



Was ist Stammdatenverwaltung? Und warum brauchen Sie diese?

Einleitung

Die zunehmende Komplexität der globalen Wirtschaft des 21. Jahrhunderts hat erhebliche Auswirkungen darauf, wie Unternehmen die Integrität von Daten verwalten und aufrechterhalten. Die Notwendigkeit, eine „Single Version of Truth“ zu erstellen, zu verwalten und zu liefern, ist von entscheidender Bedeutung für Unternehmen, um die digitale Transformation wirklich voranzutreiben und um Kunden eine hervorragende Customer Experience zu bieten – egal ob digital oder offline. Angesichts der allgegenwärtigen Nutzung von mobilen Endgeräten, IoT und der Cloud ist es zudem schwieriger denn je, die überwältigende Menge an Daten zu verwalten, die von Unternehmen täglich weltweit produziert wird.

Höchste Zeit für Stammdatenverwaltung. Auf Englisch: Master Data Management (MDM). Auch wenn MDM noch nicht so vertraut ist wie CRM und ERP, bietet MDM eine essenzielle Lösung, die die Bedürfnisse von Unternehmen mit einem Business-First-Ansatz bedient. Es bietet vollständigen, konsistenten Zugriff und Sichtbarkeit auf Produkt-, Kunden-, Standort-, Mitarbeiter- und Lieferantendaten. Am wichtigsten ist jedoch, dass MDM die gesamte Organisation in die Lage versetzt, datenbasierte Entscheidungen zu treffen, die für betriebliche Agilität, Time-to-Value und Umsatzgenerierung sorgen.

Trotz der zunehmenden Bedeutung von MDM sind Sie vielleicht immer noch verwirrt, was MDM ist. Vielleicht verstehen Sie das Konzept, sehen aber nicht, wie es Ihrem Unternehmen hilft. In jedem Fall erfahren Sie in diesem White Paper in klaren einfachen Worten alles, was Sie über das Thema wissen müssen.

Der wichtigste Aktivposten Ihres Unternehmens

Ob es Ihnen bewusst ist oder nicht, Ihr Unternehmen sammelt heute Stammdaten aus mehr Quellen als je zuvor. So können Kundeninformationen zum Beispiel aus folgenden Quellen stammen:

- Kundenbindungsprogramme
- E-Commerce-Umsätze
- Anrufe beim Kundenservice
- Umfragen
- Externe Partner oder Drittanbieter

Das Gleiche gilt für Produktdaten. Sie haben vielleicht Tausende von Filialen, die Millionen von Produkten an Millionen von Kunden verkaufen, was zu einer Unzahl von

individuellen Details führt, die es zu verwalten gilt - eine riesige Flut von Stammdaten, die von Standorten, Kunden, Lieferanten, Herstellern und anderen stammen. Die Nutzung dieser Stammdaten liefert Informationen, die zur Optimierung Ihres Geschäfts genutzt werden können. Sie können helfen, Kundenanforderungen zu erfüllen, einen Produkt-Launch zu beschleunigen oder echte Omnichannel-Erlebnisse zu bieten.

Viele Unternehmen sind leider nicht in der Lage Stammdaten als entscheidenden Erfolgsfaktor zu nutzen, weil diese in isolierten Systemen vorgehalten werden werden. Dies kann zu unvollständigen oder doppelten Datensätzen führen. MDM löst dieses Problem, indem



Die Nutzung von Stammdaten liefert die Business Intelligence, um Ihr Geschäft zu optimieren indem Sie Kundenanforderungen bedienen, Markteinführungen beschleunigen, eine Omnichannel Customer Experience bieten und vieles mehr.

es ein zentrales Repository für den Aufbau und die gemeinsame Nutzung einer einzigen Version der Wahrheit bereitstellt. MDM ermöglicht es Ihnen, schnellere und intelligenter Entscheidungen zu treffen - von der Einführung neuer Produkte bis hin zu Upsell- und Cross-Sell-Möglichkeiten. Darüber hinaus ist MDM eine wichtige Grundlage, um das Neugeschäft voranzubringen.

