

Condé Nast treibt Umsatzsteigerung durch verbesserte Analyse der Kundendaten voran

Der weltweit agierende Mediengigant bewältigt die Daten aus sozialen Medien und Big Data mit Informatica MDM

REDWOOD CITY und Frankfurt a. M., 26. September 2012. Informatica Corporation (Nasdaq: [INFA](#)), weltweit führender unabhängiger Anbieter von [Software zur Datenintegration](#), gab heute bekannt, dass Condé Nast seine unternehmensweite Analyse-Strategie mit [Informatica MDM](#) (Master Data Management) als Grundstein plant und bereits in Q1 die dazu erforderliche MDM-Produktsuite erworben hat. Condé Nast, eine der weltweit bekanntesten Verlagsgruppen, hat diese Analyse-Strategie aufgesetzt, um eine verlässliche, 360-Grad umfassende Sicht auf den einzelnen Abonnenten ihrer Medienmarken zu erreichen – sowohl in den Print- als auch in den Online-Medien.

Condé Nast ist mit Informatica MDM in der Lage, die Identität eines Kunden sowohl über interne Systeme wie auch über verschiedene soziale Medien hinweg abzugleichen, um so ein soziales Kundenmaster zu entwickeln. So kann das Unternehmen durch das bessere Verständnis seiner Abonnenten seinen [Return on Data](#) maximieren. Mit diesem Wissen wird Condé Nast die Reichweite, das Ausmaß und die Effektivität seiner Marketing-Kampagnen umwandeln, seine potenziellen Kunden beeinflussen und seine Kundenbasis vergrößern, um das Einkommenswachstum voran zu treiben.

Masterdaten, die mit Informatica MDM verwaltet werden, helfen verbesserte strategische Analysen über das ganze Unternehmen hinweg voranzutreiben – von der

Geschäftsführung bis hin zu den individuellen Mediamarken – und machen neue Key-Performance-Indikatoren für das Unternehmen möglich.

Condé Nast kann mit Informatica:

- *Verlässliche und genaue Daten liefern* – und damit sicherstellen, dass Daten, die für Geschäftsentscheidungen genutzt werden, maßgeblich, vertrauenswürdig und mit sozialen Daten angereichert sind, um bessere, informationsbasierte Entscheidungen zu treffen.
- *Die Wiederverwertung von Daten ermöglichen* – damit werden die Kosten, die für die Daten aufgewendet werden, reduziert, einfach indem die Daten-Regeln über verschiedene Datenquellen hin wiederverwendet werden.
- *Zugang zu mehr Daten* – Informatica liefert eine zentrale Quelle für vertrauenswürdige Daten, die sich aus vielen verschiedenen Datenquellen speist, die bislang zu klein oder zu teuer waren, um sie zu integrieren.
- *Big Data erfolgreich nutzen* – Nutzung von [Big Data](#) als Wettbewerbsvorteil, indem Hunderte von Millionen Quellenberichte durch die High Velocity Master Data Resolution-Funktionen konsolidiert werden. Condé Nast wird zukünftig Dateneffizienz mit hoher Leistung betreiben, und das bei geringen Kosten für die Computing-Infrastruktur, wie beispielsweise Hadoop.

Informatica MDM wertet Condé Nasts [Informatica Plattform](#)-Portfolio, das aus [Informatica PowerCenter](#) und [Informatica Data Quality](#) besteht, auf. Mit Blick nach vorn fasst Condé Nast die Zukunft von Big Data ins Auge, vor allem im Hinblick darauf, wie die Firma grundlegende Technologien wie beispielsweise [Informatica HParser](#), einsetzen kann, um auch weiterhin den Wert von Big Data, den Daten in sozialen Medien und komplexen Datentypen durch die Verarbeitung von Big Data erschließen zu können.

„Dem Wettbewerb immer eine Nasenlänge voraus zu sein, ist für Condé Nast ganz entscheidend“, erklärt Justin Glatz, Director of Business and Corporate Systems bei Condé Nast. “Informatica – angefangen von den Executives bis hin zu den

Entwicklungs- und Ingenieurteams – bringt Lösungen für die unmittelbaren Herausforderungen, denen wir uns rund um unsere Datenstrategie gegenüber sehen. Sie sind unsere strategischen Partner bei der Implementierung innovativer Management-Lösungen geworden, und zwar inklusive des brandneuen Informatica MDM 9.5, mit dem wir näher an die Leute herankommen, die unsere Marken schätzen. So können wir ihnen – indem wir uns weiterentwickeln – noch mehr Mehrwert bieten.”

