CASE STUDY

melissa

MetaBank

Wie die MetaBank Prepaid-Kartenbetrug mit der Data Quality Suite verhindert

Jede Bank muss unbedingt die genaue Identität aller ihrer Kunden kennen.

Die Bundesvorschriften zur Betrugsbekämpfung und die Regelungen zum Thema Geldwäsche verlangen es und ein guter Kundenservice lebt davon. Aber wenn eine Bank nicht nur ihre eigenen Privatkunden hat, sondern auch Hunderte von Organisationen mit eigenen Kunden, ist die Herausforderung exponentiell größer.

Das war bei der MetaBank der Fall, einer Sparkasse mit mehreren Filialen im Westen der USA. Das Besondere an der MetaBank ist der Geschäftsbereich Meta Payment Systems, der Millionen individuelle Prepaid-Zahlungskarten – darunter Geschenk-, Incentive-, Reise-, Gehaltsabrechnungs- und Wiederaufladekarten sowie Bankdienstleistungen – für Hunderte von Karten ausgebenden Unternehmen und Anbietern bereitstellt. Außerdem garantiert das Unternehmen Steuerrückerstattungsdarlehen, die ebenfalls der Kontrolle des Bundes unterliegen.

DIE ÜBERPRÜFUNG DER IDENTITÄT VON PREPAID-KARTENNUTZERN WAR EINE HERAUSFORDERUNG

Wie akut ist die Herausforderung von Meta Payment Systems an die Kundenidentität und Datenqualität?

Sagen wir es so: Jeden Tag erhält das Unternehmen bis zu 30 Millionen individuelle Kundendatensätze, die direkt in seine Datenbanksysteme fließen.

„Von unseren vielen Prepaid-Karten-Kunden, mit denen wir Daten austauschen, haben alle unterschiedliche Datensysteme und unterschiedliche Datenqualitätsstandards“, sagt Ron Van Zanten, Senior Vice President von Data Systems & Business Intelligence bei Meta Payment Systems. „Wir importieren alle ihre Informationen – Namen, Adressen, Telefonnummern und Geolokationen – in unsere Datenbanken und müssen diese Daten in einen Zustand bringen, in dem sie ordnungsgemäß verwendet werden können.“

Aber das Unternehmen hatte es mit unterschiedlichen Datenformaten, unvollständigen Datensätzen und nicht standardisierten Adressen zu tun, die von diesen Firmenkunden stammen. Infolgedessen waren Datenbankabfragen oft ungenau. Doppelt angelegte Kunden erhielten doppelt Briefe, was sowohl für den Kundenservice als auch für die Kundenbetreuung eine Belastung darstellte. Zudem war es aufgrund der uneinheitlichen Standortinformationen schwer, Betrüger zu identifizieren, die zum Beispiel mehrere Karten für ein und dieselbe Person an verschiedenen Adressen anforderten.

EINSATZ DER DATENQUALITÄTSLÖSUNGEN VON MELISSA

Für die Bereinigung und Verifizierung von Informationen wandte sich Meta an den Anbieter von Datenqualitätslösungen Melissa und seine Data Quality Suite. Die Suite validiert, verifiziert, korrigiert und reichert die Kontaktdaten (Name, Adresse, Telefon und E-Mail) in Echtzeit an, so wie sie direkt in die Datenbanken von Meta Payment aus einer Vielzahl von Firmenkunden und Kartenherausgebern einfließen.

„Wenn wir keinen Geocode von einem früheren Lauf erhalten haben, sind wir jetzt in der Lage einen zu beziehen, der auf Aktualisierungen von Adressen basiert, die wir an den neuen Datensatz anhängen können", sagt Mark Lanners, Metas Director für Data Management. „Sobald die Daten von Melissa standardisiert sind, werden sie entweder für die Produkte des Kunden, die Geschäftsberichte oder andere Meta-Payments-Bereiche nachgelagert verwendet."

„Die Quintessenz ist, dass wir jetzt mehrere Quellen der Wahrheit haben", sagt er.

Die Data Quality Suite von Melissa, die on premise oder als Cloud-Lösung in SQL Microsoft SQL Server Integration Services (SSIS)* verfügbar ist, umfasst folgende Komponenten, die in Echtzeit oder Batch-Echtzeit einzeln oder miteinander zusammenarbeiten:

• **Global Contact Verify** – bereinigt, verifiziert und standardisiert US-amerikanische und globale Personendaten – Name, Adresse, E-Mail und Telefon – um sicherzustellen, dass die Kontaktdaten korrekt und vertrauenswürdig sind.

