



Siteshop ApS
siteshop.eu

Dubletter i CRM

GUIDEN TIL AT HÅNDETERE DUBLETTER I DIT CRM-SYSTEM



Indhold

VORES ERFARING MED CRM SIDEN 1999	4
TIP#1 - OPRYDNING OG SAMMELÆGNING	5
TIP#2 - FIND KILDERNE TIL DUBLETTER	6
TIP#3 - UNDGÅ HELT MANUEL INDTASTNING .	7
TIP#4 - IDENTIFICÉR USIKRE INTEGRATIONER	8
TIP#5 - UDNÆVN EN DATA CHAMPION.....	9
TIP#6 - VÆRKTØJER TIL SAMLÆGNING I CRM	10
TIP#7 - OPRET DATA KVALITETS RAPPORTER.	11
KOM GODT I GANG	12

Vores erfaring med CRM siden 1999

Hos Siteshop har vi over 25 års erfaring med CRM og hvordan man får succes med det. Doubletter og data kvalitet har været et centralt emne alle årene, så vi har samlet **7 gode tips** som du kan læse her.



Dit CRM er kun så godt som datakvaliteten

Indrømmet; doubletter og datakvalitet i CRM kan virke temmelig nørdet! Men hvis man fjerner det tekniske aspekt fra emnet, så står det lysende klart hvor svært det er at blive succesfuld med CRM, hvis den er gal med data.

Hvis jeres CRM-data roder vil samtlige brugere **spilde tid** hver gang de søger kundeoplysninger, marketing vil **ikke kunne bruge oplysningerne** fra CRM til noget, ledelsen kan ikke få retvisende rapporter, **kunderne vil mærke usikkerheden** hos jeres kundeservice og I vil **miste tilliden** til jeres eget CRM-system.

Simple ting som firmaer der findes 4-5 gange, adresser der er forældet eller kreditvurdering der er 3 år gammel, er direkte ødelæggende for jeres arbejdsgange, kundeforhold samt evnen til at styre virksomheden i den rigtige retning.

Og hvis I tror at jeres CRM-system skal være et nemt "360 graders billede" af jeres kunder og relationer, så tro om igen, hvis ikke indholdet i CRM er korrekt, fyldestgørende og præcist.

Oprydning og dublet sammenlægning



Tilbage til et godt udgangspunkt

Der går sjældent lang tid mellem lanceringen af jeres nye CRM-system, til de første dubletter og *out-datede* oplysninger begynder at vise sig.

Brugerne skal jo oprette en masse prospekter, registrere nye kunder og notere en masse gode leads og aktiviteter.

Og hvis der ikke ligger en klar strategi for oprettelse og vedligeholdelse af datakvaliteten, så forstil dig lige hvor meget rod der kan hobe sig op på ganske få år.

Udgiften til oprydningsprojekt er hurtigt tjent hjem i sparret tid, bedre kundeoplysninger og gladere kunder.

TIP#1

Første tip er derfor at **starte med oprydningsprojekt i CRM**, der har til formål først at identificere potentielle dubletter, og derefter eliminere dem. Efter identificeringen af potentielle dubletter bør man grundigt overveje, om data på en logisk måde kan **sammenlægges eller om kan slettes helt**.

Projektet kan udføres af jeres CRM administrator, jeres CRM konsulenter eller af os i Siteshop.

Det er vigtigt at både system- og dataejere deltager i projektet for at sikre at f.eks.

Salg og Marketing er helt enige med CRM-administratoren, om hvilke data der kan sammenlægges eller slettes.

Find kilderne til dubletter

Nu da I har fået ryddet op er det næste logiske step at lukke (eller i hvert fald minimere) hullerne, så der ikke opstår dubletter igen.

TIP#2

Hvem eller hvad kan oprette nye firmaer i CRM?

Vores erfaring viser at det typisk drejer sig om:

1. Manuel (eller copy/paste) oprettelser af nye firmaer i CRM
2. Import af XLS lead-lister fra messer eller anden marketing
3. Integration med website web forms
4. Integration med ERP-systemet

Guidens 2. tip er derfor at I sammen med jeres CRM-ejer / administrator laver en liste over alle de arbejdsgange og processer, der har mulighed for at oprette ny data i CRM.

Kom gerne hele vejen rundt, så alle oprettelsesprocesser i Salg, Marketing, Service, Finans, IT mv. bliver belyst.

