

WHITEPAPER

# Zo automatiseer je jouw master data management

Succesvol master data management in 5 stappen

# Het belang van goed master data management

Vroeger was het alleen nog de 'IT-guy' die verantwoordelijk was voor de opslag van data. Tegenwoordig heeft bijna iedereen in een organisatie hiermee te maken. We stellen tegenwoordig ook hogere eisen aan de beschikbaarheid en het gebruiksgemak van data. Het moet snel toegankelijk, actueel en voor iedereen inzichtelijk zijn.

Bovendien heb je data nodig om de meest basale, maar kritische antwoorden te kunnen geven over de performance (KPI's) van je organisatie. Organisaties die onvoldoende kennis hebben van data, of deze data niet op orde hebben, staan voor een grote uitdaging

Dat data belangrijk is voor een bedrijf, zal dus niemand ontkennen. Wil je goede rapportages kunnen uitdraaien, snel klantgegevens kunnen vinden of financiële kredietchecks doen, dan moet je kunnen vertrouwen op actuele en complete bedrijfsinformatie. Maar wat is de meest efficiënte manier om data te beheren? En welke processen gebruik je om zaken te stroomlijnen? Op deze vragen geven we een antwoord in deze whitepaper.

# Master data: van handmatige invoer naar automatisering

Bij handmatige invoer van data in systemen worden vaak menselijke fouten gemaakt. 100% actuele data in je CRM, ERP en andere bedrijfsinformatiesystemen is dan ook een zeer onwaarschijnlijk scenario. Sterker nog, door het dynamische bedrijfsleven, en de alsmaar veranderende complexe wetgeving (zoals de AVG), wordt de houdbaarheid van je data alsmaar korter.

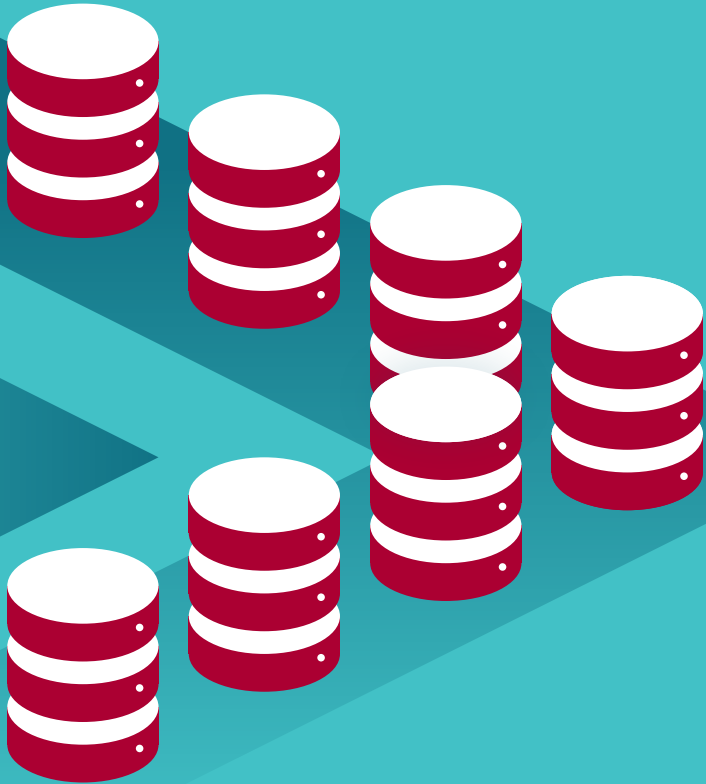
Deze complexiteit en snelheid en toenemende kosten vraagt om een adaptief systeem waarmee je deze ontwikkelingen kunt bijbenen. Een systeem waarmee je je data up-to-date houdt en zelfs verrijkt. Master data management is hierin het uitgangspunt om uniformiteit te bereiken. Niet alleen om tijd en geld te besparen, maar vooral om effectiever te worden in je bedrijfsvoering en nog meer uit je data te halen.

# 5 stappen voor succesvol master data management



Data is voor bedrijven een goudmijn. Als je tenminste de kwaliteit kunt waarborgen. Of nog beter, het managen van master data goed hebt uitgedacht. Wil jij ook de kansen van master data management benutten, maar zie je door de bomen het bos niet meer? Wij lichten 5 belangrijke stappen uit om hiermee aan de slag te gaan.

