

Datakwaliteit als basis voor operational excellence

Mijn WNF concept

Het Wereld Natuur Fonds (WNF) Nederland maakt deel uit van het internationale World Wide Fund for Nature en behoort tot de grotere natuurbeschermingsorganisaties. Niet alleen als we kijken naar het aantal projecten dat het WNF uitvoert, maar ook wanneer we de grootte van de achterban van 935.000 donateurs (1 juli 2007) in ogenschouw nemen. Het verstevigen van de bestaande relaties is net zo belangrijk als absolute groei van de achterban. De focus is verschoven van productgericht naar relatiegericht waarbij men zich voor iedere relatie afvraagt: wat kunnen wij de donateur bieden, wat betekent de donateur voor ons en wat kunnen wij voor elkaar blijven betekenen in de toekomst. De historie van de donateur is belangrijk, maar ook in deze nieuwe benadering spelen de verschillende rollen die iemand kan hebben een rol. Een relatie kan gezien worden als een donateur, maar hij is wellicht net zo waardevol als grootvader van een WNF-Ranger. De 93.000 kinderen (6-12 jaar) van de Rangerclub zijn erg belangrijk voor het WNF; het zijn de toekomstige donateurs. Datzelfde geldt voor de 24.000 WNF-Bamboekids, in de leeftijd van 3 tot 6 jaar. Het is voor het WNF van groot belang dat het in staat is die verschillende generaties te onderscheiden om hen vervolgens op de juiste manier te kunnen aanspreken. En in het najaar van 2007 komt de vernieuwde website online, waardoor relaties hun eigen gegevens kunnen inzien en muteren: het MijnWNF concept. Deze nieuwe site maakt het in de nabije toekomst bovendien mogelijk om voorkeuren en interesses door te geven aan het WNF. Dat levert het WNF waardevolle informatie die kan worden toegepast om in de toekomst campagnes en aanbiedingen beter toe te spitsen op de wensen van de donateur. Het geeft tevens inzicht in het voorkeurskanaal van de relatie. Ook zo kunnen we de relatie versterken en de donateur beter bedienen.

Stroomlijnen van processen

Het WNF is zich al lange tijd bewust van het belang van datakwaliteit. De organisatie gebruikt al een kleine 10 jaar de software van Human Inference. Aanvankelijk om bestanden te ontdebelen en te schonen met als doel de response van direct mail te verhogen. Maar nu ook om te werken aan een eenduidig donateurbeeld en aan het stroomlijnen van processen. Onlangs heeft het WNF de samenwerking met Human Inference verlengd en dat past in het streven naar *operational excellence*. Henk Middelbrink, ICT Manager bij het WNF: "Alle bedrijfsprocessen waarin relatiegegevens een rol spelen, dienen zo veel mogelijk te worden geautomatiseerd en gestandaardiseerd. Wij vergroten op die manier de efficiency van de organisatie en we stroomlijnen de verwerking. Daardoor blijft er onder de streep geld over dat wij hard nodig hebben om natuurbeschermingsprojecten te kunnen blijven ondersteunen. De software van Human Inference is dan ook essentieel voor onze bedrijfsvoering."

Wereld Natuur Fonds Nederland

www.wnf.nl

"Alle bedrijfsprocessen waarin relatiegegevens een rol spelen, dienen zo veel mogelijk te worden geautomatiseerd. Wij kunnen op die manier de efficiency van de organisatie vergroten en processen stroomlijnen. Daardoor blijft er onderaan de streep geld over dat wij hard nodig hebben om natuurbeschermingsprojecten te kunnen blijven ondersteunen. De software van Human Inference is dan ook essentieel voor onze bedrijfsvoering."

Henk Middelbrink,
ICT Manager Wereld Natuur Fonds Nederland

Branche

Natuurbescherming / charitas

Geografie

Nederland

Implementatie omgeving

Oracle DB en Plain Synergy

Database

1.5 miljoen relaties

Human Inference Oplossingen

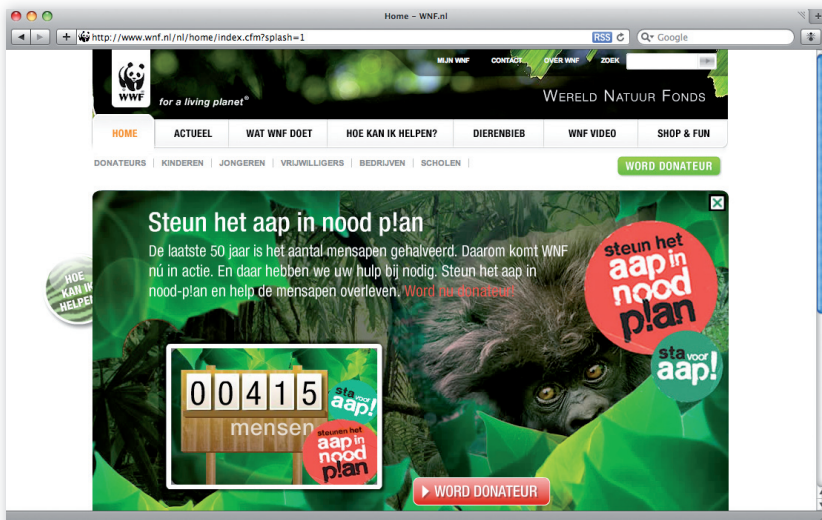
HIquality Name

HIquality Address

HIquality Identify

Voordelen

- efficiënt matchen, ontdebelen en invoeren van (nieuwe) relatiegegevens
- flexibele processen voor het standaardiseren en valideren van adressen
- stroomlijnen processen rondom datakwaliteit
- realisatie eenduidig donateurbeeld
- invulling geven aan operational excellence



