

## CRM, der Schlüssel zum Erfolg?

Viel Energie wird bei der Einführung eines CRM-Systems aufgewendet. Zu oft jedoch ohne die Adressdaten zu berücksichtigen, die später in das CRM-System eingespielt werden. Daten aus verschiedenen Datenbanken werden importiert, das heißt Adressbestände werden von Mitarbeitern aus Outlook, Excel oder anderen Quellen ohne vorherige Bereinigung übergeben. Um erfolgreich arbeiten zu können, muss die Datenqualität korrekt sein.

Bereits innerhalb eines Jahres verändern sich eine Reihe wichtiger Faktoren einer Adresse: 21% der Ansprechpartner, 20% der Adressen selbst, 18% der Telefonnummern und 17% der Firmierungen unterliegen durchschnittlich einem Wechsel. Nicht berücksichtigt wurden jedoch die „Veränderung durch Veränderungen“ wie z.B. neue Produktionsbereiche, Erweiterung des Fuhrparks, geplante Neuanschaffungen (PC Arbeitsplätze, Maschinen), Ausbau des Auslandsgeschäfts usw.

Allein durch diese Veränderungen (Firmierung, Adresse und Ansprechpartner) ist bei jedem 3. Marketingprojekt die postalische Korrektheit unter 80%.

Dieses muss nicht sein! Es bieten sich verschiedene Möglichkeiten diesen Veränderungen zu begegnen, immer abhängig von dem anvisierten Unternehmensziel. Eine Aktualisierung und Veredelung der Daten ist jederzeit möglich und Garant für eine schnell greifende Marketing-Kampagne in einem CRM-System.

Die Arbeit mit veralteten Daten ist die erste Hürde für den Vertrieb, kostbare Zeit geht durch Recherchen verloren. Veraltete Rufnummern / Durchwahlen gehören ermittelt und Nachfolger ausgeschiedener Entscheider müssen qualifiziert werden. Eine von vielen Aufgaben, für die es Spezialisten am Markt gibt! Unterstützung findet man bei externen Dienstleister wie [www.kreuzer.com](http://www.kreuzer.com), hier werden Kundenwünsche professionell, zeitnah und kostengünstig umgesetzt.

### **Ein Beispiel zur Verdeutlichung:**

**Kunde:** Ein Handelsunternehmen löst eine veraltete Datenbank ab und führt ein einheitliches CRM-System ein.

**Aufgabe:** Aufbereitung und Qualifizierung der Kundenadressen aus 5 unterschiedlichen Datenbanken. Ziel war es, alle Daten und Vorgänge auf einem System abzubilden, Prozesse sollten einheitlich gestaltet sein. Zu jedem Unternehmen soll ein Ansprechpartner vorhanden sein.

**Umsetzung:** Adressbestände in ein einheitliches Format wandeln, Daten auf Dubletten prüfen, Datenstruktur an neues CRM-System anpassen, prüfen der Rufnummer, telefonisches qualifizieren der Adresse, ermitteln und prüfen unterschiedlicher Entscheider.

**Ergebnis:** 8000 Datensätze wurden bereinigt und ergänzt. 300 Dubletten wurden identifiziert, 400 Firmen existierten nicht mehr, 6900 Entscheider wurden ermittelt.

Dieses Beispiel verdeutlicht nochmal die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Datenpflege. Spätestens vor Einführung eines neuen Customer-Relationship-Management-Systems sollten alle Daten auf ihre Aktualität geprüft und mit Zusatzdaten angereichert werden.

### **Pressekontakt**

#### **KREUZER Dialogmarketing GmbH**

Ralph Kreuzer

Am Hambuch 18

D 53340 Meckenheim

Telefon: +49 (2225) 8393-0

Telefax: +49 (2225) 8393-199

Website: <http://www.kreuzer.com>