„Die MDM-Implementierung bei Condé Nast wird definitiv Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen haben: Die Nutzer auf allen Ebenen erhalten genau die verlässliche und konsolidierte Information, die sie benötigen, um in einem sich schnell ändernden Marktumfeld wettbewerbsfähig zu bleiben”, ergänzt Dennis Moore, Senior Vice President und General Manager, MDM, bei Informatica. “Wir verstehen die Herausforderungen, denen sich Unternehmen wie Condé Nast gegenübersehen wie auch ihr Bedürfnis, näher am Kunden zu sein, um Mehrwert, mehr wettbewerbsfähige Produkte und Services dank besserer, hochwertigerer Daten liefern zu können. Informatica MDM 9.5 ist einzigartig darin, eine einzelne MDM-Lösung für verschiedene Masterdaten-Domains zu liefern und in der Fähigkeit, MDM zu Big Data und Social Data zu bringen, wie auch in die Cloud und in die Welt des mobilen Computing.”

Zusätzliche Links

- Anwenderbericht: [With Informatica Condé Nast Really Knows Its Customers](#)
- Video: [Condé Nast Really Knows Its Customers](#)
- Zusätzlich zu [Informatica MDM](#), nutzt Condé Nast auch [Informatica PowerCenter](#) und [Informatica Data Quality](#).

Über Condé Nast

Condé Nast ist eine der weltweit bekanntesten Medienmarken. In den Vereinigten Staaten bringt Condé Nast 18 Publikumszeitschriften, vier B2B-Publikationen, 27 Webseiten und mehr als 50 Apps für Handys und Tablet-PCs heraus, die alle in ihren jeweiligen Kategorien Maßstäbe für Exzellenz

setzen. Das Unternehmen besitzt außerdem Fairchild Fashion Media (FFM), dessen Markenportfolio als führende Quelle für News und Analysen für die Modegemeinschaft weltweit dient. Condé Nast hat mehr “National Magazine Awards” in den vergangenen zehn Jahren gewonnen als alle Mitbewerber zusammen. Weitere Informationen gibt es auf CondeNast.com oder auf Twitter [@CondeNastCorp](https://twitter.com/CondeNastCorp).

Über Informatica

Informatica (Nasdaq: INFA) ist der weltweit führende, unabhängige Anbieter von [Datenintegrationssoftware](#). Unternehmen auf der ganzen Welt verlassen sich auf Informatica, um durch die Maximierung des [Return on Data](#) entscheidende Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Weltweit vertrauen fast 5.000 Unternehmen auf Informatica, um vollumfänglich auf Datenbestände zurückzugreifen, die lokal, in der [Cloud](#) oder über alle sozialen Netzwerke verteilt vorliegen. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an +1 650-385-5000 (1-800-653-3871 in den USA.) oder besuchen Sie www.informatica.com. Informatica finden Sie auch auf: <http://www.facebook.com/InformaticaCorporation>, <http://www.linkedin.com/company/informatica> und <http://twitter.com/InformaticaCorp>.

Kontakte für die Presse:

Informatica GmbH

Daniela Dalkner

Head of Marketing Central Europe

Lyoner Strasse 15

60528 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0)69 92 88 09 - 150

Mobil: +49 (0) 171 764 43 72

ddalkner@informatica.com

<http://www.informatica.com/de>

Informatica Software Ltd.

Kristen Miller

Senior PR and AR Manager EMEA

Edisonbaan 14a

NL - 3439 MN Nieuwegein

Tel.: +31 (0) 30 – 6086725

Mobil: +31 (0) 6-53 75 2239

kmiller@informatica.com

<http://www.informatica.com/>

Bite Communications

Susanne Nguyen

Miriam Kurek

Cornelia Krannich

Flößergasse 4/Haus 2

81369 München

Tel. +49 (0)89 / 444 46 74 11

Tel. +49 (0)89 / 444 46 74 55

Fax +49 (0)89 / 444 46 74 79

E-Mail: [Informatica@](mailto:Informatica@bitecommunications.com)

bitecommunications.com