1



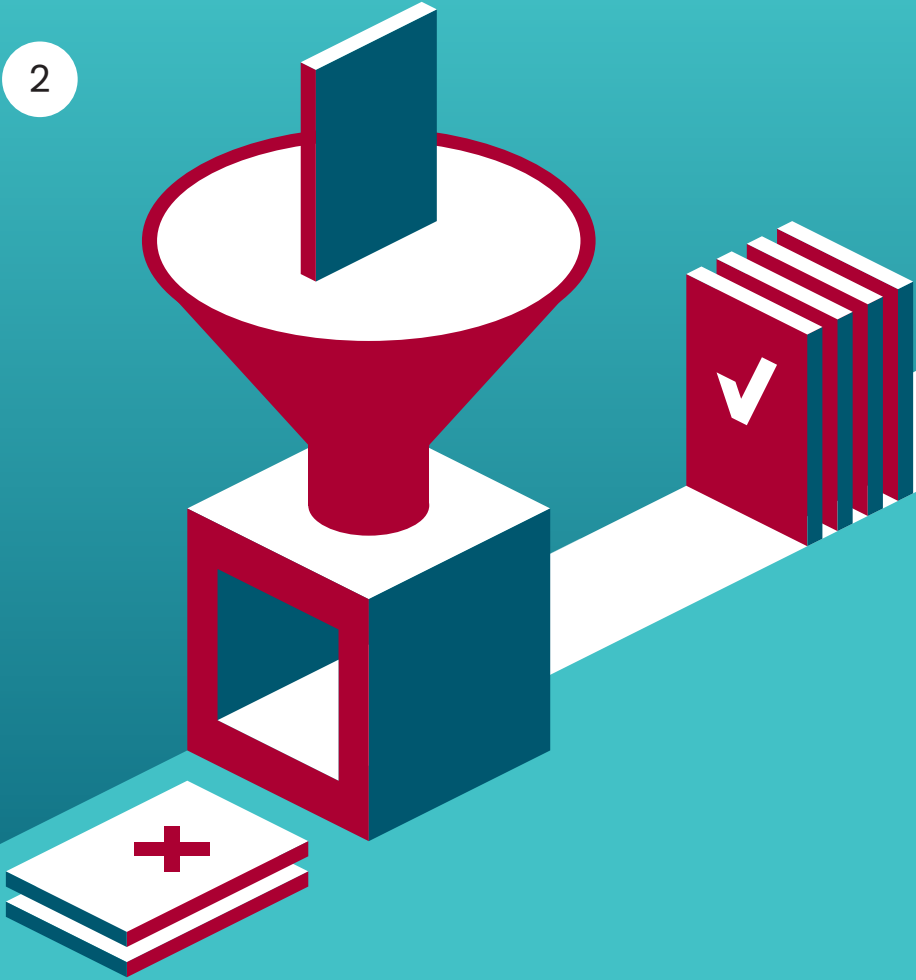
# Erken data als speerpunt van je bedrijfsstrategie

Bedrijven die master data management op de rit hebben, plukken daar de vruchten van, want ze zijn efficiënter en nemen slimmere beslissingen. Denk maar eens aan de laatste keer dat je een eindejaarsrapportage moest maken. Het levert heel wat stress op als je niet over de juiste gegevens beschikt, of de data afwijkt van andere afdelingen. Je kunt je niet beroepen op werkelijke resultaten en dus geen knopen doorhakken. Dat moet toch anders kunnen?

Als je aan managers vraagt hoe belangrijk data is voor hun bedrijfsvoering, dan zegt maar liefst 79% dat ze zonder data hun concurrentievoordeel zullen verliezen en mogelijk zelfs helemaal ophouden te bestaan. Dat is nogal wat.

Om echt succesvol te zijn in master data management moet je dus de waarde van data erkennen. Je hebt visie en een lange adem nodig. Veel goede plannen stranden als ze niet genoeg draagvlak hebben binnen de organisatie. Zorg daarom dat er een duidelijke langetermijnstrategie is, waar het bewaken van de kwaliteit van master data en data governance speerpunten zijn.

2



# Begin met een schone dataset

Op dit moment werk je met de data die je hebt, zoals de gegevens van je klant in je CRM. Maar weet je wel zeker of die gegevens up-to-date zijn? Een pijnlijke manier om dit te constateren, is wanneer je een klant wilt bellen en ontdekt dat het telefoonnummer niet meer bestaat. Dit is een typisch voorbeeld van verouderde data. Als je data niet actueel is, holt de kwaliteit ervan snel achteruit. Jij en je collega's kunnen je klant niet zo goed bedienen als je zou willen waardoor je omzet misloopt. Sterker nog, slechte data betekent meer kosten.