So hilft MDM

Master Data Management ist mehr als eine Lösung zur Verwaltung Ihrer Daten. Es hilft, Daten zu erfassen und zu verwalten sowie diese bereit zu stellen, um die digitale Transformation und neues Geschäft voran zu bringen. Es entfernt doppelte Datensätze und kombiniert unvollständige Daten, um einen sogenannten "golden Record" zu erstellen, der als eine einzige Version der Wahrheit fungiert und auf allen Geschäftssystemen zur Verfügung steht. Letztendlich können Sie MDM als eine vollständige End-to-End-Lösung für Daten nutzen, die Innovationen vorantreibt.

Verbessern Sie die Datenqualität und senken Sie die Kosten. Mit MDM können Sie Daten effektiv konsolidieren, bereinigen, optimieren und steuern. Wenn Datensätze bearbeitet, aktualisiert oder gelöscht werden, ändert MDM das entsprechende „Golden Record“, so dass die Änderung überall sichtbar wird. Allein die administrativen Einsparungen sind signifikant. Denn wenn Daten nicht aktuell, genau oder abteilungsübergreifend konsolidiert sind, laufen mit der Datenpflege verbundene Kosten aus dem Ruder. Darüber hinaus kann es zu Frustration auf Kundenseite und zu Unregelmäßigkeiten in der Lieferkette führen.

Neue Produkte schneller einführen. MDM verbessert die Effizienz in der gesamten Produkt- und Lieferkette. Alle Details zu Produktinformationen werden effektiv eingebunden, bereinigt und angereichert und über alle wichtigen Unternehmenskanäle verteilt, veröffentlicht und syndiziert. So setzen Sie effizient Termine für die Produktveröffentlichung, definieren Meilensteine und bearbeiten Änderungsaufträge in Sekundenschnelle. Hersteller, Lieferanten und Ingenieure erhalten genaue Updates bei Änderungen von Produktdetails. Jeder, vom Wareneingang bis zum Versand, hat in Echtzeit Zugriff auf Produktspezifikationen, sobald diese aktualisiert werden.

Bieten Sie außergewöhnliche Kundenerlebnisse. Verschaffen Sie sich einen vollständigen und zuverlässigen Überblick Ihrer Kunden für Personalisierung und kundenorientiertes Targeting. MDM bietet eine präzise Datenbasis für die Zielgruppensegmentierung und ermöglicht so wirklich zielgerichtete Marketing- und Vertriebsstrategien. Wenn Sie Kundendaten aus verschiedenen Quellen sammeln, haben Sie mehrere Variationen desselben Datensatzes oder zwei verschiedene Datensätze für dieselbe Person. Eine Stammdatenlösung de-dupliziert Kundendatensätze, um Fehler bei der Personalisierung zu vermeiden:

- Keine E-Mails an den falschen Namen
- Keine peinlichen Kundentelefonate
- Keine doppelten Kataloge und Briefe an dieselbe Adresse

So sparen Sie bis zu 50% der Marketingkosten, weil doppelte Aussendungen und Rückläufer vermeiden. Außerdem erreichen Sie:

- Steigerung der durchschnittlichen Auftragsgröße
- Verbesserte Kundenbindung
- Erhöhung der Customer Lifetime Value
- Weitere Cross- und Upsell-Möglichkeiten

Hervorragender Kundenservice. Alle relevanten Abteilungen sehen Kundeninformationen auf einen Blick und ermöglichen es Ihren Mitarbeitern im Online-Chat/ Telefon-Support, das Problem des Kunden vertrauensvoll zu besprechen, indem sie Daten sofort einsehen können. Darüber lassen sich Daten aus dem Kundensupports automatisch mit den anderen Abteilungen wie Vertrieb oder Marketing teilen. Wird ein Kunde zum Beispiel an eine andere Abteilung weiter verbunden, müssen die gleichen Fragen nicht erneut beantwortet werden. Laut Accenture ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde sich für Sie entscheidet, um 65 % höher, wenn Sie seine Kaufhistorie kennen.

Einhaltung von Regulierungsanforderungen und Compliance. MDM hilft Ihnen Auflagen in Bezug auf Daten zu erfüllen, wie z.B. die Vorgaben der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), da Daten zu Kunden zentral aufgerufen, gelöscht oder bearbeitet werden. Die DSGVO stellt Unternehmen vor einige Herausforderungen:

- **Umfang:** Die Definition persönlicher Daten beinhaltet jetzt auch allgemeine Details sowie mögliche Objekte wie Fotografien und Inhalte aus den sozialen Medien.
- **Recht auf Vergessenwerden:** Kunden können verlangen, dass alle ihre personenbezogenen Daten gelöscht werden, wenn sie für den ursprünglichen Zweck nicht mehr benötigt werden.
- **Garantierte Daten-Portabilität:** Kunden können verlangen, dass ihre persönlichen Daten an Wettbewerber übermittelt werden.

