

Agiles Datenmanagement verbessert Kundenerfahrung und Effizienz

Handlungsfähige Daten

Die Verknüpfung von vertrauenswürdigen Kontaktdaten mit einer agilen Daten-

managementlösung versetzt Unternehmen in die Lage, ihre Daten handlungsfähig

zu machen. Dadurch entstehen bessere und schnellere Entscheidungen.

Seit einigen Jahren untersucht Experian, ein globaler Anbieter von Informationsdienstleistungen, in einem Benchmark-Report den Status quo des »Global Data Management«. Für seinen aktuellen »Global Data Management Research Report 2022« hat das Unternehmen mehr als 900 Führungskräfte in den USA, in Europa und Australien dazu befragt, wie sehr ein sich schnell wandelnder Markt auf Agilität im Datenmanagement angewiesen ist. Andrew Abraham, Global Managing Director für Datenqualität bei Experian, meint, die Verbindung von vertrauenswürdigen Kontaktdaten mit einer agilen Datenmanagementlösung ermögliche es Unternehmen, ihre Daten handlungsfähig zu machen; dies erlaube bessere und schnellere Entscheidungen bei der Verfolgung neuer und bestehender Chancen.

Zweifellos ist Datenqualität schon seit vielen Jahren ein wichtiges Thema. Laut dem Data, BI & Analytics Trend Monitor 2022 von BARC belegen Stammdaten- und Datenqualitätsmanagement zum fünften Mal in Folge Rang 1 unter den wichtigsten Trends für Datenmanagement, Business Intelligence und Analytics. Im Zuge der digitalen Transformation sei die Abhängigkeit von qualitativ hochwertigen

7 Um sicherzustellen, dass Unternehmen schnell reagieren können, müssten sie qualitativ hochwertige Informationen haben, die sofort zur Verfügung stehen.

Kundeninformationen weiter gewachsen, so Experian. Die diesjährige Studie zeige: Der Markt habe die Notwendigkeit von Flexibilität klar erkannt, wobei Agilität wichtiger denn je sei. Um sicherzustellen, dass Unternehmen schnell reagieren können, müssten sie qualitativ hochwertige Informationen haben, die sofort zur Verfügung stehen. Die für den jüngsten Report befragten Unternehmen seien darin einig, dass Datenqualität eine wichtige Säule für das künftige Unternehmenswachstum darstelle.

Experian hebt drei wichtige Erkenntnisse der diesjährigen Studie hervor:

1. Kundenerlebnis hat weiterhin oberste Priorität

Dass mehr als die Hälfte der Unternehmen angibt, das Kundenerlebnis genieße weiterhin höchste Priorität, ist sicher keine Überraschung. Allerdings ändere sich, so Experian, mit der Ausweitung der digitalen Landschaft das Kaufverhalten der Kunden rapide. Dies zwingt die Unternehmen, sich noch mehr auf die Qualität ihrer Kundenkontakt- und demografischen Daten zu verlassen. Während Unternehmen mehr Daten als je zuvor verwalteten, gaben 68 Prozent an, dass ihre Kontaktdaten schneller als je zuvor verfielen.

Im Umgang mit einmal gewonnenen Daten besteht die größte Herausforderung darin, diese aktuell zu halten. Das gilt vor allem für Adressdaten, da sie permanenten Änderungen unterliegen. Laut der »Adress-Studie 2021« der Deutschen Post zur Qualität von Kundenadressen in Deutschland änderten sich 2020 in Deutschland rund 100 Ortsnamen, 9.100 Straßen wurden neu angelegt, aufgeteilt oder umbenannt. Zudem veralten Adressen jährlich durch etwa 14 Millionen Umzüge, 990.000 Todesfälle sowie 370.000 Hochzeiten und 150.000 Scheidungen und die damit verbundenen Namensänderungen. Im Ergebnis ist jede siebte Adresse fehlerhaft, 14,7 Prozent aller Adressen sind unzustellbar.