Geen deuk in het imago

Het WNF heeft de modules HIquality Identify, HIquality Address en HIquality Name in gebruik. Dat stelt het WNF in staat de relatiegegevens, die via welk kanaal dan ook binnenkomen, te ontdebellen en op te schonen. Naam- en adresgegevens worden gevalideerd en gestandaardiseerd. Medewerkers van de frontoffice kunnen met behulp van de software relaties snel terugvinden, op basis van enkele kenmerken - zoals postcode en huisnummer. Nieuwe relaties worden direct gecontroleerd, gevalideerd en gestandaardiseerd. De gegevens worden direct in het juiste veld geplaatst. Het WNF maakt voor wervingsacties doorgaans gebruik van (tele)marketingbureaus die relatiegegevens, bijvoorbeeld via invulformulieren, in bulk verwerken. Deze data wordt eveneens automatisch gematched en opgeschoond, voordat deze in de operationele systemen terechtkomt. Het WNF maakt gebruik van het CRM-systeem Magma van Plain Synergy dat draait op Oracle DB. "De software van Human Inference is de poortwachter richting de operationele database van het WNF, die wij beschouwen als één van onze belangrijkste assets. In die database zitten namelijk circa een miljoen records met actieve relaties die wij meer of minder frequent benaderen met onze uitingen. Wij moeten erop kunnen vertrouwen dat deze gegevens correct en actueel zijn. Een verkeerd bezorgd tijdschrift kost ons nogmaals geld bij de herzending. En een dubbel verzonden poststuk kan ergernis opleveren. Ons product geeft mede het gevoel een positieve bijdrage te leveren aan deze wereld. Wanneer wij om welke reden dan ook geen goed gevoel bij onze relaties kunnen overbrengen, hebben we een probleem. Een foutief gerichte mailing kost niet alleen veel geld, het kan ook schadelijk zijn voor ons imago. Door voortdurend te werken aan de kwaliteit van relatiegegevens bouwen wij mee aan het vertrouwen van onze relaties dat hun geld goed besteed wordt.", vertelt Middelbrink. Voor de duidelijkheid: 93.000 Rangers ontvangen 10 maal per jaar de TamTam, 24.000 Bamboekidsz krijgen 10 maal per jaar de PiPaPanda en de reguliere donateurs ontvangen 4 x per jaar het magazine Panda en mailings. Elk poststuk dat retour komt vanwege foutieve gegevens, is er één teveel. "De software van Human Inference mag dan niet goedkoop zijn, maar wanneer je de risico's en de kansen naast elkaar legt, wordt duidelijk dat de business case sluitend is. Zeker wanneer je bedenkt dat de bulkverwerking van nieuwe relatiegegevens nu automatisch verloopt, ook het ontdebellen en opschonen. Daar kun je met data entry

niet tegen op." Het WNF gebruikt de software van Human Inference al jaren met goede resultaten. De kracht van het product zit volgens Middelbrink onder andere in het feit dat je als gebruiker je eigen accenten van datakwaliteit kunt aanbrengen. "Voor het WNF zal de geboortedatum steeds belangrijker worden om de relatie gedurende zijn of haar levenscyclus te kunnen volgen en in iedere fase van die cyclus de juiste aanbiedingen te kunnen doen. Ook kun je daarmee de verschillende generaties die we aanspreken van elkaar onderscheiden. Dat kun je binnen de Human Inference omgeving eenvoudig inrichten. Deze *parametrisering* is een handige feature."

Flexibel en efficiënt platform

Het WNF beschikt nu over een platform dat datakwaliteit waarborgt, zorgt voor standaardisatie van relatiegegevens en dat tevens de mogelijkheid biedt een eenduidig donateurbeeld te bouwen. Dat donateurbeeld stelt het WNF in staat om, naast het streven naar operational excellence, de 'major donors' te onderscheiden en die op basis van *customer intimacy* te benaderen. En zo zullen er meer acties op basis van segmenten kunnen volgen. De mogelijkheden zullen in de toekomst toenemen wanneer het WNF bijvoorbeeld met HIquality Enrich (denk aan telefoonnummers en verhuisdata) aan de slag gaat. Voeg dat samen met de service georiënteerde architectuur die men gaat uitrollen en het is duidelijk dat het WNF een zeer flexibel en efficiënt platform ontwikkelt voor het beheren van de datakwaliteit.

Human Inference is marktleider op het gebied van oplossingen voor datakwaliteitsmanagement. Onze oplossingen zijn gebaseerd op een geavanceerde taal- en cultuurspecifieke aanpak, die het mogelijk maakt om klantgegevens intelligent te beheren en een eenduidig klantbeeld te genereren. De klanten van Human Inference gebruiken onze producten voor verbeterde customer intimacy, operational excellence en succesvolle oplossingen op het gebied van compliance.