

Life Time Fitness: Mit Informatica erreichen Mitglieder ihre Fitnessziele



„Eines unserer wichtigsten strategischen Ziele lautet Customer Intimacy, d. h. unsere Kunden wirklich zu kennen. Dank Informatica und Microsoft können wir Daten aus sämtlichen Quellen nutzen. So lernen wir unsere Kunden besser kennen und können ihnen die Programme und Services bieten, die sie optimal dabei unterstützen, ihre Fitnessziele zu erreichen.“

– Brian Fisher, Director of Business Intelligence and Data Warehouse, Life Time Fitness

Wenn eine 45-jährige Läuferin das erste Mal einen 5-km-Lauf absolviert, ist das ein Grund zum Feiern. Doch genauso wichtig wie das Ziel ist der Weg dorthin. Das Unternehmen Life Time – The Healthy Way of Life Company – unterstützt seine Mitglieder dabei, Erfolge zu erzielen. Daher arbeiten die Mitarbeiter eng mit den Mitgliedern zusammen, damit diese ihre Ziele durch intelligentes Vorgehen, und nicht durch mehr Aufwand, erreichen. Der innovative, ganzheitliche Ansatz des Unternehmens für ein gesundes Leben und Gesundheit im Alter geht weit über das traditionelle Fitness-Studio hinaus. Im Lifestyle-Zentrum dreht sich alles um Fitness-Bereiche, persönliche Trainer, Gewichtsabnahme, Gesundheit und Ernährung. Dank der 121 Zentren in den USA und Kanada können Mitglieder von Life Time ein gesundes Leben führen, an organisierten Sportveranstaltungen teilnehmen und persönlichen Service genießen.

Life Time sichert sich durch einen hohen Grad an Kundennähe Wettbewerbsvorteile. Die Vision: Life Time möchte all seine Mitglieder durch Programme und Services, die genau auf deren persönliche

Ziele abgestimmt sind, bestmöglich unterstützen. Dazu muss Life Time seine Mitglieder sehr gut kennen und wissen, wie oft sie das Sportzentrum besuchen, welche zusätzlichen Angebote (wie Yoga und Radfahren) sie nutzen, welchen Smoothie sie am liebsten mögen, ob andere Familienmitglieder das Angebot ebenfalls nutzen usw.

Die effektive Verwaltung dieser Informationen begünstigt verschiedene betriebliche Abläufe, von der effizienten Vorgehensweise während Stoßzeiten bis zur Marktforschung, auf die sich das Unternehmen bei der Entscheidungsfindung stützen kann. Und hier wird es dann richtig interessant. Damit all dies möglich ist, benötigen die Marketing- und Vertriebsanalysten von Life Time ungehinderten Zugriff auf stets verfügbare, zuverlässige, kontextualisierte Daten samt Querverweisen aus allen relevanten Quellen. Das IT-Team von Life Time hatte die Aufgabe, diesen Anforderungen gerecht zu werden, was alles andere als einfach war.



Geschäftliche Anforderungen:

- Ein besseres Verständnis der Fitnessziele von Mitgliedern, um sie durch Beratung, Produkte, Services und Programme gezielt bei der Erreichung dieser Ziele zu unterstützen.

Herausforderungen bei der Datenverwaltung:

- Integration und Bereinigung von Kundendaten aus verschiedenen Anwendungen in der Cloud und On-Premise, aus Data Warehouses und Data Marts.
- Sicherstellung, dass Daten für Self-Service Analytics zur Verfügung stehen.
- Implementierung einer Architektur zur skalierbaren Datenverwaltung, die betrieblichen Anforderungen auf flexible Weise gerecht wird, so dass neue geschäftliche Anforderungen erfüllt werden können.

Lösungskomponenten:

- Informatica Cloud und Informatica PowerCenter, um Informationen aus Microsoft Data-Warehouse-Umgebungen, darunter Azure und Workday, mit Daten aus verschiedenen anderen Anwendungen, u. a. von Points-of-Sale, miteinander zu verknüpfen.

Lösung und Ergebnisse:

- Es sollen Kosteneinsparungen erreicht, Ineffizienz reduziert, der Zugriff auf relevante Daten erleichtert und die Customer Intimacy-Initiative von Life Time unterstützt werden, was sich in einer geplanten Umsatzsteigerung von 2 % niederschlägt.
- Dadurch können zielgerichtete CRM-Aktivitäten durchgeführt und die Kundentreue erhöht werden.

Die Lösung

Life Time nutzt Informatica PowerCenter schon seit langer Zeit und verlässt sich bei Bereinigung und Zugänglichkeit seiner Daten voll und ganz auf Informatica. Zudem verfolgt das Unternehmen seit einigen Jahren einen Cloud-First-Ansatz. Life Time hat sich an Informatica gewandt, um zu überlegen, wie es die neuen Herausforderungen hinsichtlich der Datenverwaltung meistern kann, darunter auch die optimale Integration von Kundendaten in der Cloud und On-Premise, wie diese Daten in Microsoft Azure verschoben werden können, wie betriebliche Anforderungen mithilfe von Skalierbarkeit erreicht werden können, wie Datenzugriff mit Self-Service-Funktionen möglich ist und wie dauerhafte Data Governance erreicht werden kann.