• **Personator®** – nutzt eine Mehrfachquellen-Datenbank mit Milliarden von Datensätzen für die Identitätsprüfung in Echtzeit, aktualisiert Adressen von Kontakten, die umgezogen sind, und reichert Datensätze mit Ortsangaben (Breitenrad/Längengrad) und wertvollen demographischen Daten an, damit Sie Ihre Kunden kennen.

• **MatchUp®** – nutzt fortschrittliche Fuzzy-Matching -Algorithmen und tiefes Domänenwissen, um Datensätze zu deduplizieren, Hinterbliebenenregeln anzuwenden und Beziehungen innerhalb von Haushalten, Unternehmen und Konten aufzudecken.

• **Profiling** – bewertet die Qualität großer Datenmengen, um Datenbereiche, Formate, Muster und Beziehungen innerhalb der Daten selbst besser zu verstehen, Geschäftsregeln durchzusetzen und Überstunden zu überwachen, um kontinuierliche Verbesserungen zu erzielen.

• **Generalized Cleansing** – bereinigt Datentypen (z. B. Kunde, Produkt, Finanzen) von Formatfehlern und Inkonsistenzen, wodurch Vorformatierung und Vorverarbeitung überflüssig werden.

• **SmartMover™** – gleicht Kundendatensätze mit 48-monatigen NCOA^Link®- und/oder Canada Post NCOA®-Datenbanken ab, um die Adressen der umgezogenen Kunden zu aktualisieren. Außerdem erfüllt er die USPS®-Move-Update-Anforderung für vorsortierte Mailing-Rabatte.

VORSCHRIFTEN UND KUNDENDIENST ERFÜLLT

Van Zanten und Lanners sagten, dass die Implementierung der Melissas Data Quality Suite mit Metas relationalen Datenbankmanagementsystem Microsoft® SQL Server® nahtlos erfolgte, was das Leben auch für die Dateningenieure des Unternehmens vereinfacht hat.

Heute hat Meta Payment Systems eine 360-Grad-Sicht auf alle seine Kunden, einschließlich der Millionen von Firmenkartenherausgebern und -anbietern. Dies ermöglicht es dem Unternehmen, den Kundenservice zu verbessern, die Kundenprofitabilität zu bewerten und Up-Selling-Möglichkeiten vorzuschlagen. Was Betrug betrifft, so sind falsch positive Ergebnisse praktisch ausgeschlossen.

Für die Zukunft plant Meta, Melissas globale Adressüberprüfungsdienste zu ergänzen, die entscheidend für die Erfüllung der verschiedenen Know-Your-Customer-Compliance-Vorschriften in mehreren Ländern sind.

„Ich glaube, dass Melissa uns geholfen hat, nicht nur die Datenqualität zu verbessern, sondern auch unsere Erfahrung für Endanwender", so Lanners. „Wir sind jetzt in der Lage, alles zu erkennen, von Betrug bis hin zu fehlenden Daten, und ermöglichen es unseren Kunden, ihre Karten sicher zu verwenden." „Und was noch wichtiger ist, wie jeder Data Engineer weiß, saubere Daten unterm Strich zu haben", fügt Lanners hinzu.

* Die Data Quality Suite ist auch on premise, als Multiplattform-APIs und Cloud-Services für Echtzeit- und Batchverarbeitung verfügbar.

Über Melissa:

Melissa ist ein führender Anbieter von Datenqualitäts- und Adressmanagementlösungen. Melissa unterstützt Unternehmen bei der Kundengewinnung und -bindung, bei der Validierung und Erweiterung von Daten, bei der Optimierung des Marketing-ROIs sowie bei der Kostenersparnis im Bereich Porto und Postbearbeitung. Seit 1985 ist Melissa Data für Unternehmen wie die Mercury Versicherung, Xerox, Disney, AAA und Nestlé ein zuverlässiger Partner bei der Verbesserung der Kundenkommunikation. Weitere Informationen und kostenlose Testversionen unter: www.melissa.de oder telefonisch unter +49 (0)30 7978 8829.