Wie Unternehmen Erfolg mit MDM erzielen

Es ist erwiesen, dass der Einsatz von MDM signifikante Vorteile mit sich bringt. Einige weltweit führende Unternehmen und Brands setzten MDM erfolgreich ein, um einen Mehrwert zu schaffen.

MDM im Handel

Einzelhändler müssen Produktdaten korrekt und aktuell vorhalten. Marks & Spencer (M&S) hat 1.035 Filialen in Großbritannien und weitere 428 in 56 verschiedenen Ländern, mit über sieben Millionen registrierten Website-Nutzern.

Bei so vielen Nutzern und Produkten wurde der Relaunch der Website zu einer Herausforderung. M&S konnte es sich nicht leisten, aufgrund eines ineffizienten Prozesses Nutzer oder Umsätze zu verlieren. Das Unternehmen musste den Überblick über alle seine mehr als 20.000 Online-Produkte behalten, während es gleichzeitig den Übergang zu einer neuen E-Commerce-Plattform vollzog.

Zudem musste M&S:

- Die Produktverfügbarkeit an internationale Versionen der Website anpassen
- Kosten senken, durch Verschlanung interner Prozesse
- Schwachstellen eliminieren

Das Unternehmen nutzte Stammdatenverwaltung, um Produktinformationen an einem Ort zusammenzuführen und eine maßgebliche „Single Source of Truth“ zu schaffen. Eine besondere Herausforderung, da das Unternehmen über 585 verschiedene Produktattribute verfügt, die auf acht internationalen Webseiten in fünf Sprachen vorgehalten werden müssen.

Heute werden die Produktdaten in Sekundenschnelle aktualisiert. Das Unternehmen veröffentlicht ein Produkt und alle dazugehörigen Informationen für alle Geschäfte und Applikationen und stellt sicher, dass die Lieferketten in Echtzeit Zugriff auf einen genauen, aktualisierten Satz von Produktdetails haben.

Mithilfe von Stammdatenverwaltung kann M&S zudem:

- Business Rules nutzen um Daten zu kontrollieren. Kleidungsstücke können z.B. nicht online gehen, bevor alle Größen entsprechend etikettiert sind.
- Produkte für jedes Land anpassen. Wenn M&S keine Lizenz hat, in einem bestimmten Land zu verkaufen, wird das Produkt auf der entsprechenden Website nicht angezeigt.
- Verwaltung des gesamten Datensatzes in Englisch. MDM kennzeichnet automatisch Produkte, die international verkauft werden - nur diese Text werden kostenpflichtig übersetzt.

“ Eine einzige, gut verwaltete Datenquelle sowie mehr Automation haben ein System mit deutlich weniger Eingabefehlern ermöglicht, das die Veröffentlichung von Produkten auf der M&S Website erheblich beschleunigt hat.”

— Rebecca Chamberlain, M&S.com

MDM in der Herstellung

Hersteller müssen in den Bereichen Design, Sicherheit, Bau, Prüfung und Compliance nach anspruchsvollen Standards arbeiten.

Wenn ein Hersteller nicht auf die richtigen Informationen zugreifen kann oder falsche Informationen erhält, kann es zu erheblichen Verzögerungen kommen. Dies war die Herausforderung für einen der größten Zündkerzenhersteller der Welt, da jede Stufe des Fertigungsprozesses über verschiedene Länder und Kontinente verteilt ist.

MDM führt die Daten des Unternehmens nun in einem einzigen Dashboard zusammen, so dass:

- Stücklistenänderungen mit wenigen Klicks bearbeitet werden können und alle relevanten Parteien - einschließlich externer Lieferanten - automatisch benachrichtigt werden.
- Jede Stufe des Herstellungsprozesses erfüllt nun alle Compliance-Anforderungen, da alle relevanten rechtlichen Informationen verfügbar und aktuell sind.
- Produktspezifikationen werden in Echtzeit aktualisiert, so dass jeder in der Lieferkette, der Logistik und dem Marketing genau auf die Informationen zugreifen kann, die er benötigt.

