



## ارایه خدمات داده محور



### ارایه خدمات داده محور



در دنیای امروز، داده‌ها به عنوان یکی از ارزشمندترین دارایی‌ها در سازمان‌ها، به ویژه در بانک‌ها و صنایع مختلف شناخته می‌شوند. به همین دلیل، حاکمیت داده و هوش تجاری (BI) به ابزارهای اصلی برای مدیریت مؤثر و بهینه‌سازی استفاده از این داده‌ها تبدیل شده‌اند. حاکمیت داده، مجموعه‌ای از رویه‌ها، سیاست‌ها و استانداردها است که به تعیین کیفیت، امنیت و قابلیت دسترسی به داده‌ها کمک می‌کند. این فرایند به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که به داده‌های قابل اعتماد و دقیق دسترسی پیدا کنند و آن‌ها را به نحو مؤثری مدیریت کنند. از سوی دیگر، هوش تجاری به فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها و تبدیل آن‌ها به اطلاعات مفید و بینش‌های قابل اجرا اشاره دارد. با استفاده از تکنیک‌های BI، بانک‌ها و سازمان‌ها می‌توانند الگوها و روندهای بازار را شناسایی کرده و تصمیم‌گیری‌های بهتری در زمینه‌های مختلف، از جمله مدیریت ریسک، برنامه‌های تبلیغاتی و خدمات مشتری اتخاذ کنند. ترکیب حاکمیت داده و هوش تجاری در بانک‌ها و سازمان‌ها نه تنها به بهبود کیفیت داده‌ها کمک می‌کند، بلکه به ایجاد یک محیط اطلاعاتی شفاف و مستحکم منجر می‌شود که در آن تصمیمات بر اساس اطلاعات دقیق و قابل اعتماد اتخاذ می‌شود. در این راستا، بانک‌ها و سازمان‌ها می‌توانند به مزیت‌های رقابتی دست یابند و خدمات بهتری را به مشتریان خود ارائه دهند.

### خدمات حاکمیت داده



#### انبار داده و هوش تجاری (Data warehouse & Business Intelligence)

انبار داده و هوش تجاری دو جزء کلیدی در مدیریت داده و تجزیه و تحلیل اطلاعات در سازمان‌ها هستند. انبار داده به عنوان یک سیستم مرکزی برای جمع‌آوری، ذخیره‌سازی و مدیریت داده‌ها از منابع مختلف تعریف می‌شود. این انبار به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که داده‌ها را به صورت یکپارچه تجزیه و تحلیل کرده و به اطلاعات مفید تبدیل کنند. هوش تجاری نیز به فرایند تحلیل داده‌ها و ارائه گزارش‌ها، داشبوردها و بینش‌های تجاری اشاره دارد که به تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و عملیاتی کمک می‌کند. هوش تجاری به عنوان مجموعه‌ای از تکنیک‌ها و ابزارها توصیف می‌شود که هدف آن تبدیل داده‌های خام به اطلاعات قابل فهم و قابل استفاده برای مدیریت سازمان است. در مجموع، انبار داده به جمع‌آوری و ذخیره‌سازی داده‌ها می‌پردازد، در حالی که هوش تجاری بر تحلیل و استفاده از این داده‌ها برای بهبود تصمیم‌گیری تمرکز دارد. این دو مفهوم به صورت متقابل برای ایجاد یک محیط اطلاعاتی قوی و مؤثر در سازمان‌ها عمل می‌کنند.

#### ذخیره سازی اطلاعات (Data storage)

ذخیره‌سازی داده‌ها و عملیات به فرآیندهای جمع‌آوری، ذخیره‌سازی و مدیریت داده‌ها در سازمان‌ها اشاره دارد. این فرآیند شامل طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های ذخیره‌سازی داده، مانند پایگاه‌های داده، انبارهای داده و سیستم‌های مدیریت داده است. در این فرآیند اهمیت ساختاردهی و امنیت داده‌ها در ذخیره‌سازی، به همراه کارایی در دسترسی به داده‌ها، مورد تأکید قرار گرفته است. عملیات بر روی داده‌ها شامل پردازش، تحلیل و بازیابی اطلاعات می‌باشد که به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا از داده‌های خود به بهترین شکل استفاده کنند و تصمیمات بهینه‌تری اتخاذ نمایند.

## یکپارچه سازی اطلاعات (Data Integration)



فرآیند یکپارچه سازی اطلاعات به یک فرآیند کلیدی در مدیریت داده اشاره دارد که شامل سه مرحله اصلی است:

**استخراج:** در این مرحله، داده‌ها از منابع مختلف جمع‌آوری می‌شوند. این منابع می‌توانند پایگاه‌های داده، فایل‌های متنی، APIها و سایر سیستم‌ها باشند. هدف این مرحله، جمع‌آوری داده‌های خام از سیستم‌های مختلف به صورت مؤثر است.

**تبدیل:** در این مرحله، داده‌های استخراج‌شده به فرمت و ساختاری مناسب برای تحلیل تبدیل می‌شوند. این شامل تمیز کردن داده‌ها، استانداردسازی، انجام محاسبات و تغییر فرمت‌ها به منظور یکپارچگی و صحت داده‌ها است.

