

Success Story

Success Story • Anwenderbericht • Interview

Data Quality Solutions von Uniserv im Einsatz bei der KTM Sportmotorcycle AG

Weltweit korrekte Biker-Kundenadressen



Bild: KTM/Mitterbauer



Eine Kundendatenbank und alle darauf basierenden Aktionen können immer nur so gut sein wie die Qualität der Adressen. Daher entschied sich die KTM Sportmotorcycle AG für eine nachhaltige Validierung ihrer im CRM (Customer Relationship Management)-System vorgehaltenen Endkundendaten mithilfe der Data Quality Solutions von Uniserv. In einer ersten weitestgehend automatisierten Bereinigung wurde dabei der internationale Adressbestand korrigiert. Zudem stellt KTM sicher, dass alle neuen Adressen, die von Händlerseite via Intranet auflaufen, vor der Übernahme ins CRM geprüft und korrigiert werden und auch auf lange Sicht ein Dublettenproblem erst gar nicht mehr auftaucht – ein Ziel, dessen Erreichung alle halbe Jahre über erneute Komplettchecks geprüft wird.

Hohe Präzision, schlanke Linienführung und Null-Fehler-Toleranz: Was für die hochwertigen Motorräder der KTM Sportmotorcycle AG gilt, sollte 2007 verstärkt auch im Adressdatenbestand des Unternehmens Einzug halten. Denn als man die heterogene Kundendatenstruktur von den weltweit über 1.700 autorisierten KTM-Händlern zusammengeführt hatte, war die Durchführung der geplanten Direktmarketingaktionen zur Unterstützung des indirekten Geschäfts mit den Endkunden schier unmöglich. Das lag in erster Linie an den völlig unterschiedlichen Güteniveaus in der Kundendatenpflege bei den Händlern in aller Herren Länder, die über ein als Dealer.NET bezeichnetes Intranet ihre komplette Kommunikation mit KTM abwickeln, inklusive Endkundendatenerfassung, Bekleidungsverkäufe und Garantievorgänge. Im Ergebnis öffnete diese Heterogenität Tür und Tor für Fehler wie nicht oder falsch erfasste Postleitzahlen und Straßenbezeichnungen, unvollständige Namen oder auch unbekannte Orte.

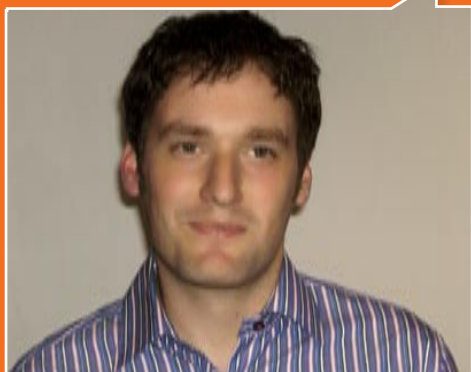
Dem Vorhaben, ein zentrales CRM-System mit einer sauberen Datenbasis einzuführen, standen zudem die vielen Dubletten entgegen, die bis zu Zwanzigfachbenennungen reichten, entstanden durch Mehrfachaufnahme pro Händler oder auch, wenn ein und derselbe Biker bei mehreren Händlern eingekauft hatte und dort jeweils separat aufgenommen wurde.

Data Cleansing als Herausforderung

Daher sollte vor der Einführung der CRM-Lösung am österreichischen Firmensitz sowie deren Roll-Out bei den vierzehn Töchtern in den europäischen KTM-Ländern, aber auch in Argentinien, Dubai, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, Südafrika und den USA zunächst die Datenqualität auf Vordermann gebracht und gleichzeitig auch auf lange Sicht garantiert werden. Zielsetzung des neu ins Leben gerufenen vierköpfigen Data-Quality-Projektteams um seinen Leiter Ingo Wolfmayr war es, diese Maßgabe innerhalb von zwei Jahren umzusetzen. Dass dies aber schon nach gut anderthalb Jahren bereits erreicht war, lag zum einen an der zielstrebigem Projektorganisation und Vorgehensweise, zum anderen an den eingesetzten Data-Quality-Werkzeugen und -Services.

„WIR HABEN SEHR SCHNELL ÜBERZEUGENDE ERGEBNISSE ERZIELT [...]“

Ingo Wolfmayr,
Leiter Softwareentwicklung KTM



Keine Qual (bei) der Wahl

Auf der Suche nach einem externen Spezialisten zur Begleitung des avisierten Data-Quality-Projekts wurden im August 2007 insgesamt drei Anbieter mit internationaler Reichweite evaluiert. Nach knapp drei Wochen bereits fiel die Entscheidung auf die in Pforzheim und Paris ansässige Uniserv GmbH, die gleich in mehrfacher Weise zu überzeugen vermochte. So konnte der Spezialist für Datenqualität insbesondere mit der weltweiten Abdeckung des Adress-

materials punkten, was nicht zuletzt durch die Unicode-Fähigkeit seiner Produkte möglich ist. Hinzu kam das gute Verständnis auf der Beziehungsebene: „Schon bei der Produktvorführung in unserem Hause, bei der wir die Aufgabenstellung erörterten, zeigte sich sehr schnell, dass auch das Zwischenmenschliche passte und eine zielstrebige Zusammenarbeit möglich sein würde“, erinnert sich Ingo Wolfmayr zurück.

