

# DataFlux | Führend bei Datenqualität und Datenintegration

## Anwenderbericht

### LexisNexis realisiert verbesserte Kundenbeziehungen

DataFlux-Technologie ermöglicht globalem Informationsanbieter einen 360-Grad-Blick auf seine Kundendaten, reduziert unnötige Doppeleinträge und erlaubt eine effektivere Erfüllung von Kundenanfragen.

#### Das Unternehmen

LexisNexis ist weltweiter Marktführer für umfassende und verbindliche Rechts- und Wirtschaftsinformationen und Nachrichten. Das Unternehmen bietet zahlreiche Online-Services an, mit denen die Kunden nach bestimmten Dokumenten suchen können. Es stehen über 4 Milliarden Dokumente aus mehreren tausend Quellen zur Verfügung, u. a. von den angesehensten Herausgebern von Rechtstexten.

#### Die Aufgabe

In den vergangenen Jahren hatte LexisNexis den Versand von über 12 Millionen Mailings zur Unterstützung von mehr als 2.000 Kampagnen an einen Outsourcing-Anbieter vergeben. Um diese Kosten zu reduzieren, musste LexisNexis eine exakte und aktuelle Datenbank aus zahlreichen Quellen erstellen, u. a. Anwaltsregistrierungen, interne Datenquellen und Fremd-Datenbanken. Ebenso sollten gezieltere Angebote für die Kunden erstellt werden.

Aufgrund der unterschiedlichen Herkunft der Daten war das Unternehmen mit einer Reihe von Datenmanagement-Problemen konfrontiert, z. B. doppelten Namen und ungültigen Adressen.

Die Folge war, dass LexisNexis häufig:

- mehrere Aussendungen an die gleiche Adresse schickte, da die gleichen Einträge in unterschiedlichen Datenquellen vorlagen
- Angebote, die eigentlich an Interessenten gerichtet waren, an Anwälte oder Kanzleien sandte, die bereits Kunden von LexisNexis waren
- Probleme dabei hatte, seine Zielgruppe zu erreichen

#### Auf einen Blick

- USPS CASS-Verifikation zur Sicherstellung, dass alle Mailings an gültige Adressen gehen
- Mögliche Einsparungen von einer Million Dollar durch geringere Outsourcing- und Mailing-Kosten
- Beseitigung von Doppeleinträgen, Standardisierung der Kundenkontaktdaten

#### Die Lösung von DataFlux

DataFlux erhielt den Auftrag von LexisNexis, für eine Verbesserung der Kundendaten zu sorgen und sicherzustellen, dass künftig keine doppelten oder unpassenden Mailings mehr an Anwälte und Kanzleien geschickt würden. DataFlux implementierte dafür bei dem Unternehmen die Datenmanagement-Applikation dfPower Studio. Diese verwaltet und verbessert die Marketing-Datenbasis für Business- und IT-Anwender.

„Unser bisheriger Outsourcing-Anbieter hatte sich nicht um die Qualität der Daten gekümmert, da er nicht an einer Begrenzung der Mail-Anzahl interessiert war“, sagte Bill Welch, Marketing Systems Manager bei LexisNexis. „Dies war einer der Gründe dafür, warum wir statt dessen die jetztige Lösung wählten, und wir haben ausgezeichnete Ergebnisse erzielt.“

### **Das Ergebnis**

Die Technologie von DataFlux ermöglicht es LexisNexis, die Anzahl der redundanten und fehlerhaften Mailings zu verringern. Durch die Vermeidung unnötiger Aussendungen und durch die effizientere Verwaltung der Kundendaten im eigenen Hause kalkuliert LexisNexis mit einem Einsparpotenzial von einer Million Dollar pro Jahr.

LexisNexis verfügt heute über eine verbesserte Kundendatenbank und kann auch auf zielgruppenrelevante Details zurückgreifen. Dank dieser 360-Grad-Perspektive und der damit verbundenen gezielten Kundenansprache verbesserten sich die Kundenzufriedenheit und die Kundentreue.

„DataFlux hat uns einen Weg gezeigt, wie wir die Angaben, die bislang in verschiedenen Datenquellen vorlagen, in einer Datenbank konsolidieren konnten“, sagte Welch. „So können wir heute sicher sein, dass wir nicht Hunderte oder Tausende von Mailings an die falschen Adressen schicken – und dass wir unseren Kunden einen besseren Service anbieten können.“

„Durch eine verbesserte Kontrolle über unsere Kundeninformationen wissen wir, dass wir nicht Hunderte oder Tausende von Mailings an die falschen Adressen schicken – und wir können unseren Kunden einen besseren Service anbieten.“

Bill Welch, LexisNexis