

Datenanreicherung/Adressenqualifizierung

Die optimale Aufbereitung und Bereinigung sind Voraussetzungen für den erfolgreichen Einsatz Ihrer Adressen. Die Pflege Ihrer Anschriften zur postalisch korrekten Schreibweise ist bereits eine gesunde Basis. Doch auch die Eliminierung von Werbeungeeigneten und das Herausfiltern von Robinsons sind Faktoren, die die Qualität Ihrer Adressdatei steigern. Bereits im Vorfeld Ihrer Versandaktionen helfen wir Ihnen, die Retouren zu reduzieren. Wir informieren Sie über die neuen Privatanschriften Ihrer umgezogenen Kunden. Selbstverständlich müssen auch Business-Adressen ständig gepflegt werden. Wir aktualisieren Ihre Daten mit Hilfe der DLZ Deutsche Leitzahl oder reichern Ihre Adressen z . B. mit Telefonnummer, Fax-Nummer, Branchen-Codes etc.

Vorgehensweise bei der Qualifizierung, Ergänzung und Pflege des Kundenbestandes

1. Zielsetzung

1.1

- Die Verbesserung der Basisqualität Ihres Kundendatenbestandes durch
- Überprüfung und ggf. Korrektur der Anschrift und des Firmennamens (inkl. offizieller Schreibweise).
- Reduzierung des Dublettenanteils.
- Eliminierung werbeungeeigneter Anschriften (Unzustellbare, "Tote", etc.).

1.2 Die Erhöhung der Aussagefähigkeit und damit des Wertes Ihres Kundendatenbestandes durch die Anreicherung mit zusätzlichen Profilinformatoren, z. B.:

- Marketing-, Vertriebs- und Wirtschaftsinformationen
- Branche gem. WZ - Code 93 (Wirtschaftszweig des statistischen Bundesamtes)
- Ansprechpartner der 1ten und 2ten Führungsebene
- Kommunikationsdaten
- Beschäftigte, Umsatz, Kapital, Rechtsform
- Negativmerkmalen (Insolvenzen, Geschäftsaufösungen, etc.)

1.3 Der so angereicherte Datenbestand unterstützt mehrere Unternehmensbereiche Ihres Hauses u.a.:

- Die kfm. Leitung - bei der Sicherstellung der Datenqualität und der Optimierung der Basis für Struktur-Analysen
- Die Buchhaltung - bei der Vereinfachung d. Prozesse zur Auskunfteihinholung v. Creditreform, Vermeidung v. Mehrfach-Kd-Nr.
- Den Vertrieb - bei der Erkennung interessanter Einzelkontakte, z. B. beim Wechsel von Entscheidungsträgern oder der Neueröffnung von Betrieben, Vermeidung von Streuverlusten bei Werbemaßnahmen
- Das Marketing - bei der Ermittlung von Kundenstrukturen, Marktsegmenten und Marktpotenzialen, z.B. durch Analysen +
- Die EDV - bei der Vermeidung von Dubletten und fehlerhaften Adressen.

Der rasche wirtschaftliche Wandel sowie die hohe Unternehmensfluktuation erfordern neben der einmaligen Bereinigung und Informationsanreicherung darüber hinaus eine nachfolgende, permanente Überwachung und Pflege Ihrer Kundendatei. Zur Erreichung der oben beschriebenen Ziele sind aus unserer Sicht die in nachfolgenden Ausführungen näher beschriebenen Schritte und Maßnahmen notwendig.

2. Die Grundlage unserer Arbeit ist eine Unternehmensdatenbank, in der über 6 Millionen Unternehmen (aktiv und passiv) gespeichert sind.

Diese Unternehmensdatenbank entstand durch einen Zusammenschluss mit dem führenden deutschen Anbieter für Wirtschafts- und Marketinginformationen, der Creditreform mit jährlich über 10 Millionen Wirtschaftsauskünften. In der Unternehmensdatenbank fließen die Marketing- und Wirtschaftsinformationen zusammen. Für die hohe Qualität des Datenbestandes sorgen, neben einer zentralen Pflegeorganisation, u. a. die 3.600 Mitarbeiter der 134 Vereine Creditreform direkt vor Ort. Für die nachfolgend im Detail erläuterte Verknüpfung Ihres Datenbestandes mit der o.g. Unternehmensdatenbank werden keine umfangreichen, vertraulichen Kundendaten, sondern lediglich die Adressen, bestehend aus Firmenname, Adresse, Kundennummer, Tel-Nr. und ggf. Kunden-/Interessentenkennzeichen benötigt. Unsere Systeme können unterschiedliche Dateiformate bearbeiten, so dass Ihrerseits kein zusätzlicher EDV-Aufwand für eine Konvertierung betrieben werden muss. Die Umsetzung der oben beschriebenen Anforderungen unterteilt sich in mehrere aufeinander aufbauende Arbeitsschritte, die wir Ihnen zunächst im Überblick vorstellen möchten:

2.1 Die vorbereitende Status-Analyse

Der Erfolg und der Aufwand der Datenbearbeitung ist entscheidend von der Qualität der bereitgestellten Adressdaten abhängig. Um eine erste Aussage über die Qualität und damit den Aufwand machen zu können, wird eine repräsentative Stichprobe der Daten in allen Arbeitsschritten vorgeschlagen.

