



„Die kundengerechte Zusammenführung bzw. Bereinigung ermöglicht uns eine genauere Erkennung von Dubletten im Hinblick auf die Geschäftsziele.“

-David Cass,
Präsident und Geschäftsführer von Cass, Inc.

Datenverarbeitungsdienstleister entdeckt „Match“ für den Einsatz bei Kunden

Unternehmen

Cass, Inc.

Branche

Datenverarbeitungsservice

Die in Acton im US-Bundesstaat Massachusetts ansässige Cass, Inc. bietet seit 1986 kompletten Datenservice für Data-Mining und Unternehmen im Direktmarketing. Ihre Dienstleistungen beinhalten alle Aspekte der Datenaufbereitung, die für Direktmarketing, Fundraising und CRM-Initiativen benötigt werden. Zu den Kunden zählen beispielsweise die Universität von Michigan, Compaq, General Motors und Fidelity.

Herausforderung

Bereits 1991 hatte Cass, Inc. bei Branchenkennern den Ruf, auch komplexe geschäftliche Herausforderungen zu meistern. Dazu gehörte unter anderem das Erkennen und Entfernen von Duplikaten. Das Unternehmen suchte dafür eine Lösung, die dahingehend anzupassen war, wie die Daten ihrer Kunden zusammenführt und bereinigt würden.

Im Dezember 1991 implementierte Cass, Inc. Melissa Datas Lösung MatchUp®. MatchUp ist ein extrem schnelles und leistungsstarkes Tool, das in andere Anwendungen integriert werden kann, um Duplikate zu eliminieren.

Lösung

MatchUp

Nutzen

- » Reduzierung der durch Duplikate entstehenden Kosten
- » Steigerung der Antwortquote
- » Langfristiges Aufrechterhalten einer produktiven, leistungsfähigen Datenbank
- » Zeitersparnis und Reduzieren von Fehlern

Über Cass

Cass, Inc. bietet getreu dem Slogan „Making Data Work“ seit 1986 Dienstleistungen für Beratungsunternehmen, Werbeagenturen, Projektmanager und Service-Broker bei Datenmanagementprojekten an. Durch Nutzung maßgeschneiderter Datenmanagementsoftware und handelsüblicher Produkte liefert Cass bei komplexen Daten beste Lösungen.

Melissa Data GmbH
Düppelstr. 31
12163 Berlin
Deutschland

Telefon
+49 (0) 30 79788829
Telefax
+49 (0) 30 79789181

www.melissadata.com/de/

Ergebnisse

Das Unternehmen stellte schnell fest, dass das Tool ein Multitalent ist. Durch die langfristige Führung einer leistungsfähigen Datenbank reduziert es die Druckkosten und erhöht die Antwortquoten.

„MatchUp ist eines der wichtigsten Tools, mit dem wir unseren Kunden hochwertige Ergebnisse bieten können“, sagt David Cass, Präsident und Geschäftsführer von Cass, Inc.

Cass berichtet, dass ein typisches Projekt eine endgültige Mailing-Datei mit fünf Millionen Namen beinhaltet. MatchUp wird zunächst für den Import und das Zusammenführen der Kundenlisten verwendet. MatchUp importiert zuerst 30 bis 50 umfassende Eingangslisten mit verschiedenen Formaten und Feld-Layouts, um sie anschließend zusammenzuführen. Während des Prozesses können Namen durch das Ändern der Zuordnung von Anrede, Vorname(n), Nachname und Titel zu oder von einem Feld verbunden oder geteilt werden. Das Gleiche gilt für Orts-, Bundesland- und Postleitzahl-Komponenten sowie andere Datenfelder.

Ohne die Funktion zum Zusammenführen der Daten von MatchUp würde es wesentlich mehr Zeit in Anspruch nehmen, alle Listen in einem Projekt zusammenzufassen, sagt Cass. Zu diesem Zeitpunkt sind Duplikate innerhalb und zwischen den Quelllisten auf Basis maßgeschneiderter Kriterien gemäß den Geschäftsanforderungen eliminiert. Während eines einzigen Zusammenführungs- bzw. Bereinigungsvorgangs können mehrere Kriterien verwendet werden, inklusive der Entfernung von Namen, sofern sie einem Einzelkriterium entsprechen. Gleichzeitig wählt das System auf Grundlage programmierbarer Kriterien, durch die ein Quelltext einem anderen vorgezogen werden kann, welcher Datensatz ausgegeben wird.

Cass stellt fest: „Die kundengerechte Zusammenführung bzw. Bereinigung ermöglicht uns eine genauere Erkennung von Dubletten im Hinblick auf die Geschäftsziele.“

Die aktuelle Kundendatei wird als Ausschlusskriterium für die neuen Daten verwendet. Je nach den Anforderungen kann dieser Prozess laut Cass wahlweise während der der De-Duplizierung vorgenommen oder als einzelner Schritt ausgeführt werden.

Nachdem die Datensätze auf eine geeignete postalische Mailingdatei reduziert worden sind, können sie nach dem Zufallsprinzip auf Basis von Codes und/oder Geografie ausgewählt werden. Mit diesen können Testfälle erstellt werden, anhand derer der Kunde verschiedene Szenarien prüfen kann. Um die Antwortrückverfolgung zu ermöglichen, sind die Datensätze mit spezifischen Identifikationsnummern und Quelltext-Indikatoren versehen. Die Daten werden dann in das für das Mailing erforderliche Dateiformat und Feldlayout exportiert.

Um künftige Kauf-Analysen zu ermöglichen, bietet MatchUp eine umfassende Reihe von Berichten, die Mehrfach-Käufer und Überschneidungen aufzeigen.

„Die Berichte haben es uns ermöglicht, Überschneidungen zu identifizieren, sodass günstigere Listen mit denselben Eigenschaften verwendet werden können“, verrät Cass.

Auf die Frage, welche Funktionen von MatchUp Cass die wichtigsten sind, antwortet er: „Ohne die Funktion zum Zusammenführen würde es viel länger dauern, alle Listen in einem Projekt zu vereinen. Zudem reduzieren wir mit der gezielten Dubletten-Entfernung die Porto- und Druckkosten erheblich.“

Über Melissa Data

Melissa Data ist ein führender Anbieter von Datenqualitäts- und Mailinglösungen. Melissa Data unterstützt Unternehmen bei der Kundengewinnung und -bindung, bei der Validierung und Erweiterung von Daten, beim Optimieren des Marketing-ROIs sowie beim Kosten sparen im Bereich Porto und Postbearbeitung. Seit 1985 ist Melissa Data für Unternehmen wie die Mercury Versicherung, Xerox, Disney, AAA und Nestle ein zuverlässiger Partner bei der Verbesserung der Kundenkommunikation.

Melissa Data GmbH
Düppelstr. 31
12163 Berlin
Deutschland

Telefon
+49 (0) 30 79788829
Telefax
+49 (0) 3079789181

www.melissadata.com/de/