Die Guten ins Töpfchen ...

Der erste Meilenstein des angestoßenen Projekts lag in der einmaligen Bereinigung des vorhandenen Kundendatenmaterials, das KTM aus den heterogenen Datenbanken seiner Händler mit SQL-Werkzeugen zusammengeführt hatte. Die etwa 600.000 Adressen inklusive solcher von Exoten wie USA und Japan wurden Uniserv zur Verfügung gestellt und an deren zwischen Karlsruhe und Stuttgart gelegenen badischen Firmensitz mithilfe der *Data Quality Batch Suite (DQ Batch Suite)* inhaltlich und auf Dubletten hin überprüft. Eine Woche später lag KTM das Ergebnis vor: ein automatisch korrigierter Bestand, dort, wo die Änderungen als eindeutig angesagt waren, eine Qualitätsangabe pro Adresse, aus der die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Zustellung abzulesen ist, sowie eine Dubletteneliminierung, die an die 150.000 Dubletten identifizierte. Es folgten die Analyse und Bearbeitung der Graubereiche und damit der Fälle, in denen keine automatischen Korrekturen möglich waren. Für die gesamte Durchsicht und Nachbearbeitung investierte das KTM-Fachteam gute sechs Monate Zeit.

... die neuen Schlechten gleich ins Kröpfchen

Um sicherzustellen, dass über das Dealer.NET und damit die Kundendatenschnittstelle zu den KTM-Händlern nicht erneut fehlerhafte Datensätze oder Dubletten ins CRM gelangen, wurden parallel bereits zweigleisige Vorkehrungen getroffen. Die automatische Fehlerkorrektur übernimmt seither das *Data Quality Real-Time Service-Tool post*. Von Uniserv als *Software as a Service (SaaS)*-Dienst angeboten, bereinigt die Lösung on the fly alle Neueinträge, die von den Händlern über Dealer.NET an das CRM übergeben werden. Hierfür führte ein externer Integrator das Dealer.NET und *post* als Web-Service zusammen, so dass direkt mit der Adresseingabe durch die Händler via Intranet der Korrekturprozess angestoßen wird.

Um gleichzeitig auch neue Dubletten zu vermeiden, installierte KTM mit dem *Data Quality Real-Time Service-Tool mailRetrieval* vor Ort eine Softwarekomponente, die die neu einzupflegenden Adressen gegen einen initial erzeugten Index-Pool des aktuellen Adressbestands prüft – ein sicherer und zugleich hochperformanter Prozess.

Den Installationsaufwand beschreibt Ingo Wolfmayr als äußerst gering: „Nur ein Tag für die eigentliche Installation und fünf Tage für die Schulung des gesamten Projektteams in unserem Hause. Der Automatisierungsgrad liegt derzeit zwar erst bei etwa achtzig Prozent und wir haben noch nicht alle Potenziale erschlossen, aber das System läuft ohne jegliche Beanstandung und wir konnten Ende Juli 2008 den Startschuss für die Einbindung der gesäuberten Adressen in die CRM-Lösung geben.“

„WIR HABEN **18.000** ENDKUNDEN ANGESCHRIEBEN UND BERECHNET, DASS ES OHNE UNSERE IM VORFELD DURCHGEFÜHRTE VALIDIERUNG ETWA **24.000** GEWESEN WÄREN. SATTE 6.000 BRIEFE FÜR DIE KATZ – DA KOMMT MIT PORTO, MATERIAL UND BEARBEITUNGSZEITEN LEICHT EINE ERKLECKLICHE SUMME ZUSAMMEN, DIE SINNLOS VERBRANNT WÜRDEN.“

Ingo Wolfmayr,
Leiter Softwareentwicklung KTM

Weitere externe wie auch interne Batchläufe

Als weitere Sicherheitsstufe plant KTM, zweimal pro Jahr seinen gesamten Kundendatenbestand von Uniserv mithilfe der *DQ Batch Suite* zu validieren. Gleichzeitig wurde aber auch eine Workstation-Version der *DQ Batch Suite* gekauft. Damit stellt KTM sicher, dass die Adressbestände neuer Händler, die in das Gesamtsystem gelangen, ebenfalls konsolidiert werden, und zwar mit denen der anderen Händler des betreffenden Landes wie auch mit dem KTM-Eigenbestand.