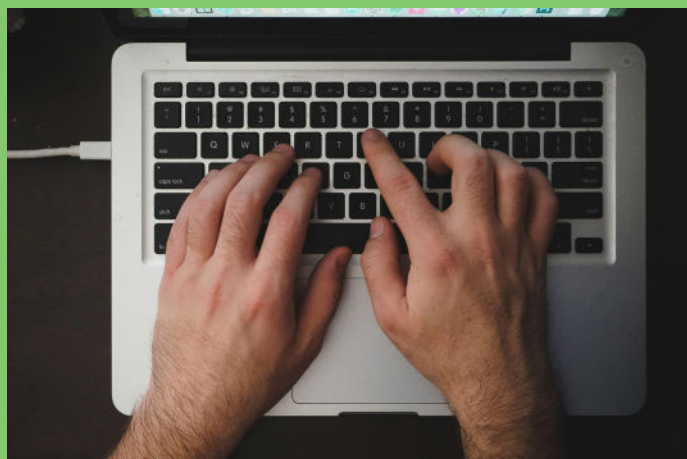
Nu da kilderne er identificeret er opgaven så at vurdere, om metoderne kan forbedres. Jo mere dataoprettelse man kan **automatisere eller integrere**, jo større er chancen for at kunne minimere dubletter og forbedre datakvaliteten. Det stiller naturligvis krav til, at integration er intelligent, er baseret på en god datakilde og sat i øvrigt op til at understøtte jeres arbejdsgange.



Undgå helt manuel indtastning

DATAKVALITET OG KVANTITET

Manuelle oprettelser i CRM tager lang tid, er kedelige, og man glemmer nemt hvad man skal indsætte i hvert felt. Lad en app hjælpe dig så data ikke alene bliver oprettet korrekt, men alle felter også bliver udfyldt hver eneste gang.



Manuel indtastning tager enten lang tid, eller bliver fyldt med fejl

Den største årsag til doubletter og dårlig datakvalitet, er uden tvivl at mange CRM-brugere indtaster manuelt eller bruger copy/paste metoden, når de vil oprette nye firmaer i CRM.

Det kan f.eks. være man vil oprette en ny kunde eller registrere nogle nye prospekter.

Her ser vi en helt tydeligt adfærd hos de fleste der arbejder i CRM-systemet, der enten er hurtige men sjuskede, eller grundige men langsomme.

Uanset hvad er det en kedelig og tidskrævende arbejdsgang, og den skal selvfølgelig undgås helt.

TIP#3

Vores tip nr. 3 er derfor at anskaffe sig en app/integration til jeres CRM-system, der lader brugerne søge firmaer frem og indlæse dem i CRM – uden at de skal gøre noget manuelt.

App'en/integrationen skal naturligvis være koblet op til en god datakilde og indeholde dublettjek inden indlæsning.

Hos Siteshop tilbyder kvalitetsintegrationer til jeres CRM-system fra enten Risika, Byggefakta SMART eller Dun & Bradstreet.





TIP#4 - Identificér usikre integrationer

Nu er det jo ikke kun mennesker og manuelle arbejdsgange der kan skabe dubletter i CRM, men også automatiske integrationer som måske ikke er konfigureret optimalt.

Vores 4. tip er derfor at kigge på de integrationer I har med jeres CRM-system og se om logikken bag og forholdene omkring dem, holder tæt.

1. Har integrationen defineret en unik nøgle og er kvaliteten af denne i top? (dubletter i CRM spænder effektivt ben for en god unik nøgle)
2. Er det en 2-vejs integration med f.eks. jeres ERP-system, SKAL der være en sikker metode til at tildele kundenummer korrekt i begge systemer
3. Integrationer med web forms- eller marketingplatforme, hvor leads kan komme ind i CRM udefra, stiller høje krav til metoden for dublettjek. Er e-mailadressen den bedste nøgle? Skal man acceptere risikoen for dubletter?

Et unikt ID er nøglen til en god integration, men hvis dette gøres korrekt, vil det også skabe stor værdi i CRM, med automatisk tilførsel af relevante kundeoplysninger.



A photograph showing two people, a woman with curly hair and a man, standing in front of a whiteboard. The woman is holding a laptop and pointing at the whiteboard with a green marker. The whiteboard has various hand-drawn diagrams and notes, including 'H1-H2 Design', 'H1-H2 Headline', and 'Video Module'. The man is looking at the whiteboard. The text 'Udnævn jeres egen Data Champion' is overlaid on the image.

Udnævn jeres egen Data Champion

Uddel ansvaret for data i CRM

Ligesom salgsschefen har ansvaret for pipeline i CRM og Marketing har ansvaret for at tilføje kvalitets leads, så bør der også være en person i jeres virksomhed med ansvaret for datakvalitet.

Vores 5. tip er derfor at I udnævner en "Data champion", hvis ansvar er overvåge og opretholde kvaliteten af data i CRM.

Hvis dette gøres løbende og efter best practice vil opgaven ikke være så tidskrævende men effekten af et rent CRM-system vil være enorm.

Det er ikke nødvendigvis en opgave for IT-afdelingen eller for CRM-administratoren, da de ikke altid har noget forhold til de data der ligger i CRM. Så vores anbefaling er at det er én, eller flere, personer som har kendskab til data og rettigheder til at sammenlægge eller slette data i CRM.

