

Finans ve Hizmet Sektörü Müşteri Adres Verilerinin Kalitesinin Arttırılması İçin Bir Model

Orhan Gökçöl

Bahçeşehir Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi

Günümüz iş dünyasında birbirinden tamamen farklı olan pek çok alanda (CRM, ERP, e-ticaret, Müşteri Destek Sistemleri vb.) müşteri adres bilgileri kullanılmakta ve bu verinin eksiksiz/hatasız olması çok önemli bir hale gelmektedir. Kötü veri kalitesi her yıl firmalara çok pahalıya mal olmaktadır. Hatalı veri tedarik zincirinin kırılmasına, kötü iş kararlarına ve zayıf müşteri ilişkilerine neden olmaktadır.

Eğer bilgiden bir fayda sağlamak amaçlanıyorsa, veri bir firmanın yönetmesi gereken en önemli varlığı haline gelmektedir. Veri kalitesini yüksek tutmak için altyapı sağlamak hızlı bir şekilde maliyetlerin düşürülmesi, daha iyi müşteri ilişkileri ve iyi çalışan bir tedarik zinciri gibi önemli kazançlar elde edilebilmektedir.

İş gelişimi için gerekli olan yüksek veri kalitesi seviyesini sağlamak, tek seferlik bir çalışmanın ötesindedir. Doğru, tutarlı ve geçerli verinin yeni ve varolan sistemlere aktarıldığından emin olmanın tek yolu, devamlı bir veri kalitesi yönetimidir.

Kalitesi yüksek bir veri;

- Satış bölümlerinin doğru müşteriye, doğru ürünü, doğru zamanda satarak gelirin arttırılmasına,
- Pazarlama bölümlerinin, pazarlama ve reklam kampanyalarında müşteri olması en olası grupları hedefleyerek yatırımın geri dönüşünün hızlandırılmasına,
- Ürün stratejisi bölümlerinin, müşteri davranışını daha iyi anlayarak en çok talep edilecek ürünlere ağırlık verilmesine,
- Müşteri hizmetleri bölümlerinin, müşterilerin hayat boyu değerini göz önünde bulundurarak, her müşteriye uygulanacak hizmet seviyesinin belirlenmesine,
- Karar destek/analiz bölümlerinin, günlük analiz işlemlerini iş kullanıcılarına aktararak, kendi vakitlerini getirisi daha yüksek özel projelerde kullanılmasına

yardımcı olacaktır.

Sektör analist firması Gartner'a göre iş zekası ve CRM uygulamalarının %50'ye yakını veri kalitesine özen gösterilmemesi sonucu tamamen başarısızlığa uğramadığı durumlarda bile az kabul görme ve kullanılma sorunları yaşamaktadır. Öte yandan, ülkemizdeki uygulamalarda, bankacılık müşteri adres verilerinin kalitesinin iyi olmaması, %3'lere varan oranda istenilen kişilere erişilememesini de beraberinde getirmektedir. Kötü veri kalitesinin etkileri sanıldandan da daha geniş bir alanda hissedilmektedir.

Veri kalitesi sorunlarının ortadan kaldırılması için çaba harcanmazsa, yöneticilerin veri ambarı ve içinde tutulan güveni azalacağından, bu yatırımların az kullanılması ve beklentilerin boşa çıkması kaçınılmaz olmaktadır.

Bu sunum kapsamında, yapısal olmayan bir şekilde verilen herhangi bir adres verisinin öncelikle yapısal hale getirilmesi ve eksik/yanlış olması muhtemel bilgilerin tamamlanmasını sağlayacak bir algoritma geliştirilmesi tartışılacaktır.

Böylece, adres verilerinin kalitesi arttırılacak ve müşteri bilgilerinin doğruluğunu esas alan yan uygulamaların performansları artmış olacaktır.