Daten von schlechter Qualität können große Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen haben. Laut Experian geben 85 Prozent der Unternehmen an, schlechte Qualität der Kundenkontaktdaten wirke sich negativ auf ihre betrieblichen Abläufe und ihre Effizienz aus. Hierdurch werden nicht nur Möglichkeiten zur Verbesserung des Kundenerlebnisses eingeschränkt, sondern die Unternehmen haben ein veritables wirtschaftliches Problem, wie folgendes Beispiel zeigt.

Laut CDQ AG, ein Spin-off der Universität St. Gallen, entstanden einer Versicherung durch die Mehrfacherfassung derselben Kunden (Dubletten) unnötige Datenerfassungskosten und Mehraufwände in den Prozessen. So hat allein die Anlage der über 200.000 Kundendaten-Dubletten im CRM-System 560.000 Euro gekostet. Die Suche nach Informationen und Datenbereinigungsaktionen führen zudem zu Folgekosten von über 1,5 Millionen Euro – pro Jahr.

2. Agilität und Datenorientierung sind wichtige Faktoren

Über 90 Prozent der von Experian befragten Unternehmen betonen, Agilität sei sowohl bei den Geschäftspraktiken wie auch beim Datenmanagement wichtig. Dabei hat Experian in der Studie Agilität in einer Datenmanagementlösung definiert als den Abstand zwischen den Daten, die eine Entscheidung begründen, und der Entscheidung selbst. Es geht also nicht zuletzt um Schnelligkeit. Neun von zehn Befragten seien der Meinung, Agilität und Flexibilität seien wichtige Bestandteile einer datengesteuerten Vorgehensweise; 92 Prozent der Unternehmen glaubten, Agilität ermögliche eine bessere Entscheidungsfindung im gesamten Betrieb.

Datenorientierung sei nicht länger ein Schlagwort, das nur die IT-Abteilung kenne, sondern Bestandteil einer Unternehmenskultur, die die Vorteile der Erfassung, Verwaltung und gemeinsamen Nutzung hochwertiger Daten im gesamten Unternehmen – von der IT-Abteilung über das Marketing bis hin zum Callcenter – erkannt habe. So sagten 91 Prozent der Unternehmen, Datenqualität sei eine wesentliche Kompo-

***1** Immer mehr Unternehmen konzentrieren sich auf ihre Datenreife und ihr Datenmanagement. Die Vorteile eines agilen Datenmanagements führten wiederum zu einer verbesserten Kundenerfahrung und betrieblichen Effizienz.

nente einer datengesteuerten Kultur. Seien dagegen die verwendeten Informationen nicht von Anfang an korrekt, würden falsche Entscheidungen getroffen, Marketingkampagnen liefen ins Leere, Ressourcen würden verschwendet.

3. Datengesteuerte Verfahren führen zu wichtigen Erkenntnissen

88 Prozent der Unternehmen geben an, durch die Nutzung von Daten Kundenbedürfnisse und Markttrends besser erkennen zu können. Um den Kunden in den Mittelpunkt eines Unternehmens zu stellen, müssten qualitativ hochwertige Daten gesammelt und gepflegt werden, die zur Entwicklung einer vollständigen, zuverlässigen und intelligenten Sicht auf den Kunden genutzt werden können. Dabei spielt Datenqualität eine herausragende Rolle. Rund 90 Prozent sagen, Kontaktdaten und deren Qualität seien wichtiger denn je geworden, um Kunden zu erreichen. Die Hauptgründe dafür seien: erstens die Verbesserung des allgemeinen Kundenerlebnisses (s. oben), zweitens die bessere Identifizierung und Überprüfung der Kunden und drittens die Erfüllung zunehmender Compliance- oder Governance-Anforderungen.

Fazit. Unternehmen sei heute bewusst, so Experian, dass sie für ihre geschäftliche Agilität Daten benötigten – und dass hochwertige Erkenntnisse zugänglich sein müssten, um schnell handeln zu können. Daher konzentrierten sich immer mehr Unternehmen auf ihre Datenreife und ihr Datenmanagement. Die Vorteile eines agilen Datenmanagements führten wiederum zu einer verbesserten Kundenerfahrung und betrieblichen Effizienz. ■



Christian Sohn,
Geschäftsführer des Corporate
Data Management-Spezialisten
zetVisions.