

M&L Daten und Bestände

Datenbank-Qualitätsmanagement

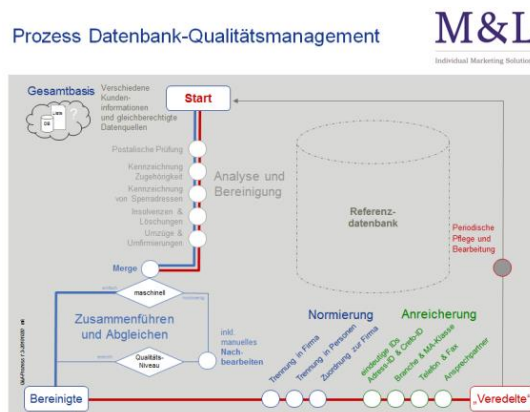
Ausgangssituation:

- Ihre Kundeninformationen liegen in verschiedenen gleichberechtigten oder verschiedenen Quellen und Formaten vor
- Ihre Herausforderung besteht darin, diese Adressquellen miteinander zu vereinen (Kundenabgleich) und einen gesamtheitlichen Kundenbestand zur Verfügung zu stellen
- Weitere wichtige Informationen und Bewertungsmerkmale zu den Kunden fehlen
- Zur Pflege Ihrer Kundendatenbeständen fehlt Ihnen die Information, ob ein Unternehmen umfirmiert hat, umgezogen ist oder ob es vielleicht insolvent ist
- Sie wollen wissen, ob und wie die Unternehmen gewachsen sind (Steigerung der Mitarbeiteranzahl oder des Unternehmensumsatzes), um zu entscheiden wie die Vertriebsaktivitäten zu steuern sind
- Sie verfügen über keinen zyklischen Abgleich Ihres Kundenbestands mit einer Referenzquelle und verschonen so wichtige Vertriebschancen, Rest- oder Neukundenpotenziale sind für den Vertrieb nicht sichtbar

M&L Lösungen:

- Verschmelzung von Kundendatenbeständen und gleichzeitigem Abgleich gegen eine hochaktuelle Referenzdatenbank
- Aufspaltung in Unternehmensstandorte und Personen am Arbeitsplatz
- Zyklische Vervollständigung der Anschriften, Hinzufügen von Merkmalen und kartographische Darstellung
- Datenqualitätsgutachten und Beschreibung der Schnittstellen für Importe in ein CRM-System
- Übertragung in „Vergleichbare Zielbranchen“ und Ermittlung der eigenen Marktposition
- Neupotenzialkunden nach Best-Practice-Ansätzen

Vorgehen:



Nutzen:

- **Kostenreduktion** durch eine aktualisierte Datenhaltung ohne Redundanzen. Ihr Kundenbestand kann „veredelt“ in die eigenen Systeme zurückgeführt werden, es besteht nur ein Zielsystem mit Quellennachweisen. Die Minimierung von Fehl- und Altadressen in Ihren Mailing- und Akquisemaßnahmen vermeidet zusätzlich Streuverluste.
- **Umsatzsteigerung** durch vollständige und qualitative Kenntnis des Zielmarktes, genauere Vertriebssteuerung durch adressierbares Potenzial inkl. Identifizierung von Rest- oder Neukundenpotenzialen (optional auch deren Beschaffung).
- Durch Normierung und Anreicherung Ihrer Kundendaten gewinnen Sie neue Sichtweisen zur zielgenauen Steuerung von Cross- und Upselling-Aktivitäten.
- Zielgenaue Ausrichtung des Vertriebs durch valide Bestandsdaten und aktuellen Neukundenpotenzialen