Es waren einmal – Dubletten und Fehler

Wenn in Zukunft Adressen über das Intranet eingehen, werden sie in Echtzeit postalisch korrigiert und noch vor Übernahme in das CRM-System auf etwaige Dubletten hin geprüft. In Kombination mit der regelmäßigen externen Batchprüfung des Gesamtbestands soll das dazu führen, dass KTM über korrekte Adressen und redundanzfreie Kundendaten verfügt. Ganz abgesehen von der Vermeidung eines Image-Verlusts, der sonst entsteht, wenn ein Kunde mehrfach das gleiche Anschreiben erhält oder mit unkorrekter Adresse tituliert wird – etwa an Frau Hans Meyer adressiert, mit verwechselten Vor- und Zunamen oder falsch geschriebenem Straßennamen –, zeigt das jüngste Printmailing deutlich die Kostenersparnis, die das neu gewonnene Datenqualitätsniveau erzielt: „Wir haben 18.000 Endkunden angeschrieben und berechnet, dass es ohne unsere im Vorfeld durchgeführte Validierung etwa 24.000 gewesen wären“, erklärt Ingo Wolfmayr. „Satte 6.000 Briefe für die Katz – da kommt mit Porto, Material und Bearbeitungszeiten leicht eine erkleckliche Summe zusammen, die sinnlos verbrannt würde.“



Bild: KTM/Mitterbauer



Rundum zufriedenes Resümee

Vor diesem Hintergrund lässt sich leicht nachvollziehen, dass sich Ingo Wolfmayr auf die Rentabilität und den Return on Investment (ROI) angesprochen, sicher ist, die auf zwei Jahre angelegte Amortisationszeit erfüllen zu können: „Wir haben sehr schnell überzeugende Ergebnisse erzielt, mit denen wir etwas anfangen konnten, und sparen seither bares Geld mit jeder einzelnen Kampagne.“ Und auch wenn er den internen Organisationsaufwand, der im Detail bei solchen Projekten auftritt, nicht unterschätzt wissen will, ist er sich sicher, mit Uniserv genau den richtigen Weg gegangen zu sein. „Halbe Sachen führen nun mal zu nichts, wenn es um die Qualität von Adressdaten in unseren Dimensionen geht“, lautet daher sein Credo.

Und von den Marketingaktionen, die jetzt auf den Punkt genau bei den richtigen Adressaten landen, profitieren alle gleichermaßen – KTM, die autorisierten Händler und natürlich auch die Endkunden, die regelmäßig über genau diejenigen Angebote direkt informiert werden, die ihr Händler für sie bereithält.

„HALBE SACHEN FÜHREN NUN MAL ZU NICHTS,
WENN ES UM DIE QUALITÄT VON ADRESSDATEN
IN UNSEREN DIMENSIONEN GEHT“

Ingo Wolfmayr,
Leiter Softwareentwicklung KTM

KTM Sportmotorcycle AG

Ready To Race – die KTM-Sportmotorcycle AG fertigt in Mattighofen/Österreich sehr sportlich orientierte Motorräder für den Einsatz auf und abseits der Straße. KTM-Maschinen werden seit vielen Jahren mit großem Erfolg sowohl im professionellen Rennsport als auch im Freizeitsport eingesetzt und dort für den alltäglichen Betrieb erprobt. 160 Weltmeistertitel (60 davon in den letzten fünf Jahren) sowie sechs Siege bei der Rallye Dakar machen KTM zu einer der erfolgreichsten und bekanntesten Marken im internationalen Motorsport. Auch im Straßenrennsport gehört KTM seit 2004 zu den Sieganwärtern im Grand Prix Sport. KTM-Motorräder sind für ihre erstklassigen Eigenschaften wie geringes Gewicht, hohe Leistung, bestes Handling sowie ihr unverkennbares Design bekannt und werden in die ganze Welt exportiert. Zu den größten Absatzmärkten zählen Nordamerika, Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien.

WEITERE INFORMATIONEN SIND IM INTERNET
UNTER <http://www.ktm.com> ERHÄLTlich.

Uniserv

Uniserv ist der größte, spezialisierte Anbieter von Data Quality Solutions in Europa mit international einsetzbarem Softwareportfolio sowie Services zur Qualitätssicherung von Daten in Business Intelligence, bei CRM-Anwendungen, Data Warehousing, eBusiness sowie Direct- und Database-Marketing. Mit mehreren Tausend Installationen weltweit unterstützt Uniserv Hunderte von Kunden in ihrem Bemühen, den Single View of Customer in ihrer Kundendatenbank abzubilden. Uniserv beschäftigt am Stammsitz in Pforzheim sowie in der Niederlassung in Paris, Frankreich, über 110 Mitarbeiter und zählt branchenübergreifend und international zahlreiche renommierte Unternehmen wie beispielsweise ADAC, Allianz, BMW, Commerzbank, DBV Winterthur, Deutsche Bank, Deutsche Börse Group, France Telecom, Greenpeace, GEZ, Heineken, Johnson & Johnson, Nestlé, Payback, PSA Peugeot Citroën sowie Time Life und Union Investment zu seinen Kunden.

WEITERE INFORMATIONEN SIND
UNTER <http://www.uniserv.com> ERHÄLTlich.



Uniserv, Pforzheim

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

Weitere Informationen

Uniserv GmbH
Rastatter Str. 13
75179 Pforzheim/Germany
T +49 7231 936-0
F +49 7231 936-3002
E info@uniserv.com • www.uniserv.com