TIP#5

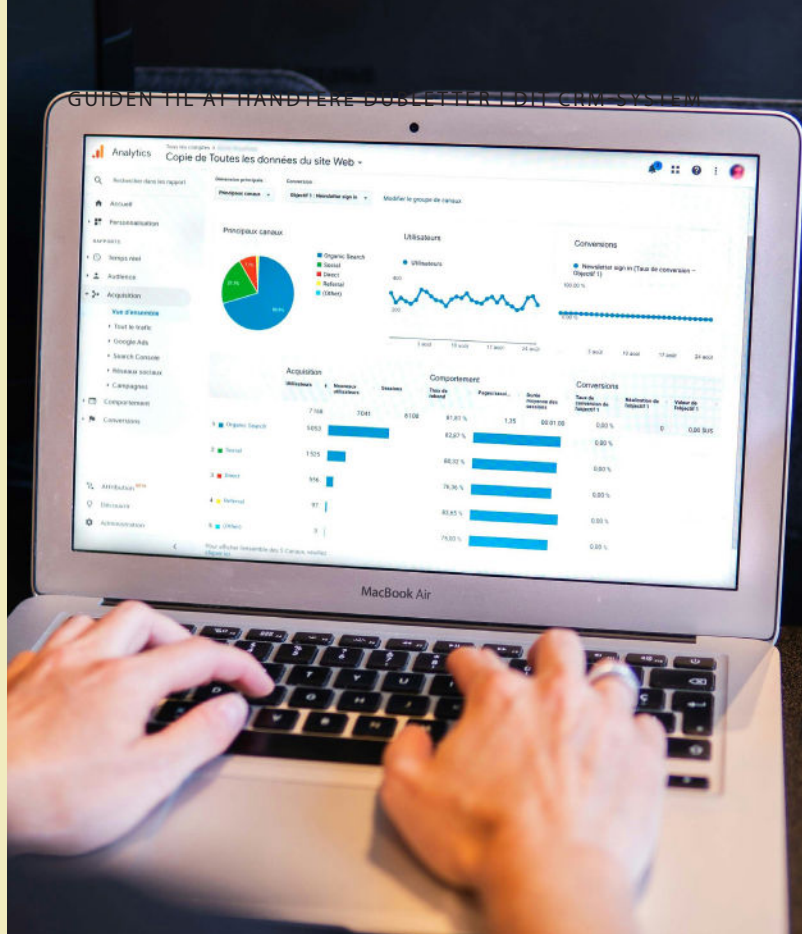
DATA CHAMPION

En Data Champion vil løbende have øje på kvaliteten af jeres kundedata i CRM.



Hvis disse spørgsmål kan besvares ens hver gang, kan det være noget jeres "Data champion" dokumenterer og deler med de andre brugere, som må flette data.

Opret datakvalitets rapporter i CRM



Antallet af firmaer, aktiviteter, salgsmuligheder mv. i CRM-systemet stiger dag efter dag, hvilket selvfølgelig er meningen. Så for at kunne følge udviklingen af datatilførelse, må du oprette nogle rapporter, lister eller dashboards i CRM.

TIP#7

Det 7. tip er at I opretter lister, rapporter eller dashboards, som illustrerer jeres samlede mængde af firmaer grupperet og sorteret på en sådan måde, at I kan afsløre dårlig datakvalitet.

- Lav en liste over alle firmaer i CRM og sortér efter CVR nummer, kundenummer og/eller firmanavn, så I let kan spotte potentielle dubletter.
- Lav en rapport over alle firmaer i CRM hvor oplagte felter som CVR nummer, postnr. eller telefon ikke er udfyldt. Dette afslører ofte om firmaet er oprettet manuelt af en bruger.
- I et dashboard kan I eventuel lave grafer der fordeler firmaerne pr. bruger, så I kan identificere hvem af brugerne der er synderene – så I kan hjælpe dem.
- Lav en søgning der finder alle firmaer, som ikke har nogle aktiviteter, salgsmuligheder eller personer tilknyttet. Dette kan være en indikation på at firmaet er oprettet ved en fejl, eller bare ikke er relevant at beholde i CRM

Med nogle gode rapporter kan I afsløre mangelfulde data eller dubletter, som I kan rette op på og dermed opnår højere kvalitet i CRM-systemet.



Kom godt i gang

Med disse 7 tips håber vi at have inspireret jer til, hvordan I kan forbedre datakvaliteten i jeres CRM-system og minimere omfanget af dubletter.

I Siteshop har vi hjulpet mange firmaer med netop disse udfordringer og vi har endda lavet en håndfuld værktøjer og apps til jeres CRM-system, der kan forhindre at der opstår dubletter.

 **Siteshop**

(+45) 70 20 19 78

www.siteshop.dk

info@siteshop.dk