**بارگذاری:** در مرحله آخر، داده‌های تحول‌یافته به یک پایگاه داده جدید، انبار داده یا سیستم تحلیل داده بارگذاری می‌شوند. این مرحله باید به گونه‌ای انجام گیرد که داده‌ها به راحتی در دسترس کاربران و سیستم‌ها برای تجزیه و تحلیل قرار گیرند.

## مدیریت داده های مرجع (Master & Reference data management)



مدیریت داده‌های مرجع (MDM) به ارائه یک دیدگاه واحد و قابل اعتماد از داده‌های کلیدی سازمان، مانند مشتریان، محصولات و تأمین‌کنندگان اشاره دارد. MDM شامل مجموعه‌ای از فرایندها، سیاست‌ها و تکنیک‌ها است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا داده‌های اصلی خود را شناسایی، مدیریت و یکپارچه‌سازی کنند.

هدف از MDM این است که اطمینان حاصل کند که داده‌های کلیدی سازمان نه تنها دقت و کیفیت بالایی دارند، بلکه به طور یکنواخت در سراسر سیستم‌ها و کاربردهای سازمان استفاده می‌شوند. با پیاده‌سازی MDM، سازمان‌ها می‌توانند از مشکلاتی مانند دوگانگی داده، عدم تناقض و کاهش کیفیت اطلاعات جلوگیری کنند، که خود موجب بهبود تصمیم‌گیری و افزایش کارایی تجاری می‌شود.

بهترین شیوه‌ها در MDM شامل تعیین مالک داده‌ها، استفاده از ابزارهای مناسب و ایجاد فرآیندهای مستند برای مدیریت و به‌روزرسانی داده‌های کلیدی هستند. MDM به‌عنوان یک مؤلفه حیاتی در استراتژی کلی مدیریت داده، نقش مهمی در بهینه‌سازی عملیات و ارتقاء کیفیت داده‌ها در سازمان ایفا می‌کند.

## محصولات داده محور



### سیستم مبارزه با پولشویی

سیستم مبارزه با پولشویی بانکی (Anti-Money Laundering یا AML) به مجموعه‌ای از سیاست‌ها، رویه‌ها و فرایندها در بانک‌ها و موسسات مالی اطلاق می‌شود که به منظور شناسایی، جلوگیری و گزارش فعالیت‌های مشکوک و غیرقانونی مرتبط با پولشویی طراحی شده‌اند.

این سیستم‌ها شامل استفاده از فناوری‌های پیشرفته و نرم‌افزارهای خاص برای تجزیه و تحلیل داده‌های تراکنش‌ها، شناسایی الگوهای غیرمعمول و مدیریت ریسک‌های مرتبط با مشتریان می‌باشد. بانک‌ها موظفند تا به دقت هویت مشتریان خود را (از طریق فرآیندهای شناسایی مشتری) تأیید کنند و فعالیت‌های مشکوک را به مراجع مربوطه گزارش دهند. ابزارهای AML به بانک‌ها کمک می‌کنند تا با رصد تراکنش‌ها و فعالیت‌ها، از سوءاستفاده‌های مالی جلوگیری کنند و در عین حال به رعایت قوانین و مقررات محلی و بین‌المللی کمک نمایند. با تقویت سیستم مبارزه با پولشویی، بانک‌ها می‌توانند اعتبار و شفافیت بیشتری را در بازارهای مالی حفظ کرده و به مبارزه با جرایم مالی کمک کنند.

### سیستم تشخیص تخلف

سیستم تشخیص تخلف بانکی یک سامانه هوشمند است که با استفاده از الگوریتم‌های داده‌کاوی، یادگیری ماشین یا قوانین مشخص، تراکنش‌های مالی مشتریان را بررسی می‌کند تا فعالیت‌های مشکوک مانند پولشویی، تقلب، یا سوءاستفاده از حساب‌ها را شناسایی کند. این سیستم با تحلیل الگوهای رفتاری، مقایسه با سوابق گذشته و اعمال قوانین نظارتی، تخلفات احتمالی را شناسایی و به مدیران هشدار می‌دهد.

### سیستم رخنای مشتری

سیستم رخنای مشتری (Customer View 360) در بانکداری، یک نمای جامع و یکپارچه از اطلاعات مشتری در سراسر بانک ارائه می‌دهد. این سیستم با جمع‌آوری داده‌های مربوط به حساب‌ها، وام‌ها، تراکنش‌ها، تماس‌ها، شکایات و سایر تعاملات مشتری، به بانک امکان می‌دهد تا شناخت دقیق‌تری از نیازها، رفتارها و ترجیحات مشتری داشته باشد. هدف این سیستم بهبود خدمات، افزایش رضایت مشتری و تقویت فروش خدمات بانکی است.

### سیستم هوش تجاری بانکی

سیستم هوش تجاری بانکی (Banking Business Intelligence) ابزاری تحلیلی است که داده‌های مختلف بانکی را جمع‌آوری، پردازش و تحلیل می‌کند تا گزارش‌ها، داشبوردها و بینش‌های کاربردی برای مدیران و تصمیم‌گیران فراهم کند. این سیستم به بانک‌ها کمک می‌کند تا عملکرد مالی، رفتار مشتریان، روند بازار و ریسک‌ها را بهتر درک کرده و تصمیمات هوشمندانه‌تری بگیرند.

AML