Beginnen met een schone lei is echter makkelijker gezegd dan gedaan. Je kan niet ieder contact in je CRM bellen om te controleren of zijn telefoonnummer nog klopt. Dat kost veel tijd en het is een beetje gek voor je klant. Ook is het lastig te bepalen welke informatie je nodig hebt, nu en in de toekomst. Daar komt bij, voor data geldt 'garbage in, is garbage out.' De data waarmee je je tools voedt, moet betrouwbaar en actueel zijn.

Bepaal daarom eerst welke datasets opgeslagen moeten worden en hoe je dat gaat aanpakken. Definieer welke informatie je nodig hebt en van welke entiteiten (master data), zoals personen, organisaties, producten, projecten en services. Investeren in nieuwe software en tools om je data op te schonen, heeft pas nut als er een duidelijk proces en een structuur is afgesproken.

Om informatie te kunnen koppelen in al je systemen, heb je een unieke sleutel nodig. Altares Dun & Bradstreet gebruikt bijvoorbeeld het wereldwijde erkende D-U-N-S-nummer, een 'identificer' om entiteiten te verifiëren. Voor veel organisaties, zoals de Verenigde Naties, ISO en de Europese Commissie is een DUNS-nummer zelfs een vereiste. Met dit D-U-N-S-nummer wordt het een stuk makkelijker je data aan elkaar te koppelen, te ontdebellen, verrijken met nieuwe informatie en als complete set te exporteren.



3



# Valideer en standaardiseer je data-invoer

Bestaat je bedrijf al lang, dan is de kans groot dat je last hebt van dubbele of incomplete data. De financiële administratie krijgt bijvoorbeeld regelmatig een factuur terug gestuurd, omdat de geadresseerde niet meer klopt. Dan moet je bijvoorbeeld dat bedrijf gaan nabellen, de factuur handmatig aanpassen en andere collega's op de hoogte brengen van de wijziging. Een hoop rompslomp en verloren tijd. Waar mensen werken, worden nu eenmaal menselijke fouten gemaakt. Vertrouwen op de validiteit van je bedrijfsinformatie is onmogelijk wanneer de kwaliteit van je data laag is.

Dat brengt ons bij de derde stap. Idealiter richt je namelijk je systemen zo in, dat alle data en systemen naadloos op elkaar aansluiten en dat je die menselijke fouten bij het invoeren van data zoveel mogelijk beperkt.

Het goede nieuws is dat die data-invoer en validatie gestandaardiseerd kan worden. Hoe? Door in je webapplicatie, bijvoorbeeld je CRM, een set van regels te maken die bepalen welke data wel of niet geaccepteerd wordt bij invoeren. Die vervolgens checkt welke informatie al bestaat en deze vergelijkt met de geïmporteerde informatie. Zo voorkom je dat er in je systeem dubbele informatie komt.

4

# Koppel je interne & externe bronnen

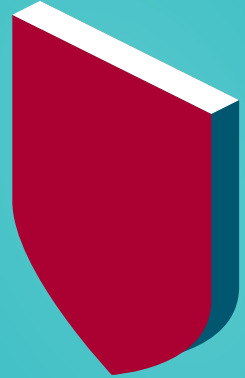
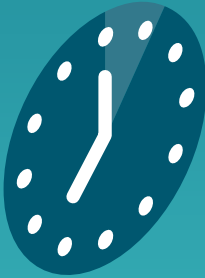
Van dataverrijking gaat menig sales- en marketing hart sneller kloppen. Kennis is immers macht: met meer informatie over de klant kunnen scherpere campagnes worden gemaakt.

Master data management is een uitgelezen kans om data-bronnen niet alleen te koppelen, maar ook meteen je gegevens te verrijken. Bijvoorbeeld met nieuwe informatievelen over je klanten, zoals kredietrisico-informatie. Zo werk je aan een totaaloplossing: je importeert schone data die meteen je huidige gegevens verrijkt. Dat is dubbele winst.

