

Datenqualität

9 Tipps, damit Ihre Verkäufer die Kundendatenbank gut pflegen

Die Qualität der Daten entscheidet häufig über den Erfolg eines Softwareprojekts im Vertrieb. Findet der Verkäufer nur ungepflegte Kundeninformationen in der Datenbank, gibt er schnell die Arbeit mit dem System wieder auf. Deshalb müssen die Verkäufer im ersten Schritt dazu angeregt werden, die Inhalte der Kundendatenbank gut zu pflegen.

1. Vermitteln Sie den Verkäufern den Nutzen, den diese von einer gut-gepflegten Datenbank haben. Sie alle haben sicherlich bereits Mailings erhalten, in denen der Name oder die Anschrift falsch geschrieben war. Führen Sie Ihren Verkäufern die negative Wirkung, die durch solche »Werbeschreiben« ausgeht, plastisch vor Augen.
2. Machen Sie sich und Ihren Verkäufern klar, dass eine gute Datenqualität nur mit Sorgfalt, Disziplin und Geduld entsteht. Denken Sie daran, dass diese Werte nicht unbedingt zu den Standardanforderungen in Vertrieb und Verkauf gehören. Deshalb müssen Sie permanent am Thema Datenqualität dran bleiben.
3. Legen Sie im Vorfeld den Sprachgebrauch der einzelnen Felder genau fest. Diskutieren Sie darüber, welche Kriterien einen A-Kunden, einen Interessenten und einen Stammkunden ausmachen. Auch die Branchenklassifizierung muss genau festgelegt werden, sonst füllt jeder die Felder nach seinem eigenen Geschmack aus und der Erfolg bei späteren Selektionen ist gleich Null.
4. Erstellen Sie eine Dokumentation der verschiedenen Felder. Diese muss einfach und klar verständlich sein. »Kinder und Vorstandssicher« ist die Devise.
5. Definieren Sie klare Zugriffsrechte für die Daten. Viele Verkäufer haben Angst davor, dass ihre Informationen von einem Kollegen aus einer anderen Geschäftseinheit gelesen und missbräuchlich angewendet werden. Diskutieren Sie über Möglichkeiten der Datenabschottung.
6. Legen Sie Verantwortlichkeiten für die verschiedenen Kundendaten fest. Jeder Verkäufer sollte für einen Teil des Gesamtdatenbestands verantwortlich sein. Die Qualität der Daten sollte auch ein Kriterium sein, das in seine Vergütung einfließt.
7. Definieren Sie konkrete Ziele für die Qualität der Kundendaten. Qualität ist messbar und sollte regelmäßig überprüft werden.
8. Investieren Sie, möglichst im Vorfeld der Systemeinführung, in die Qualität der vorhandenen Daten. Meist werden Daten aus den verschiedenen bereits vorhandenen Systemen zusammengespielt, ohne Abgleich, ohne inhaltliche Prüfung. Doch die Daten aus Buchhaltung, Produktion und Materialwirtschaft sind häufig wenig aussagekräftig für den Vertrieb. Häufig finden sich die Kunden dann auch unter mehreren Adressen und mit unzähligen Ansprechpartnern im System. Eliminieren Sie diese Adressen bereits im Vorfeld, sonst startet Ihr System bereits unter einem schlechten Stern.
9. Beginnen Sie mit dem Motto: Weniger ist mehr. Starten Sie am besten mit einer Pilotgruppe und einem Datenbestand aus einem klar begrenzten Gebiet (ob geographisch, kunden- oder produktorientiert) und optimieren Sie diesen Datenbestand. Arbeiten Sie sich dann stückchenweise vor, bis die gesamte Kundendatei auf Vordermann gebracht ist.