

GUTE DATEN, SCHLECHTE DATEN

DAS ASSET FÜR DEN UNTERNEHMENSERFOLG

Daten gelten als das neue Öl. Doch um ihr Potenzial ausschöpfen zu können, müssen sie qualitativ hochwertig sein und korrekt genutzt werden. Das betrifft auch die Stammdaten. Denn sie enthalten Grundinformationen über betrieblich relevante Objekte wie Produkte, Dienstleistungen, Lieferanten, Kunden sowie Personal und werden zur laufenden Verarbeitung in Geschäftsprozessen benötigt. Stammdaten im Rahmen eines Master Data Managements (MDM) entsprechend zu organisieren, ist daher für jedes Unternehmen essenziell.

Häufig aber wird das MDM unprofessionell betrieben. Unternehmen halten Stammdaten in verschiedenen Quellen redundant vor, zum Beispiel im ERP- und im CRM-System sowie zusätzlich bei einigen Mitarbeitern lokal. Zudem werden

die Daten oft manuell mit Programmen wie Microsoft Excel gepflegt. Das kann schnell zu Inkonsistenzen führen, wenn Änderungen an nur einer Stelle vorgenommen werden – erfolgen sie indes systemübergreifend, ist damit ein erheblicher Aufwand verbunden. Zudem verlieren Unternehmen den Überblick, welche Daten aktuell sind und ob beziehungsweise wo Änderungen, etwa bei Familienstand, Adresse oder Rechtsform, bereits erfasst wurden. Nicht zuletzt gelangen Daten durch Tippfehler oder Betrugsversuch fehlerhaft ins System. Die Folgen: Die Kosten für Datenhaltung und Datenpflege explodieren. Gleichzeitig führen fehlerhafte Prozesse zu Beschwerden und Korrekturen, zu Retouren, einer sinkenden Conversion Rate und so weiter. Allein die Vernachlässigung der Adressqualität kostet nach einer Faustregel 100 Euro pro Datensatz.

Konzept und Software – ein unschlagbares Team

Professionelles MDM wirkt dem entgegen. Wichtig ist eine Vorgehensweise, die strategische Planungen, die Organisation sowie die Wahl einer geeigneten Methodologie und Technologie einschließt. Grundsätzlich sollten Stammdaten immer nur in einem System hinterlegt werden – Stichwort Golden Record. In Bezug auf bereits vorhandene Daten ist zunächst eine Überprüfung und Bereinigung zu empfehlen. Anschließend gilt es sicherzustellen, dass nur korrekte Daten ins System gelangen. Zeitgemäße Cloud-Services wie von Melissa leisten hierbei gute Dienste. So lässt sich Datenvalidierungssoftware in Shopssysteme einbinden. Dort prüft die Lösung in Echtzeit eingegebene Adressdaten rund um den Globus und kontrolliert auch weitere Daten auf Plausibilität. Ob Titel,

Name, Straße, Postleitzahl, E-Mail-Adresse, Telefonnummer oder IP-Lokalisierung – sämtliche Bestandteile eines Kontaktes können verifiziert, ihre Schreibweise geprüft und Alternativen zur Vervollständigung angeboten werden. Eine Autovervollständigung sorgt darüber hinaus für Benutzerfreundlichkeit, denn nach Eingabe einiger Buchstaben durch den User werden ihm passende Vorschläge angezeigt, unter denen er lediglich noch auszuwählen braucht. Dadurch halbieren sich die Tastenanschläge und das Risiko einer fehlerhaften Eingabe.

So wird es für Unternehmen ein Leichtes, die Qualität ihrer Stammdaten zu sichern, Kosten für fehlerhafte Daten zu vermeiden und eine zuverlässige Basis für Prozesseffizienz zu schaffen. Denn mit den korrekten Daten und dem passenden Konzept ist eine optimale Zielgruppenansprache möglich und Marketingaktionen führen zu besseren Ergebnissen. Etwaige Sendungen erreichen die Kunden innerhalb kürzester Zeit. Dies wirkt sich positiv auf die Kundenzufriedenheit aus. Kurz: Stammdaten werden so zu einem Asset für den Unternehmenserfolg.

Bud Walker



MIT DEN KORREKTEN DATEN UND DEM PASSENDEN KONZEPT IST EINE OPTIMALE ZIELGRUPPENANSPRACHE MÖGLICH UND MARKETINGAKTIONEN FÜHREN ZU BESSEREN ERGEBNISSEN.

Bud Walker, Vice President
of Enterprise Sales & Strategy, Melissa,
www.melissa.de

