



Uniserv-Lösungen optimieren Marketingdatenbanken von
PSA Peugeot Citroën

PSA PEUGEOT CITROËN

TOP ADRESSMANAGEMENT IM ZEICHEN DES LÖWEN

Die Geschichte der Automarke Peugeot reicht zurück bis zum Ende des 19. Jahrhunderts – die des Adressmanagements mit Uniserv-Lösungen bei dem heutigen weltweit agierenden Unternehmensverbund PSA Peugeot Citroën ist dagegen noch relativ jung. Am Anfang stand dabei die Forderung nach möglichst korrekten Adressen in den Marketingdatenbanken zur effizienten Abwicklung von europaweiten Mailingaktionen. Daher fiel der Entschluss zur Implementierung der Data Quality-Software der Uniserv GmbH aus Pforzheim/Deutschland, die aus technischer Sicht eine zentrale Verwaltung vom französischen Poissy aus ermöglicht. Die Bewirtschaftung der einzelnen Datenbanken erfolgt durch die Marketingmitarbeiter der lokalen Unternehmen selbst.

Ausschließlich postalisch korrekte Adressen in den Marketingdatenbanken, mit der Gewährleistung sicherer Zustellungen mit minimierter Retourenquote, maximaler Responsequote und niedrigen Portokosten – das war der Wunsch von PSA Peugeot Citroën, mit der spezifischen Anforderung, dass insbesondere die landestypischen Besonderheiten in der Adressierung innerhalb der einzelnen Länder, aus denen die Adressen stammen, mit abgedeckt wären, erinnert sich Guillaume Bourdiol, IT-Abteilung Marketing und CRM: „Die Menge der Adressen der einzelnen Länder reicht von mehreren Hunderttausend bis hin zu Millionenbeständen – das alles muss ein solches System erst einmal abdecken können!“

Korrekte Adressen – europaweit

Im Rahmen der Entscheidungsfindung konnte sich die Pforzheimer Uniserv GmbH gegen die Mitbewerber durchsetzen, insbesondere da das Unternehmen als einziger Anbieter alle Ländervarianten lizenzrechtlich als eine Lösung anbieten konnte. Auf diese Weise war der Weg frei, die Datenbanken technisch vom französischen Hauptsitz in Poissy aus zu verwalten. Die postalische Adressprüfung *post* von Uniserv läuft heute auf Unix in einer Oracle-Umgebung, wobei die Länderversionen für Frankreich, Deutschland, Portugal, Italien, die Schweiz, Belgien, Spanien, Luxemburg und die Niederlande zum Einsatz kommen – inklusive der Basistabellen und der entsprechenden Straßenverzeichnisweiterungen, um eine komplette Länderabdeckung und damit entsprechend eine möglichst hohe Ergebnisqualität zu erreichen.

Mit den postalisch korrekten französischen und europäischen Adressen in den Marketingdatenbanken ist seither gewährleistet, dass die einzelnen Mitarbeiter für ihre Aktionen jederzeit auf zuverlässiges Datenmaterial zurückgreifen können.

Darüber hinaus stehen die Services bei Mailings zur Analyse und Selektion zur Verfügung und bieten Unterstützung bei Datenproblemen, beispielsweise wenn vom System bei der postalischen Prüfung etwa eine Straße nicht gefunden wird.



Guillaume Bourdiol, IT-Abteilung Marketing und CRM bei PSA Peugeot Citroën: „Dank Uniserv verfügen wir über zuverlässig gepflegte Adressdatenbanken für Marketing und CRM!“

Überzeugend im Batchlauf

Alle Adressen unterliegen einer strengen Kontrolle, so dass stets nur geprüfte und für gut befundene Informationen in die Datenbanken eingehen. Mögliche Wege der Adresse in die Bestände der jeweiligen Landesunternehmen sind dabei Call Center, Händler, Internet und Fax sowie Adresslisten externer Anbieter. Um eine gleichbleibend hohe Qualität zu gewährleisten, werden die Daten zunächst gesammelt und dann im Batchlauf postalisch geprüft, strukturiert sowie schließlich in die Datenbanken eingespielt. „Die Größe der Batchdateien beträgt meistens um die Hunderttausend Stück, reicht aber manchmal auch bis in den Millionenbereich, unter anderem in Italien“, erklärt Guillaume Bourdiol, zu dessen Hauptaufgaben es gehört, dafür zu sorgen, dass auf den Servern immer eine aktuelle Version der postalischen Prüfung *post* läuft.

