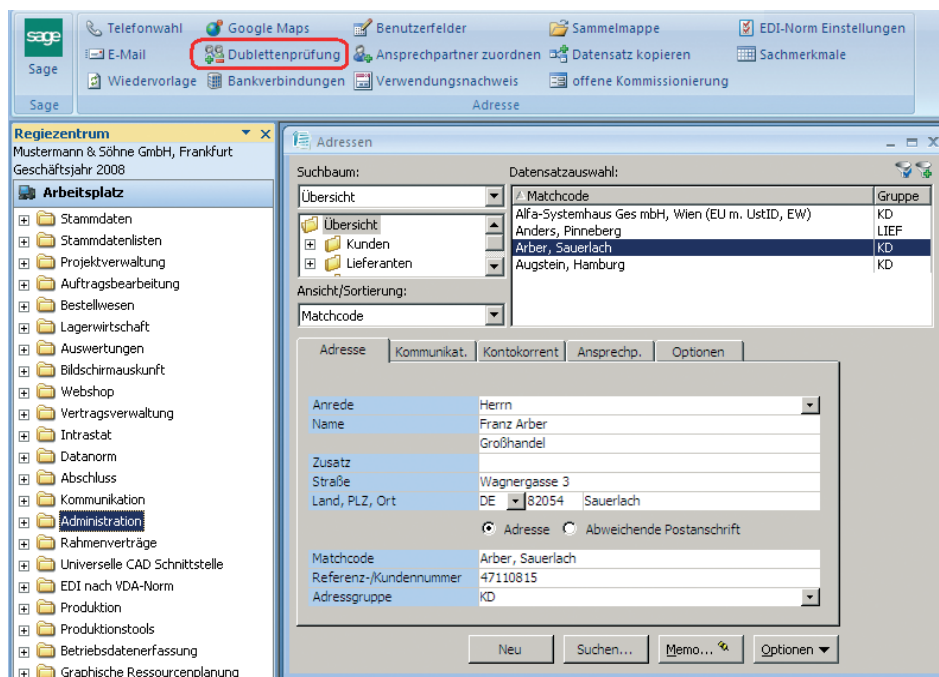


Datenblatt Dublettenanalyse und -abgleich für Adressen

Adress- und Kundendaten sind das Kapital jedes Unternehmens. Nur ein gut gepflegter Adressbestand erlaubt Ihnen eine personalisierte Ansprache von Kunden und Interessenten und bildet damit eine Mindestvoraussetzung für jedes Mailing. Der Kunde, der einen Brief aufgrund einer Adressdublette mehrfach erhält, identifiziert diesen sofort als „Massenware“. Darüber hinaus erfordert die gezielte Analyse des Adressbestands, zum Beispiel in Form von Warenkorbanalyse oder Kundenwertberechnungen, zwingend einen gepflegten und um Dubletten bereinigten Adressbestand. Andernfalls werden solche Auswertungen verfälscht und können nicht mehr als solide Basis für unternehmerische Entscheidungen herangezogen werden.



Highlights

- Reduzierung Ihrer Portokosten für Mailings durch Vermeidung von Doppelversendungen
- Verbesserte Adressanalyse, durch Entfernung von ergebnisverfälschenden Dubletten
- Einmalige Analyse des kompletten Adressenbestandes
- Optionale Analyse während der Erfassung einer Adresse
- Übersichtliche Darstellung der Unterschiede der gefundenen Dubletten
- Einfacher Abgleich einzelner Werte der Dubletten
- Übernahme aller Kontokorrentinformationen beim Abgleich von Dubletten
- Kennzeichnung von nicht abzugleichenden Dubletten

Das Zusatzmodul Dublettenanalyse und -abgleich für Adressen unterstützt Sie dabei, Ihren Adressbestand noch gewinnbringender einzusetzen und die Kosten für Mailings und das Adresshandling deutlich zu reduzieren. Es kontrolliert den kompletten Adressbestand und findet doppelt erfasste Adressen. Ein Abgleich der Dubletten findet mit einem einfachen Knopfdruck statt. Gerade in älteren ERP-Systemen gibt es vielfach die Notwendigkeit, Kunden und Lieferantendaten doppelt zu erfassen. Damit entstehen

zwangsläufig Dubletten, die nach einer Datenübernahme in die Office Line mit der Dublettenanalyse erkannt und zusammengeführt werden können. Bei der Zusammenführung der Dubletten legt der Anwender fest, welcher Datensatz erhalten bleibt (Gewinner) und welche Datensatz gelöscht wird (Verlierer). Hierbei können gezielt einzelnen Daten des Verlierers in die Gewinneradresse übernommen werden. Hierzu gehören selbstverständlich auch Ansprechpartner und alle Kundeninformationen.