Informatica hat Life Time empfohlen, seine vorhandene Datenarchitektur durch Konnektoren für Informatica Cloud und Microsoft Azure SQL Data Warehouse auszubauen. Dadurch ist Life Time in der Lage, eine 360-Grad-Ansicht all seiner Mitglieder zu erstellen. Diese Ansicht umfasst für jedes einzelne Mitglied Informationen zu Programmen, Aktivitäten, Produkten, Abonnement, Mitgliedschaft, zu im Zentrum getätigten Käufen usw. Diese Informationen befinden sich sowohl in der Cloud als auch in On-Premise-Anwendungen (z. B. Mitgliedschaft, im Zentrum getätigte Käufe), in verschiedenen Data-Warehouse-Umgebungen (darunter

ein finanzielles Data Warehouse, das Enterprise Data Warehouse von Life Time und ein Data Warehouse mit universellen Daten, das auf Microsoft Azure beruht) sowie in zahlreichen Self-Service Data Marts. Da diese Umgebungen natürlich mehr oder weniger überlappen, müssen Kundeninformationen dynamisch und gut organisiert sein, damit sie genau dort zur Verfügung stehen, wo sie für die Gewinnung zuverlässiger Erkenntnisse erforderlich sind. Informatica hat sich dieser Herausforderung gestellt.

Hauptvorteile

- Da Life Time Fitness seine Mitglieder und ihre persönlichen Fitnessziele jetzt besser kennt, kann das Unternehmen ihnen maßgeschneiderte Programme und Services bieten.
- Zudem kann das Unternehmen schneller zuverlässige Marktprognosen erstellen, die auf schnelleren Umsätzen und Point-of-Sale-Analysen beruhen.
- Der Cloud-First-Ansatz sorgt für eine höhere Betriebseffizienz.
- Ressourcen von Informatica und Microsoft Azure für die skalierbare Datenverwaltung sorgen dafür, dass Life Time geschäftlichen Anforderungen gerecht wird.
- Mithilfe der benutzerfreundlichen Datenverwaltungstools von Informatica können Marketing- und Vertriebsanalysten Daten abrufen, bereinigen und organisieren, unabhängig von Datentyp und Datenquelle.

„Eines unserer wichtigsten strategischen Ziele lautet Customer Intimacy, d. h. unsere Kunden wirklich zu kennen“, so Brian Fisher, Director of Business Intelligence and Data Warehouse, Life Time Fitness. „Dank Informatica und Microsoft können wir Daten aus sämtlichen Quellen nutzen. So lernen wir unsere Kunden besser kennen und können ihnen die Programme und Services bieten, die sie optimal dabei unterstützen, ihre Fitnessziele zu erreichen.“

Informationen zu Life Time Fitness

Life Time ist ein Privatunternehmen, das sich auf Gesundheit und einen gesunden Lebenswandel spezialisiert hat und Mitgliedern einen persönlichen und wissenschaftlichen Ansatz für ein dauerhaft gesundes Leben bietet. Durch die Vielzahl hochwertiger Zentren, wahrer Wellness-Oasen, Sportveranstaltungen und Gesundheitsleistungen für Unternehmen unterstützt das Unternehmen Mitglieder dabei, ihre Ziele tagtäglich mithilfe qualifizierter Mitarbeiter und verschiedenster Gesundheitsuntersuchungen zu erreichen. Das Unternehmen betreibt 121 Zentren in 26 Bundesstaaten und 35 großen Märkten in den USA und Kanada, unter den Markennamen LIFE TIME FITNESS® und LIFE TIME ATHLETIC® (Stand: September 2016). Weitere Informationen finden Sie unter www.lifetimefitness.com.



Informatica ist zu 100 Prozent auf Data-Management fokussiert. Unternehmen benötigen datenbasierte Geschäftslösungen für die Cloud, für Big Data, Echtzeit- und Streaming-Anwendungen. Informatica ist der weltweit führende Anbieter von Datenverwaltungslösungen in der Cloud, On-Premise und in hybriden Umgebungen. Mehr als 7.000 Unternehmen vertrauen auf Informatica, um sich durch Daten Wettbewerbsvorteile zu verschaffen.

Worldwide Headquarters, 100 Cardinal Way, Redwood City, CA 94063, USA Telefon: +49 69 92 88 09 0 Fax: +49 69 92 88 09 500

Gebührenfrei in den USA: 1.800.653.3871. Bleiben Sie mit Informatica in Verbindung auf <https://www.facebook.com/InformaticaLLC>, <http://www.linkedin.com/company/informatica> und <http://twitter.com/Informatica>

© 2017 Informatica LLC. Alle Rechte vorbehalten. Informatica® und Put potential to work™ sind Marken oder eingetragene Marken von Informatica LLC in den USA und in anderen Ländern. Alle weiteren Firmen- und Produktbezeichnungen können Handelsnamen oder Marken sein.

IN05_0916_3227