

# Tipps und Ratschläge für den Vertrieb



**Thema: Pflege der Kundendatenbank**

September .2006

**Autor : Bernd Conrad**

Die Qualität der Daten entscheidet häufig über den Erfolg im Vertrieb. Findet man nur ungepflegte Kundeninformationen in der Datenbank, gibt mancher Verkäufer 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.

- 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 von derartigen „Werbeschreiben“ ausgeht, vor Augen.
- 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.
- Legen Sie im Vorfeld genau fest, welche Kriterien einen A-Kunden, einen Interessenten und einen Stammkunden ausmachen. Auch die Branchenklassifizierung muss genau festgelegt werden.
- Definieren Sie klare Zugriffsrechte für die Daten.
- Legen Sie Verantwortlichkeiten für die verschiedenen Kundendaten fest. Jeder Verkäufer sollte für einen Teil des Gesamtdatenbestands verantwortlich sein.
- Definieren Sie konkrete Ziele für die Qualität der Kundendaten. Qualität ist messbar und sollte regelmäßig überprüft werden.
- 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.
- 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 schrittweise vor, bis die gesamte Kundendatei auf Vordermann gebracht ist.