

Die Rohdiamanten schleifen

Über Jahre gesammelte Kundendaten können für Unternehmen heute ein wertvolles Gut darstellen. Doch was tun, wenn diese Daten nicht von Beginn an in einer für zukünftige Projekte geeigneten Struktur erfasst wurden oder viele Doppelspurigkeiten die Qualität beeinträchtigen? Genau mit dieser Frage haben sich die Verantwortlichen von zkipster, ein Startup im Bereich Eventmanagement, an b-data gewandt. Olivier Benz, Geschäftsführer von b-data, hat diese Daten analysiert, strukturiert und Duplikate entfernt.

Auftraggeber: zkipster – Eventmanagement Software für die weltbesten Events

zkipster bietet eine Software bzw. einen Service für professionelle Eventplaner. Das junge Unternehmen konnte sich in den vergangenen Jahren im Bereich der Invitations-only-Events von Luxusgütern, Medienkonzernen, Finanzdienstleistern, Regierungen oder in der Kunstszene etablieren. Ihre App wurde beispielsweise an der vergangenen Oscar-Afterparty eingesetzt. Mit dieser können Eventorganisatoren ihren Anlass vor, während und danach managen. Die Software unterstützt die Erstellung von Gästelisten und Einladungen. Verschiedene Features ermöglichen es, den Einlass der Gäste zu vereinfachen und was immer wichtiger wird – sie unterstützt auch bei der Nachbereitung des Events. So kann ausgewertet werden, wer sich angemeldet hat, wer tatsächlich am Event teilgenommen hat, wer abgesagt hat.

Anforderungen des Kunden: Unsere Rohdiamanten «Kundendaten» schleifen

David Becker, CEO von zkipster, schildert die Anforderungen an b-data so: «Wir waren uns im Klaren, dass wir nach fünf Jahren Sammeln von Kunden- bzw. Gästedaten mal unsere Datenbank aufräumen müssen.» Das Know-how, diese Arbeit selbstständig auszuführen, fehlte zkipster. Zudem sei die Datensammlung sozusagen ihre Schatzkammer und in diese lasse man nicht jeden rein, führte Becker weiter aus. Bei der Suche nach einem geeigneten Partner mit Erfahrung in der Datenanalyse und -bereinigung stiessen sie auf b-data. «Wir haben Vertrauen in b-data. Es ist eine Schweizer Firma und wir fühlen uns wohler, wenn wir solche Aufträge einem Schweizer übergeben, obwohl wir hauptsächlich in den USA tätig sind. Olivier Benz hatte freie Kapazität und wir beschlossen uns gegenseitig als Startups zu unterstützen», begründete Becker die Wahl von b-data. Olivier Benz bekam den Auftrag, die Daten zu analysieren und zu strukturieren. Denn als zkipster vor rund fünf Jahren mit der Erstellung der Software begonnen hatte, war für das Startup nicht klar, wo die Reise des Unternehmens genau hinführen würde und welche Informationen in der Datenbank vorhanden sein müssen. Priorität hatten die Funktionen der Software, denn nur eine Software mit den richtigen Funktionen liess sich an den Kunden verkaufen.

Lösung von b-data: Die Schatzkammer aufräumen

Um die Datenqualität zu verbessern, benötigte es zahlreiche Bereinigungsmechanismen. Olivier Benz analysierte beispielsweise, wie viele Gästedaten in den letzten

Jahren hochgeladen wurden. Bisher wusste zkipster nur, dass rund acht Millionen Gäste an Events, die mit ihrer Software unterstützt wurden, teilgenommen hatten. Zudem mussten Doppelspurigkeiten behoben werden. Denn es gab zahlreiche Personen, die von verschiedenen Kunden eingeladen und auch mehrmals erfasst wurden.



Fazit: Für Schritte im Bereich CRM-Intelligenz benötigt man saubere Daten

«Wir haben erste Resultate. Und toll ist, wir haben sehr rasch Wissen in unsere Firma hereingeholt; sehr spezifisches Wissen, das bei uns nicht vorhanden war, zu dem wir keinen Zugang hatten und das wir auch nicht ohne weiteres über eine fixe Position hätten finanzieren können», fasst David Becker die Zusammenarbeit mit b-data zusammen. Olivier Benz sei zum richtigen Zeitpunkt verfügbar gewesen, hätte sie professionell unterstützt und konnte in kurzer Zeit viel bewegen, fügt Becker an. Durch die Arbeit von b-data hat zkipster nun eine gute Ausgangslage, die für das junge Unternehmen und dessen Pläne extrem viel bedeutet. Für die Kunden will zkipster nämlich ihre CRM-Intelligenz verbessern, so dass diese rasch beurteilen können, welches Ihre wichtigsten Gäste an einem Event sind. Bevor man sich aber im Thema Machine Learning bewegen kann, benötigt man aufgeräumte, saubere Daten.



Projekt: 2016