

Der BRAICONN Kommentar: Vorsicht, Datensalat! Schwer verdauliche Datencocktails

Viele Unternehmen besitzen heute eine große Menge Daten über Ihre Kunden und über deren Kaufverhalten. Sie speichern Namen und Adressen wichtiger Geschäftspartner, kennen die von ihnen beauftragten Produkte oder Dienstleistungen, haben die Umsatzzahlen zur Hand, sammeln fleißig Informationen über das bevorzugte Einkaufsverhalten und bewahren Informationen über die Kundenkontakte auf.

Stolz darauf, über so viele Daten zu verfügen, legen Unternehmen die Daten in zahlreichen Datenbanken ab und sammeln fleißig weiter. Mit dem Ziel, aus diesen Zutaten ein ganzheitliches Kundenbild entstehen zu lassen, Kundenverhalten besser vorhersagen zu können, zu segmentieren, Zielgruppenanalyse zu betreiben, Kundenpotenziale zu ermitteln, das Cross- und Upselling-Geschäft anzukurbeln etc. Aus allen Zutaten soll ein Spezialgericht für den Kunden entstehen, von dem er so begeistert ist, dass er weitere Bestellungen aufgibt, ohne dabei allzu genau auf den Preis zu schauen.

Was viele Unternehmen ihren Kunden allerdings häufig servieren, ist alles andere als „Haute Cuisine“. Schon beim Entrée wenden sich nicht nur empfindliche Gemüter ab: aus allen verfügbaren Zutaten zusammengewürfelt, entsteht ein Datensalat, der selbst für hart gesottene, quasi Dschungelcamp erprobte, eine echte Herausforderung darstellt.

Die Mischung aus verstümmelten Namen, veralteten Adressdaten, fehlerhaften Rabatten und Konditionen sowie unvollständigen Informationen zum Geschäft des Kunden ist oft ein ungenießbarer Cocktail.

Ganz sicher sind diese Zutaten, die häufig schon seit langem in Datenbanken herumgammeln, nicht dazu geeignet, die Ziele zu erreichen, die ursprünglich mit dem Sammeln der Daten verfolgt wurden.

Nur stets frische Zutaten, das heißt Daten, die permanent aktualisiert werden, und ein geeignetes Rezeptbuch, nämlich ein Konzept, wie die richtigen Informationen in einem Data Warehouse abgelegt, miteinander verknüpft und ausgewertet werden, können aus dem schwer verdaulichen Datenmischmasch eine gelungene Komposition entstehen lassen.

Eine Studie der Gartner Group belegt, dass bis heute mehr als 70 Prozent der führenden Unternehmen nicht in der Lage sind, einen konsistenten Blick auf ihre Kunden zu bekommen. Hier nur die wichtigsten Gründe weshalb Kunden die Nase rümpfen:

- die benötigten Daten sind nicht oder nicht zeitnah verfügbar,
- die Datenspeicherung ist ungenügend,
- die Daten sind nicht auf dem neuesten Stand, ist nicht möglich, flexibel auf die Daten zuzugreifen.

Kunden verlieren jedes Jahr enorme Summen, wegen der schlechten Qualität ihrer Kundendaten. Laut einer Studie von The Data Warehousing Institut kosten die schlechten Daten US-Unternehmen jährlich mehr als 500 Milliarden USD. Aufgrund unserer Beratungserfahrungen befürchten wir, dass es bei uns nicht besser aussieht.

Zunächst einmal muss allen Beteiligten klar sein, welcher Informationsbedarf besteht, auf welche Fragen die Daten Antworten liefern sollen. Erst dann kann definiert werden, welche Daten benötigt werden und in welcher Weise sie zu verknüpfen sind. Zudem muss es Prozesse geben, um die gesammelten Daten periodisch zu aktualisieren.

Wir brauchen wir heute mehr denn je Werkzeuge, die aus den rohen Zutaten eine stimmige Gesamtkomposition zusammenstellen. Der Wust von Daten kann vielfach heute nur noch mit Hilfe von Data Mining Tools sortiert und analysiert werden. Von besonderem Wert ist der Einsatz dieser Tools in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Service,

Sie haben Fragen oder suchen einen kompetenten Ansprechpartner?

BRAICONN Deutschland
COMPETENCE NETWORK

Stadttor 1, D-40219 Düsseldorf

Phone +49 (0)211 3003-470
Fax +49 (0)211 3003-200
Mail info@braiconn.de

www.braiconn.de



Unternehmenskurzprofil der BRAICONN Deutschland

Die BRAICONN Deutschland ist das Top-Management- und Expertenetzwerk für Planung und Umsetzung in den Themenbereichen

- **Strategie**
- **Marketing & Vertrieb**
- **Prozesse & Organisation**
- **Information Management**

Darüber hinaus stellen wir unseren Kunden projekt- und aufgabenbezogenen **Kompetenzen auf Zeit** (Projektmitarbeiter) zur Verfügung.

Unsere Excellence in Branchen

Unsere Beratungsleistungen sind branchenneutral. Eine besonders ausgeprägte Excellence und Insider-Wissen liegen aufgrund langjähriger Management- und Projekterfahrung insbesondere für die Branchen

- des **Information Management**,
- der **Mobilität (Automobil, Mineralöl)** und für
- die **Versicherung** vor.

Competence Network

Das Competence Network der BRAICONN Deutschland besteht aus hochgradig markt- und projekterfahrenen Managementberatern und Technologieanalysten. Ihre langjährige originäre Erfahrung im Top-Management führender internationaler Konzerne und großer Unternehmen macht sie zu gefragten, praxiserfahrenen Insidern ihrer Branche.

aber auch für weitere Unternehmensbereiche wird eine mittlere bis hohe Bedeutung gesehen. Gemäß einer Studie der Katholischen Universität Eichstätt setzen bereits 48% der Top 500 Unternehmen in Deutschland derartige Tools ein, weitere 18% planen den Einsatz von Produkten zur Datenanalyse.

Angesichts dieser – doch recht hohen – Einsatzzahlen frage ich mich allerdings: Warum benötigen Unternehmen noch immer Wochen, um alle Daten zusammenzutragen, die es für eine einfache Vertriebsanalyse benötigt? Warum können so wenige Firmen nachweisen, wer ihre profitablen Kunden sind? Wieso kommen Absatz- und Cash-Flow-Probleme auch heute noch für viele Unternehmen „plötzlich und unerwartet“?

Warum wird mir als Kundin noch immer schwer verdaulicher „Informationsbrei“ mit Datensalat serviert? Warum werde ich noch immer mit „Sehr geehrter Herr Uthe Sabrina“ angesprochen? Warum bekomme ich noch immer die Werbemail für die gediegene Herrenmode?

Sicherlich, Datenpflege und Datenanalyse mit Hilfe von Data-Mining-Tools allein lösen nicht alle Unternehmensprobleme. Sie könnten aber wesentlich dazu beitragen, dass viele Probleme erst gar nicht entstehen.