

## **Unterstützung eines der weltweit führenden Softwarehäuser im Vorfeld der Implementierung eines CRM-Systems**

### **Ausgangssituation:**

Eines der weltweit TOP10-Softwareunternehmen plante im Jahr 2003 die Einführung eines CRM-Systems für die deutsche Niederlassung. Aufgrund der gewachsenen Struktur in den vergangenen 10 Jahren lag eine sehr dezentrale, fragmentierte und inhomogene Datenstruktur vor. Verschiedenste Abteilungen (Marketing & Communications, Technisches Marketing, Produktmarketing, Vertrieb, Schulungsbereich, Supportbereich u.a.) hielten verschiedenste Daten (Partner, Endkunden, Presse, u.a.) in verschiedensten Formaten (Excel-Sheets, Access-Datenbanken, ACT, Worddokumente, Visitenkartenboxen u.a.) auf verschiedensten Plattformen.

### **Aufgabe der phocus direct communication:**

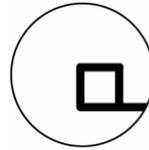
Ausarbeitung eines Konzeptes für die komplette Datenkonsolidierung inkl. der operativen Umsetzung. pdc erhielt als Vorgabe, dass nach Ende der erfolgten Datenkonsolidierung die Daten in der exakten Struktur des einzuführenden CRM-Systems an den Kunden übergeben werden. Hierfür gab der Kunde die exakte Felderstruktur inkl. Feldgrößen, Feldtypen u.ä. vor.

### **Umsetzung:**

Nach Verabschiedung der von der phocus direct communication erstellten Konzeption ging es unmittelbar in die operative Umsetzung, u.a. mit folgenden Phasen:

- Identifizierung sämtlicher Datenquellen im Hause des Kunden
- Adressen/Informationen, welche bis dato noch nicht digital vorlagen, wurden in Excel-Sheets erfasst
- Anschließend wurden alle Datenquellen in eine einheitliche Struktur gebracht
- Anschließend erfolgte eine phonetische Dublettenbereinigung (inkl. Bestimmung der Kopfdubletten sowie der Anreicherung der vorliegenden Informationen an die Kopfdublette)

Ergebnis dieses Prozesses war ein Datenbestand, welcher zwar konsolidiert aber in sich trotz alledem noch sehr inhomogen war (bspw. bezgl. der Informationstiefe, der Vollständigkeit und der Aktualität der Daten u.ä.). Daher erfolgten nachfolgende Bearbeitungsschritte:



- Adressen, die zwar vom Informationsgehalt vollständig waren, aber Lücken in den Stammdaten aufgewiesen haben (fehlende PLZ's, fehlende Strassen, fehlende Rufnummern etc.), wurden in einem ersten Lauf automatisch & systemgestützt angereichert; der verbleibende Rest von ca. 20% der Daten, die durch den Automatismus nicht angereichert werden konnten, wurden manuell recherchiert.
- Adressen, die zwar aus Sicht der Stammdaten vollständig waren, aber Lücken bei den Zusatzinformationen aufgewiesen haben (bspw. bezgl. relevante Entscheider, Informationen über eingesetzte Hardware- und Softwarelösungen, Anzahl der IT-Mitarbeiter u.ä.) wurden durch ein Telemarketing-Projekt vervollständigt.

Anschließend wurde der gesamte Datenbestand im vorgegebenen Format an den Kunden geliefert, so dass ein reibungsloser Import in das CRM-System des Kunden erfolgen konnte.

### **Zielerreichung/Status Quo:**

Innerhalb eines Zeitraumes von 6 Wochen wurde der fragmentierte, dezentrale und teilweise veraltete Datenbestand komplett aktualisiert, angereichert und vervollständigt. Der Import des Datenbestandes erfolgte innerhalb eines Tages in das CRM-System. Als Nebeneffekt wurde die Gefahr des personenbezogenen Knowhows komplett eliminiert.