2.2. Die Datenaufbereitung

Die Bearbeitung erfolgt in 3 Stufen:

2.2.1. Maschinelle Zuordnung der Datenbestände (Abgleich)

Im ersten Schritt werden über einen maschinellen Abgleich, bei dem auch historische Daten berücksichtigt werden, alle eindeutig zu identifizierenden Kundenanschriften ermittelt. Um Fehlzusordnungen und damit die spätere Übertragung falscher Informationen (z. B. Negativmerkmale) zu vermeiden, wird dieser Abgleich bewusst "hart" eingestellt. Das bedeutet, dass bereits bei leichten Abweichungen in der Kundenadresse lieber auf eine Zuordnung verzichtet, als eine fehlerhafte Verbindung hergestellt wird (über die dann künftig permanent fehlerhafte Informationen übermittelt würden). Diese, nicht eindeutigen "Zweifelsfälle" werden im nächsten Schritt manuell bearbeitet.

2.2.2. Manuelle Online-Recherche

Bei diesem Verfahren werden die Zweifelsfälle (ebenfalls unter Einbeziehung historischer Daten) direkt, über ein zentrales System, manuell in der Unternehmensdatenbank geprüft und zugeordnet. Die in zahlreichen Projekten gesammelte Erfahrung und Kompetenz sichert auch hier eine maximale Zuordnungsqualität bei hohen Trefferquoten. Kundenanschriften, die z. B. aufgrund einer veralteten oder fehlerhaften Firmenangabe nicht identifiziert werden konnten, aber für Ihr Unternehmen wichtig sind, können zusätzlich per Einzelrecherche überprüft werden.

2.2.3 Einzelrecherche

Riek hat die Möglichkeit, die in den vorangegangenen Stufen nicht zugeordneten Anschriften sowohl über eine zentrale Quellenrecherche

als auch durch das Netz der 134 Creditreform-Büros direkt vor Ort überprüfen und recherchieren zu lassen. Jede Geschäftsstelle hat ein fest zugeordnetes Gebiet, in dem sie für die Aktualisierung und Pflege der dort ansässigen Unternehmens- und Personendatensätze zuständig ist. Durch diese Struktur kennt jede Geschäftsstelle die ortsansässigen Unternehmen und ist in der Lage, durch die speziell ausgebildeten Mitarbeiter, die auch für die Recherche, Aktualisierung und Pflege der Datenbestände zuständig sind, eine korrekte und eindeutige Zuordnung vorzunehmen. Dieses Know-how vor Ort und der Einblick in die komplette Wirtschaftsauskunft ermöglicht es, falsche Kundenfirmierungen oder auch veraltete Adressen zu erkennen und eindeutig zuzuordnen.

2.2.4. Trefferquoten

Natürlich lassen sich nicht sämtliche Anschriften eines Kundenbestandes identifizieren und zuordnen. Mögliche Gründe dafür sind: - unvollständige oder verstümmelte Anschriften - keine eindeutigen Rechtsformen - falsche Firmenbezeichnungen - "pseudo" Gewerbetreibende (Privatpersonen mit Gewerbeangabe) Diese Datensätze werden gesondert ausgewiesen. Die abgestufte Vorgehensweise sichert Ihnen eine effiziente Verarbeitung bei maximaler Zuordnungsqualität und -quote. Erfahrungsgemäß erzielen wir durchschnittliche Trefferquoten von - ca. 30 bis 40 % beim maschinellen Abgleich - ca. 30 bis 40 % bei der manuellen Online-Recherche - ca. 10 bis 15 % bei der Einzelrecherche Die einzelnen Trefferquoten sind natürlich in hohem Maße von der Struktur und Qualität Ihres Kundenbestandes abhängig. Ein genaueres Bild und damit eine zuverlässige Kalkulationsgrundlage vermittelt die Status-Analyse.