Met de juiste software-oplossing zorg je dat al je data gekoppeld en verrijkt kan worden en werk je aan een toekomstbestendig dataplan. Of je nu werkt in marketing, sales, finance, compliance: de informatie wordt in lijn gebracht met elkaar als je kiest voor een oplossing die je CRM, ERP en andere bedrijfsinformatiesystemen kan verbinden aan externe informatiebronnen. Er ontstaat een 360-graden klantbeeld én je kunt betere voorspellingen doen over de toekomst.

Met onze master data oplossingen koppel je data van de Dun & Bradstreet data cloud aan je eigen data. Hiermee verrijk je ieder record in CRM, ERP en andere bedrijfsinformatiesystemen.

5



# Monitor en bewaak de kwaliteit van je data 24/7

Nu je de 4 voorgaande stappen hebt doorlopen voor het opzetten van je master data management, ben je een heel eind. Maar je blik moet ook op de toekomst zijn. Net zoals jouw bedrijf staat dat van anderen nooit stil. Dagelijks zijn er overnames, verhuizingen, noem maar op. Dus hoe zorg je dat je data actueel blijft? En dat de kwaliteit bewaakt is? Het is zonde van alle investeringen als je geen proces hebt om je data actueel te houden.

De vijfde stap is dan ook het opzetten van een data governance policy. Dat betekent zoveel als een proces dat continue de kwaliteit van je data waarborgt. Zonder zo'n plan, heeft master data management weinig kans van slagen. Stel dus een document op waarin de way of working omtrent data goed beschreven staat.

Je maakt het jezelf nog makkelijker door voor een datapartner te kiezen die ook jouw data monitort. Monitoring is de waakhond van je data en zorgt ervoor dat nieuwe informatie automatisch wordt doorgevoerd in je systeem. Door blijvend te monitoren waak je dus moeiteloos 24 uur per dag over de actualiteit van zakelijke informatie in CRM. De laatste ontwikkelingen van ieder account, contact of klant worden automatisch bijgewerkt in CRM.

# Altaires Dun & Bradstreet, jouw datapartner

Externe data is onmisbaar als je efficiënt master data management wilt. Een deel van alle externe informatie is publiek beschikbaar, maar om te vermijden dat je elke dag blijft zoeken in bergen informatie en om up-to-date te blijven, kan je ook gebruik maken van een partij die alles voor jou analyseert en je voorziet van direct bruikbare inzichten.

Altaires Dun & Bradstreet helpt je graag met slimme inzichten in jouw eigen en externe data, om jouw master data management proces te optimaliseren. Als bedrijfs-dataspecialist en partner van het wereldwijde netwerk van Dun & Bradstreet bieden wij onze klanten toegang tot data over meer dan 400 miljoen bedrijven in 220 landen.

Als ware datapartner helpen wij organisaties een bedrijfscultuur te creëren waarin data als strategisch wapen voorop staat. Waarom? Simpelweg omdat wij geloven in de kracht van gestructureerde data die wordt ingezet voor een specifiek doel. Ons team is gepassioneerd over data, analytics en innovatie. Daarom zijn wij niet alleen adviesgevers of helpers, maar inspirators. Onze Dun & Bradstreet data cloud is een onuitputtelijke bron van informatie, met inzichten die 90% van alle fortune 500 bedrijven dagelijks raadpleegt. Onze Data Cloud-oplossingen leveren inzichten die klanten in staat stellen om risico's te beperken, hun omzet te verhogen, kosten te verlagen en zo hun bedrijfsprestaties te verbeteren. Laat ons je meenemen in de wereld van data.

## OUR VISION

# Smart insights to shape your future

**WE** believe data is only valuable when it has a purpose



**WE** guide you through this ever-expanding data universe



**YOU** create a company culture where data is empowered to be a strategic growth change-driver



Op zoek naar een  
datapartner voor het  
automatiseren van  
jouw master data  
management proces?

Neem contact op met  
onze consultants.

**Rotterdam office**

Otto Reuchlinweg 1032  
3072 MD Rotterdam  
Nederland  
+31 (0)10 710 95 60

**Amsterdam office**

Krijn Taconiskade 438  
1087 HW Amsterdam

[www.altares.nl](http://www.altares.nl)

**Brussel office**

Pontbeekstraat 4  
1702 Dilbeek  
België  
+32 (0)2 481 83 00

[www.altares.be](http://www.altares.be)

[www.altares.lu](http://www.altares.lu)

**Parijs (Colombes) office**

58 Avenue Jean Jaurès  
92700 Colombes  
Frankrijk  
+33 (0)825 805 802

[www.altares.com](http://www.altares.com)