Wenn Lieferanten häufig wechseln oder neue SKUs hinzugefügt werden, könnte dies einer der wichtigsten Gründe sein, eine MDM-Lösung in Betracht zu ziehen. Diese verkürzt nicht nur die Zeit bis zur Markteinführung, sondern ermöglicht es Ihnen auch, die Anforderungen Ihrer Kunden zu niedrigeren Kosten zu erfüllen und damit möglicherweise die Konkurrenz zu übertreffen.

MDM für Ihre Kunden

Die Zukunft Ihres Unternehmenserfolgs besteht vielleicht mehr als alles andere darin, außergewöhnliche Kundenerlebnisse anzubieten.

Der führende US-Lebensmittelhändler Wegmans speicherte Kundendaten in fünf verschiedenen Systemen, eines für jede seiner fünf Geschäftssparten, bevor MDM eingesetzt wurde. Das Unternehmen war nicht in der Lage personalisierte Einkaufserlebnisse anzubieten und das Kundenbindungsprogramm basierte auf einer schlechten Datenqualität.

Wegmans nutzte MDM, um Daten aus den fünf separaten Systemen zusammenzuführen und einen vollständigen Datensatz („Golden Record“) für jeden seiner 10 Millionen Kunden zu erstellen. Mit Hilfe der MDM Plattform wurden Daten dedupliziert, konsolidiert und bereinigt. Daten

unvollständiger Datensätze wurden verwendet, um den entsprechenden „Golden Record“ zu ergänzen und unvollständigen Datensätze wurden gelöscht.

Jetzt hat Wegmans:

- Einen einzigen, exakten Kundendatensatz je Kunde, der von allen Systemen der fünf Geschäftsbereiche gemeinsam genutzt wird.
- Ein personalisiertes Einkaufserlebnis für jeden Kunden.
- Ein Kundenbindungsprogramm mit zuverlässigen, aktuellen Daten.

Wegmans plant, mithilfe von MDM jährlich schätzungsweise eine Million neue Kunden zu gewinnen und die Daten für 70.000 Produkte, Standorte und Lieferanten zu verwalten.

MDM für den Online-Handel

Beim Online-Handel gibt es eine Riesenherausforderung: Kunden können das Produkt nicht in der Hand halten, bevor sie es kaufen. Deshalb verlassen sich E-Commerce-Shops auf Unmengen von Produktdaten wie z.B.:

- Fotos, die gezoomt und gedreht werden können
- Detaillierte Produktbeschreibungen
- Videos
- Rezensionen aus sozialen Medien

Grupo Elektra S.A.B. de C.V. ist Lateinamerikas führendes Fachhandels- und Finanzdienstleistungsunternehmen. Die Verwaltung von Produktdaten mit MDM hat Elektra in die Lage versetzt, den Onboarding-Prozess auf ihrer E-Commerce-Plattform zu verbessern und gleichzeitig die konsistente und vollständige Verfügbarkeit von Produktinformationen aus einer einzigen vertrauenswürdigen Quelle sicherzustellen. Dies hat Elektra in die Lage versetzt:

- das Produktangebot Online von 2.000 auf 50.000 in wenigen Wochen zu erhöhen
- die Suche und damit Suchergebnisse zu optimieren.
- den Website-Traffic um das 2,6-fache zu erhöhen.
- den Umsatz um 400 % zu steigern, bei einer gleichzeitigen Senkung der Retourenquote von 20 % auf weniger als 0,5 %.

Nur 3% der Daten von Unternehmen entsprechen grundlegenden Qualitätsstandards.

Eine Welt ohne Stammdatenverwaltung

Stellen Sie sich vor, wie die zuvor genannten Unternehmen ihre Herausforderungen ohne MDM gemeistert hätten. Es wäre wahrscheinlich ein komplizierter, mühsamer und zeitaufwändiger Prozess gewesen. Wir betrachten also ein Problem, das viele Unternehmen Umsatz kostet. In einer kürzlich durchgeführten Studie stellte die Harvard Business Review fest, dass **nur 3 % der Daten von Unternehmen grundlegenden Qualitätsstandards entsprechen.** Und laut IBM sind **die Kosten, die aufgrund schlechter Datenqualität entstehen, schwindelerregend: 3,1 Billionen Dollar jedes Jahr** allein in den Vereinigten Staaten. Die Daten mit der wahrscheinlich unzureichendsten Qualität sind die über Ihre Kunden. Warum? Im Vergleich zu einem Neukunden, der zum ersten Mal bei Ihnen einkauft, ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Bestandskunde erneut bei Ihnen kauft vier- bis achtmal höher.

