

Botox für Kundendaten

Ein Autohaus plant eine große Verkaufsaktion für Cabrios. Die Zielgruppe: Geschäftsführerinnen im Alter zwischen 20 und 40 Jahren aus der Region Stuttgart.

Solch präzise Selektionen für Marketingaktionen oder eine gezielte Neukundenakquise sind mit Wirtschaftsdatenbanken kein Problem. Durchschnittlich 250.000 Firmenbewegungen und Handelsregisterveränderungen lassen sich Monat für Monat mithilfe solcher Datenbanken bundesweit verfolgen.

Kfz-Betriebe können auf diese Weise nicht nur Neukunden gewinnen, sondern auch Marktsegmente beobachten: „Neben Insolvenzen und Sitzverlegungen beleuchten Datenbanken auch Bewegungen wie Rechtsformänderungen oder Umsatzsteigerungen“, erläutert Michael Sperl, Geschäftsführer des Wirtschaftsinformationsanbieters Databyte (www.databyte.de).

Neben neu bestellten Geschäftsführern liefern Datenbanken zudem auch Geburtstage von Firmeninhabern und Firmengründungsdaten. So können Händler einem Flottenkunden beispielsweise zum Firmenjubiläum gratulieren. Und ein halbes Jahr vor dem Auslauf des Leasingvertrags kann der Verkaufsberater einem neu bestellten Geschäftsführer gezielt ein maßgeschneidertes Leasingangebot schicken.

„Sämtliche Hintergrundinformationen sind in den Datenbanken mit beliebigen Auswahlkriterien kombinierbar, wie Fuhrpark, Branche, Betriebsgröße, Region oder Bonität“, erklärt Michael Sperl.

Daten sind oftmals veraltet oder falsch

Der Automobilhandel macht von Wirtschaftsdatenbanken aber immer noch selten Gebrauch. Viele Händler arbeiten

mit veralteten Daten – so das Ergebnis einer aktuellen Studie der Deutschen Post zum Thema Datenqualität. Jährlich ändern sich rund 15 Prozent aller Adressen durch Umzug oder Löschungen. Und da die Mitarbeiter Kundendaten in der Regel manuell eingeben, entstehen oftmals Dubletten oder die Schreibweise ist falsch. Schätzungen zufolge sind bis zu 30 Prozent der Bestandsdaten in Unternehmen fehlerhaft.

„Gleicht ein Autohaus seine Daten mit Referenzdaten einer Wirtschaftsdatenbank ab, kann es Fehler identifizieren und bereinigen. Die Datenbanken liefern zudem weitere nützliche Informationen wie Details über die Gesellschafter oder die Jahresbilanz. Nutzt ein Händler die Bonitätsprüfung, weiß er schon vor Vertragsabschluss, mit wem er es zu tun hat.“

Und mithilfe des sogenannten Monitorings kann ein Au-

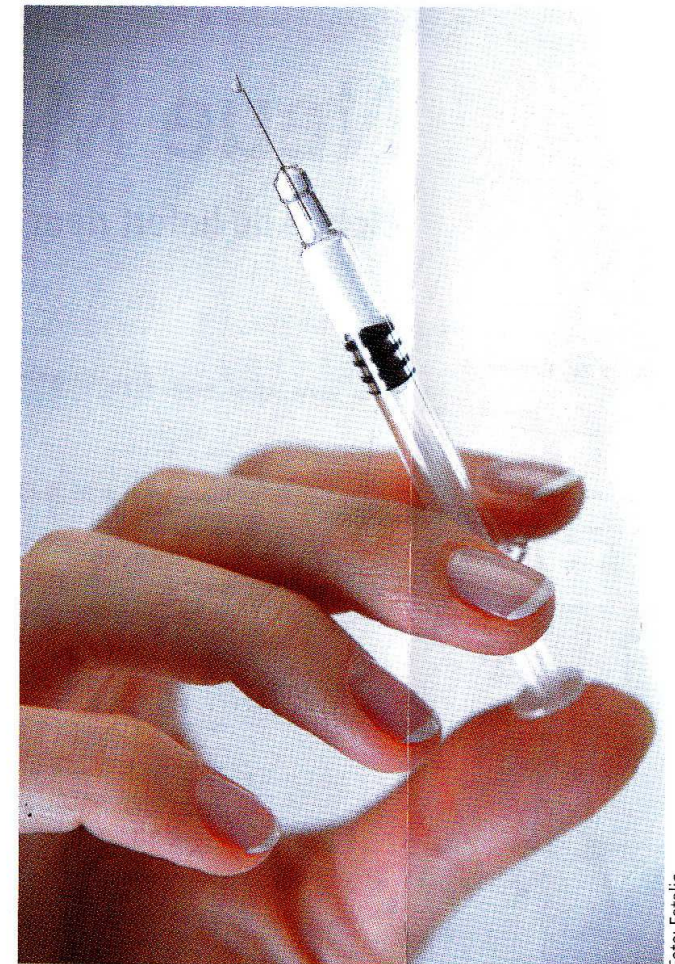


Foto: Fotolia

tohaus auch langfristig die Qualität seines Datenbestands sichern: Ein Überwachungsservice informiert automatisch und auf Wunsch sogar tagesaktuell über relevante Veränderungen im eigenen Kundestamm, wie Insolvenzen, Umzüge oder Geschäftsführerwechsel.

Wirtschaftsdatenbanken liefern die richtige Informationsspritze, damit der Adressbestand nicht veraltet.

Silke Venker