

УДК 658.5

## АНАЛИЗ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И АРХИТЕКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТСКИМИ ДАННЫМИ

Чиркина А. А. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – кандидат экономических наук Сажнева Л. П.

**Введение.** В современных условиях для эффективного управления клиентским опытом и оперативного сбора информации обо всех взаимодействиях с клиентом необходимо использовать различные информационные системы, а для удобства реализации этой задачи и анализа всех данных о клиенте для построения персонализированных предложений необходимо использовать платформу управления клиентскими данными - Customer Data Platform (CDP).

**Основная часть.** Платформа клиентских данных (CDP) — это программное обеспечение, которое позволяет интегрировать и систематизировать данные о клиентах из подключенных источников, таких как CRM, транзакционные системы, электронная почта, социальные сети.

Данные, хранящиеся в Customer Data Platform (CDP), могут использоваться другими информационными системами для анализа и управления взаимодействием с клиентами. Платформа реструктурирует данные, добавляет вычисленные значения, такие как тренды и оценки модели, и предоставляет результаты в форматах, принимаемых другими системами.

На сегодняшний день на рынке представлены множество платформ управления клиентскими данными, соответствующих разным категориям. Проведя их функциональный анализ, были выявлены 5 основных функций Customer Data Platform (CDP):

1. Получение данных;
2. Хранение;
3. Объединение данных;
4. Обработка данных;
5. Дистрибуция.

Customer Data Platform (CDP) работает с большими объемами данных, которые необходимо хранить в базах данных. 3 наиболее распространенных архитектуры баз данных, предлагаемых в Customer Data Platform (CDP):

- Архитектура реляционных баз данных;
- Архитектура базы данных с потоком событий;
- Архитектура базы данных профилей.

Для выбора наилучшего инструмента для коммерческой организации необходимо провести сравнительный анализ Customer Data Platform (CDP) на основе важнейших критериев использования и функционала платформы управления клиентскими данными. Проведен сравнительный анализ популярных на рынке платформ управления клиентскими данными.

**Выводы.** При выборе платформы управления клиентскими данными для коммерческой организации необходимо проводить сравнительный анализ с учетом функционала платформ управления клиентскими данными и архитектуры базы данных. На основе проведенного анализа коммерческим компаниям даются рекомендации по внедрению Customer Data Platform (CDP) INSIDER для повышения конкурентоспособности компании на рынке.

### Список использованных источников:

1. Understanding Customer Experience // Harvard Business Review – Ideas and Advice for Leaders: сайт. - 2007. - URL: <https://hbr.org/2007/02/understanding-customer-experience> (дата обращения 10.11.2022)

2. CDP – централизованное хранение данных о клиентах: зачем это вашему бизнесу? // VC.RU – бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы [Электронный ресурс]. – 2020.

3. Чиркина А. А., Сажнева Л. П. Цифровые технологии в управлении клиентским опытом как инструмент повышения лояльности клиентов. 2022

4. Чиркина А. А., Сажнева Л. П. Особенности внедрения информационной системы Customer Data Platform (CDP) в деятельность коммерческой компании для управления клиентским опытом. 2023