2.3. Die Anreicherung

Nach der eindeutigen Zuordnung und Verknüpfung Ihres Kundenbestandes mit der Unternehmensdatenbank (Bindeglied ist neben Ihrer Kundennummer die Ident-Nummer der Unternehmensdatenbank; ggf. auch die Creditreform-Nummer) stehen Ihnen nun diverse Möglichkeiten zur Ergänzung und Qualifizierung Ihres Datenbestandes zur Verfügung. Zuspiegelung weiterer Marketing- und Wirtschaftsinformationen zu Ihrem Kundenbestand: Nach der oben beschriebenen Verknüpfung der Datenbestände kann Ihr Kundenbestand, ohne eigene zeit- und kostenaufwendige Recherchen, mit den für Sie wichtigen Informationen ergänzt werden, z. B.: - juristischer Firmenname und Adresse - Branchenschlüssel nach erweitertem WZ - Code 93 - Kommunikationsdaten - betriebswirtschaftliche Informationen (Beschäftigte, Umsatz, Kapital etc.) - Führungskräfte der ersten und zweiten Führungsebene (inkl.

hierarchische Stellung, Funktion und Titel) - mikrogeographische Informationen (Geokoordinaten, Wohnumfeldinformationen, etc.) - Negativmerkmale (Insolvenzen, Liquidationen) Weiterführende Informationen sind in Zusammenarbeit mit Creditreform erhältlich. Welche Informationen Ihrem Kundenbestand zugespielt werden, entscheiden Sie selbst anhand eines umfangreichen Datenkataloges.

2.4.Die neuen Potenziale

Schon erste Analysen ermöglichen es, Ihre vielversprechendsten Neupotenziale zu bestimmen. Gerne stellen wir Ihnen diese überschneidungsfrei zu den bereits in Ihrem Bestand vorhandenen Adressen zur Verfügung. Dadurch erwerben Sie nur die auch tatsächlich benötigten, neuen Anschriften. Natürlich ebenfalls inkl. des Referenzschlüssels zur Riek-Unternehmensdatenbank über den Sie permanent weitere, aktuelle Informationen abrufen können. Dabei können Sie zwischen der Bereitstellung aller am Markt vorhandenen Anschriften oder der ausschließlich wirtschaftsaktiven Unternehmen wählen.

2.5.Die Struktur-Analyse

Durch die Kundenstrukturanalyse, die auf der Basis von Score-Karten arbeitet, erhalten Sie ein differenziertes "Stärken/Schwächen-Profil" Ihres Bestandes. Bei dieser multivarianten Analyse werden neben Ihren Kundendaten sämtliche in der Unternehmensdatenbank enthaltenen Informationen berücksichtigt und zu individuellen Score-Karten verdichtet. Sie erkennen auf einen Blick, in welchen Marktsegmenten Sie bereits heute erfolgreich sind und wo Ihre zukünftigen Werbemaßnahmen optimiert werden können. Bei Bedarf erstellen wir Ihnen gerne ein detailliertes Angebot zu den verschiedenen Analysemöglichkeiten.

2.6.Die permanente Pflege

2.6.1. Neuzugänge in Ihrem Datenbestand

Damit auch die im Laufe der Zeit hinzukommenden Neukunden mit Informationen angereichert und dauerhaft überwacht werden können, empfehlen wir uns diese in einem, von Ihnen zu bestimmenden Rhythmus (z. B. quartalsweise) zur weiteren Bearbeitung zur Verfügung zu stellen. Analog der im Vorfeld beschriebenen Schritte werden auch

diese Neuzugänge mit dem Riek-Unternehmensbestand verknüpft, mit den gewünschten Informationen angereichert und in Zukunft dauerhaft durch uns überwacht.

2.6.2. Permanente Überwachung und Pflege Ihres Kundenbestandes
Über den Referenzschlüssel wird eine permanent nutzbare Verbindung zur Unternehmensdatenbank hergestellt, über die Sie sowohl Ihren Kunden-/Interessentenbestand, als auch die Neupotenziale kostengünstig und zuverlässig pflegen können. Sie erhalten regelmäßig und automatisch die für Ihren Unternehmenserfolg wichtigen Informationen. So können Sie z.B. Geschäftsaufösungen und Liquidationen rechtzeitig vor der Produktion einer Mailingaktion in Ihrem Bestand kennzeichnen und dadurch unnötige Produktions- und Portokosten einsparen oder durch eine permanente Adresspflege Ihre Ausfallrisiken minimieren.

3. Nutzungsbedingungen

Die übermittelten Daten und Informationen dürfen lediglich für eigene Unternehmenszwecke verwendet werden. Eine Weitergabe an Dritte, unabhängig zu welchem Zwecke, ist grundsätzlich nicht gestattet.

4. Sonstiges

Selbstverständlich sichern wir Ihnen eine sorgfältige und genaue Durchführung der an uns erteilten Aufgaben zu. Ebenfalls wird ausdrücklich zugesichert, dass die uns zur Verfügung gestellten Daten und Informationen nach den strengen Richtlinien des deutschen Datenschutzgesetzes behandelt werden. Der Datenschutzbeauftragte unseres Hauses prüft regelmäßig die ordnungsgemäße Behandlung unserer eigenen Daten sowie die uns von externen Unternehmen zur Verfügung gestellten Informationen.

Riek, direkt-Marketing Fairmarktung GmbH & Co. Service KG
Furtweg 4, Geb. II, 61352 Bad Homburg
Tel.: 0 61 72 / 39 80-0 Fax: 0 61 72/ 39 80-398
kontakt@riek-direkt.de