Schlechte Kundendaten verärgern nicht nur Interessenten und Käufer, sie wenden sich auch von Ihrer Marke ab, und das kostet Sie Umsatz, schmälert Ihren Gewinn und beschädigt Ihre Marke. Die Nutzung unzulänglicher Kundendaten, kann z.B. diese Folgen haben:

- Eine Kunden E-Mail, die einen falschen Namen oder falsche persönliche Daten enthält.
- Irrelevante Rabattangebote, die sich auf eine falsche Kaufhistorie oder eine andere Region beziehen.
- Doppelter Versand eines Angebots an dieselbe Person.

Beim Einsatz einer MDM Lösung würde all dies nicht passieren. Jeder Kunde hat einen einzigen Datensatz („Golden Record“), der aus all Ihren bestehenden Daten zusammengefügt und abgeglichen wird, unabhängig davon, wo die Daten ursprünglich erfasst wurden. Mit hochwertigen Kundendaten verfügt Ihr Unternehmen über die Informationen, die es braucht um:

- sicherzustellen, dass Kunden-E-Mails mit korrekten Namen an die richtige Mail-Adresse versendet werden.
- Angebote ausschließlich an Interessenten zu senden, für die diese auch relevant sind.
- Werbemittel und -sendungen nur einmal pro Person zuzustellen.

Fazit

Digitale Transformation, qualitativ hochwertige Produkte herzustellen und anzubieten sowie anspruchsvolle Kundenanforderungen zu bedienen, war noch nie so wichtig wie heute. Diese Aufgaben erfordern einen flexiblen, umfassenden und strategischen Ansatz, der mit Daten beginnt und an dessen Ende überzeugende Geschäftsergebnisse stehen. Und genau das ist die Rolle von Stammdatenverwaltung. Sie bietet Ihnen die Möglichkeit, kostspielige manuelle Datenabläufe zu ersetzen, Datensilos zu entfernen und Prozesse zu verbessern. Mit MDM platzieren Sie das richtige Produkt zur richtigen Zeit bei der richtigen Person im passenden Kanal. MDM verschafft Ihnen eine vollständige

und umfassende Kundensicht – einen sogenannte 360°-Customer View - für die entsprechende Customer Experience, die Verbraucher wünschen. Darüber hinaus lässt sich MDM skalieren und um andere Datenarten – Domänen – erweitern: Produkte, Kunden, Filialen/ Standorte, Mitarbeiter, Lieferanten, Digital Assets u.v.m.

Ihr Unternehmen kann Stammdatenverwaltung nutzen, um neue Geschäftsmodelle und -prozesse zu entwickeln, bei denen die Interaktion zwischen Systemen eine Voraussetzung ist. Außerdem können Sie betriebliche Informationen an jeder Stelle im Unternehmen bereitstellen. Letztendlich können Sie mit MDM bessere und schnellere Entscheidungen treffen, Kosten senken und den ROI erhöhen.

Sie wollen mehr über die Vorteile von Stammdatenverwaltung erfahren? Senden Sie eine E-Mail an info@stibosystems.de oder besuchen Sie stibosystems.de.

Über Stibo Systems

Stibo Systems bietet Unternehmen innovative Softwarelösungen zur Stammdatenverwaltung und ermöglicht dadurch Datentransparenz. Unsere Lösungen sind weltweit die treibende Kraft hinter zukunftsorientierten Unternehmen, die den strategischen Wert ihrer Stammdaten nutzen. Wir versetzen Firmen in die Lage, das Kundenerlebnis zu verbessern, Innovation und Wachstum voranzutreiben und eine Grundlage für die digitale Transformation zu schaffen. So erhalten Unternehmen die Transparenz, die sie benötigen und wünschen: eine einzige, genaue Sicht auf ihre Stammdaten. Damit können Firmen fundierte Entscheidungen treffen und ihre umfangreichen, ambitionierten Ziele erreichen. Stibo Systems ist eine in Privatbesitz befindliche Tochtergesellschaft der 1794 gegründeten Stibo A/S Gruppe mit Hauptsitz in Aarhus, Dänemark. Mehr unter stibosystems.de.