Um sistema desse porte e complexidade necessita de uma plataforma com altos níveis de escalabilidade, disponibilidade e facilidade de gerenciamento. Mas, segundo Andrew Black, Diretor de Tecnologia da Informação para CRM da Target Corporation, o projeto foi mais além. “Nossa base de dados requeria uma solução que pudesse lidar com um volume de trabalho enorme e heterogêneo. E a Target queria que isso acontecesse de forma centralizada e em tempo real, proporcionando uma visão unificada do cliente e agregando valor

ao relacionamento no momento em que a interação ocorresse.”

Um dos primeiros clientes da Compaq a implementar uma plataforma *zero latency*, a Target está confiante nos resultados. “Com esse projeto em parceria com a Compaq, a Target está pulando uma geração no relacionamento com o cliente”, diz Black.

A proposta de uma estratégia *Zero Latency Enterprise*, termo criado pelo Gartner Group em 1998, é clara e direta: empresas capazes de agir rapidamente frente a novas informações possuem uma real vantagem competitiva. Se uma empresa tem consciência e controle sobre todos os eventos que acontecem dentro e em torno de seu ambiente de negócios, isso significa que ela pode vender mais produtos e serviços, reagir a novas oportunidades mais rapidamente, e proporcionar melhores serviços a seus clientes em todo o mundo.