Auf Qualität vertrauen

Der Dublettencheck erfolgt meist anhand bestimmter Merkmale, in Italien ist dies beispielsweise die Steuernummer, anderenorts das Geburtsdatum, die E-Mail-Adresse oder aber auch das Kfz-Kennzeichen. Nur durch diese Vorgehensweise zur Sicherstellung korrekter Daten ist es den Verantwortlichen von PSA Peugeot Citroën überhaupt möglich, Dubletten herauszufiltern. Die geprüften Daten fließen dann in das interne Kundeninformationssystem ein und bilden dort eine wichtige Grundlage etwa für die Buchhaltung.

Auf der anderen Seite hat die Marketingabteilung gleichzeitig die Gewissheit einer erfolgreichen Abwicklung ihrer Mailingaktionen, bei niedrigeren Produktions- und Portokosten. In diesem Unternehmensbereich werden auch die Vorgaben definiert, unter denen bestimmte Adressen in einem Land für die Aktionen zu selektieren sind, und der Bestand wird mit zusätzlichen Daten, etwa Telefonnummern, angereichert. „Dadurch ist sichergestellt, dass die Mitarbeiter sich auf

perfektes Adressmaterial verlassen können – und zwar ohne sich jedes Mal die Daten noch einmal genau ansehen zu müssen“, fasst Guillaume Bourdiol zusammen.

Resümee und Ausblick

Mit sauber strukturierten Adressen sowie der durch Korrektheit und Qualität gegebenen Sicherheit verfügt PSA Peugeot Citroën heute über zuverlässig gepflegte Datenbanken, die nicht nur den Mitarbeitern in der Zentrale, sondern auch den europäischen Niederlassungen zugute kommen, „und damit letztendlich all unseren Neu- und Bestandskunden und den Interessenten – abgerundet wird das positive Gesamtbild darüber hinaus noch durch die hervorragende Supportunterstützung“, resümiert Guillaume Bourdiol zufrieden.

Hintergrundinformationen zu PSA Peugeot Citroën

PSA Peugeot Citroën blickt auf eine über hundertjährige Unternehmensgeschichte zurück und rangiert heute mit einem Marktanteil von 15,5 Prozent auf Platz 2 im europäischen Automarkt. So konnte das größte Privatunternehmen Frankreichs allein im Jahr 2002 mehr als 3,26 Millionen Fahrzeuge verkaufen, was einer 4,3-prozentigen Steigerung gegenüber dem Vorjahr entspricht; der Konzernumsatz in den ersten neun Monaten von 2003 beläuft sich auf 40.123 Millionen Euro. Weltweit beschäftigt PSA aktuell 198.600 Mitarbeiter, davon sind rund zwei Drittel im Automobil-Bereich tätig, der Rest verteilt sich auf Automotive Equipment, Transport/Logistics, Finance u.a. Weitere Informationen sind unter www.psa-peugeot-citroen.com erhältlich.



Postalisch perfekte Adressen ohne Grenzen

Die postalische Adressprüfung und -aktualisierung *post* von Uniserv ist das konsequente Ergebnis eines internationalen Lösungsansatzes. Die Software steht in mehreren nationalen Produktvarianten zur Verfügung, die die jeweiligen länderspezifischen Gegebenheiten und Anforderungen an postalisch korrekte Adressen berücksichtigen. Einen entscheidenden Vorteil bringt in diesem Zusammenhang die Verwendung kompletter Straßenverzeichnisse. Ohne diese ist eine verfeinerte Prüfung nur innerhalb der Orte möglich, die über mehrere Zustellpostleitzahlen verfügen. Damit ist höchste Adressqualität allerdings nicht erreichbar. Auch die Hausnummer sollte in die Prüfung eingehen.

Die Uniserv-*post*-Systeme stellen in Europa die postalische Adressqualität für rund 370 Millionen Consumer-Adressen und etwa 17 Millionen Business-Adressen sicher. Zusätzlich steht eine Lösung für USA bereit. Damit können dann insgesamt mehr als eine halbe Milliarde Consumer-Adressen bis auf Straßen- bzw. Hausnummerebene überprüft und gegebenenfalls automatisch korrigiert werden. Ausführliche Testmöglichkeiten finden Sie unter www.uniserv.com/demo.

Uniserv, Pforzheim



- Gegründet 1969
- Führender Anbieter von Adressmanagement-Software
- Produktportfolio: international, Web-fähig, plattformunabhängig, branchenneutral
- Einsatzgebiete der Software insbesondere CRM, eCommerce, 1:1-Marketing, ERP-Projekte, Call-Center Aktivitäten, Mikromarketing, Geocoding
- Nutzen: optimale Kundenansprache auf Basis validierter Adressinformation

Weitere Informationen

Uniserv GmbH • Rastatter Str. 13 • D-75179 Pforzheim • Phone +49 (0) 7231/936-0 • Fax +49 (0) 7231/936-30 02
e-Mail: info@uniserv.com • www.uniserv.com

